


LAMPIRAN

Lampiran 1. Formulir Pengajuan Sidang Skripsi

	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01
		No. Rekam

Nama Mahasiswa : Linda Setya Ningrum
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2019041126
 Judul Skripsi/TA : Komparasi Strategi Konvergensi Media pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta)
 Dosen Pembimbing : 1. Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos, M.I.Kom
 : 2. Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A, Ph.D
 Dosen Penguji : 1. JAD :
 : 2. JAD :
 : 3. JAD :
 Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	✓	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	✓	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	✓	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	✓	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	✓	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	✓	

Tangerang Selatan, 31 Mei 2023

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
 Linda Setya Ningrum Mahasiswa	 Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos, M.I.Kom Dosen Pembimbing	 Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom. Koordinator Skripsi/TA	 Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom. Kaprodi

Lampiran 2. Bimbingan Skripsi

NIM	2019041126	Nama Mahasiswa	LINDA SETYA NINGRUM
Program Studi	Ilmu Komunikasi	SKS Lulus	139 SKS
Tgl. Mulai	5 Mei 2023	Judul Tugas Akhir	Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta)

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	28 Februari 2023	Dra. Clara Evi Candrayuli Citraningtyas, M.A., Ph.D.	Bimbingan revisi bab 1 dan bab 2	✓	
1	9 Februari 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Bab 1 Latar Belakang Penelitian	✓	
2	22 Februari 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Bimbingan revisi bab 1, bab 2, dan pembahasan bab 3	✓	
2	28 Februari 2023	Dra. Clara Evi Candrayuli Citraningtyas, M.A., Ph.D.	Bimbingan Skripsi Bab 1 dan 2	✓	
3	9 Maret 2023	Dra. Clara Evi Candrayuli Citraningtyas, M.A., Ph.D.	Bimbingan Bab 2 dan Bab 3	✓	
3	8 Maret 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Bimbingan revisi bab 1, bab 2, bab 3 dan pedoman wawancara	✓	
4	13 Maret 2023	Dra. Clara Evi Candrayuli Citraningtyas, M.A., Ph.D.	Bimbingan Revisi bab 1-3 dan Pedoman Wawancara	✓	
4	10 Maret 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Bimbingan revisi proposal akhir	✓	
5	6 April 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	diskusi revisi sidang proposal	✓	
5	18 April 2023	Dra. Clara Evi Candrayuli Citraningtyas, M.A., Ph.D.	Bimbingan Revisi Hasil Sidang Proposal	✓	
6	20 April 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Progress atau perkembangan skripsi	✓	
7	26 Mei 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Sistematika Penulisan Bab 4	✓	
8	6 Juni 2023	Isti Purwi Tyas Utami, A.Md., S.Sos, M.I.Kom	Review Terakhir	✓	

Lampiran 3. Sertifikat Latihan Dasar Kepemimpinan



SERTIFIKAT

DIBERIKAN KEPADA

LINDA SETYA NINGRUM

SEBAGAI

PESERTA

COMPLETE

(LATIHAN DASAR KEPEMIMPINAN)

6 - 7 JANUARI 2020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA

KEPALA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NAURISSA BIASINI, S.SI., M.I.KOM.



DEKAN FAKULTAS HUMANIORA & BISNIS

DR. HENDY TANNADY, B.ENG., M.ENG., MM., MBA.

Lampiran 4. Curriculum Vitae



LINDA SETYA NINGRUM

0895411924166 | lindasetyan8@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/linda-setya-ningrum-46aa72206/>
KP. Serpong Rt.007, Rw.002, Serpong, Serpong, Kota Tangerang Selatan

A undergraduate student from Pembangunan Jaya University majoring Communication Science with minor Broadcasting Journalism. Like to learn new things and easily adapt to new environment. Also seeking for content writer, script writer, and creative team job in Creative Media Industry. I enjoys working individual or even as a team, so i can learn and explore many things.

Work Experiences

Radio Republik Indonesia - Jalan Medan Merdeka Barat
Nomor 4-5 Jakarta Pusat Jun 2022 - Sep 2022

Gatekeeper & Assistant Producer

Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Republik Indonesia RRI Jakarta

- Participated in pre-production - production - post-production in the broadcasting of Programa 1 RRI Jakarta on Lintas Jakarta Siang

Connected in Pembangunan Jaya University - Bintaro,
Tangerang Selatan Feb 2022 - Jun 2022

Staff of Finance

- Prepare a budget plan for the event
- Manage the income and expenditure of event funds
- Coordinate with divisions regarding funding needs
- Conduct transactions with external parties related to the event

B3 UPJ Live in Universitas Pembangunan Jaya - Bintaro,
Tangerang Selatan Mar 2022 - Apr 2022

Event and Operations Manager

- Looking for speakers and mc for events
- Create event rundown
- Determine member jobdesk
- Responsible for the running of the event

Library in Universitas Pembangunan Jaya - - Bintaro,
Tangerang Selatan Jan 2021 - Mar 2021

Data Book Entry Assistant

- Checking the new book
- Enter new book data into the e-library system
- Label each new book and cover the new book

JSDP Universitas Pembangunan Jaya - Bintaro, Tangerang
Selatan Jun 2021 - Jan 2021

Content Writer Intern

- search for content and design content to upload on UPJ's JSDP instagram account

Prima 2020 Universitas Pembangunan Jaya - Bintaro,
Tangerang Selatan Jul 2020 - Nov 2020

Staff of Mentor

- Introduce the campus environment to new students
- Guiding new students in aspects related to academics, such as the study process and procedures for managing files related to study

Marketing in Universitas Pembangunan Jaya - Bintaro,
Tangerang Selatan Jun 2020 - Jun 2021

Social Media Team

- Disseminate content posted on social media @upj.bintaro such as comments, likes, reposts in instastory, watching live ig, and watching webinars

SMAN 12 Tangerang Selatan - Tangerang Selatan Mar 2017 - May 2017

Staff of Ticketing Divisions

- Take care of the technicalities related to the ordering mechanism as well as payment and distribution of all tickets at the 2017 Dubscription event

Education Level

UPJ Live in Universitas Pembangunan Jaya - Bintaro, Tangerang Selatan
News Writer at UPJ News

Sep 2021 - Present

- Looking for the latest information
- Do coverage with the team
- Conduct interviews with informants
- Taking footage in the field
- Writing news script

OSIS in MTs Serpong - Serpong, Tangerang Selatan
Staff of Public Relation

Jul 2015 - Jun 2016

- Responsible for conveying information about events at school

Skills, Achievements & Other Experience

- **Achievements** (2022): 3rd place in the selection of the best booth at the Public Relations Media Production course exhibition event with the team
- **Projects** (2022): CONNECTED 2022 (Event held by Communication Student of Pembangunan Jaya University class of Broadcasting Journalism 2019)
- **Projects** (2021): One of the members with selected essay entitled "HOLI FESTIVAL IN INDIA (The Legends Behind Festival of Color)" in the Intercultural Communication essay team in the "Student's Book"
- **Soft Skills:** Communication, Teamwork, Time Management
- **Hard Skills:** Content Writing, Microsoft Office (Word, Excel, Power Point), Canva, Filmora.

Lampiran 5. Surat Pernyataan Informan

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Istikomah

Posisi dan Perusahaan : Ketua Tim Perencana Program dan Evaluasi RRI Jakarta

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir / Skripsi yang berjudul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta) yang dibuat oleh Linda Setya Ningrum Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 9 Mei 2023

Informan Penelitian,



(Istikomah)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jumar Sudyana

Posisi dan Perusahaan: Ass Manager Program dan Konten Radio Sonora Jakarta

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir / Skripsi yang berjudul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta) yang dibuat oleh Linda Setya Ningrum Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Mei 2023

Informan Penelitian,



(S Jumar Sudyana,SH)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aden Muhammad Darlian

Posisi dan Perusahaan : Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir / Skripsi yang berjudul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta) yang dibuat oleh Linda Setya Ningrum Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Mei 2023

Informan Penelitian,



Aden m Darlian

(Aden Muhammad Darlian)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syamsuri

Posisi dan Perusahaan: Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir / Skripsi yang berjudul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta) yang dibuat oleh Linda Setya Ningrum Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Mei 2023

Informan Penelitian,



(Syamsuri)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heskie Saputra

Posisi dan Perusahaan : IT Support Staff Radio Sonora Jakarta

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada Tugas Akhir / Skripsi yang berjudul “Komparasi Strategi Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta (Studi Deskriptif Pada RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta) yang dibuat oleh Linda Setya Ningrum Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk dimintai keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

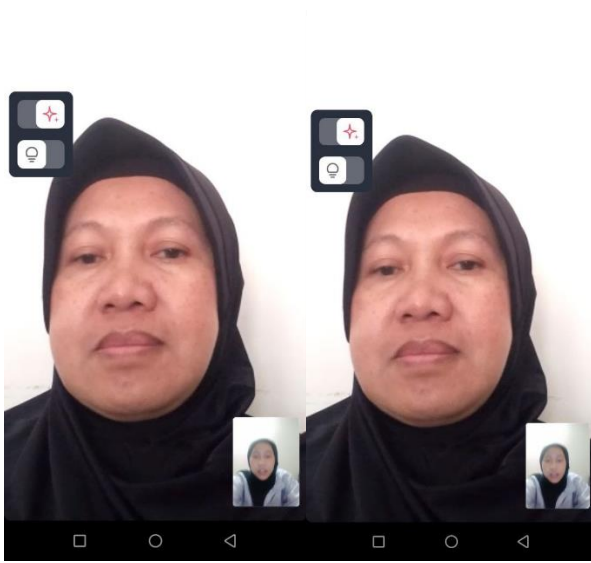
Jakarta, 17 Mei 2023

Informan Penelitian,



(Heskie Saputra)

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara dengan Informan



Informan 1. Ibu Istikomah



Informan 2 dan 4. Mas Jumar



Informan 3 Pak Aden



Informan 5 Pak Syamsuri



Informan 6 Mas Heskie

Lampiran 7. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

A. Data Demografi Informan

1. Nama
2. Hubungan dengan penelitian
3. Alamat
4. Usia
5. Posisi pekerjaan di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA

Informan 1 : Seksi Perencanaan Programa atau Program Director RRI JAKARTA/
RADIO SONORA JAKARTA Jakarta:

A. Konvergensi Media di Era Digital

1. Bagaimana adaptasi RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA beradaptasi di era digital ini? dampak apa saja yang terjadi akibat adaptasi tersebut?
2. Bagaimana bentuk bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika melakukan adaptasi di era digital?
3. Bagaimana perencanaan program di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA dalam beradaptasi?
4. Media apa saja yang digunakan oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA di era digital?
5. Bagaimana tahap Produksi, Distribusi, atau Konsumsi (tanggapan atau respon pendengar) RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA sebelum dan di era digital?
6. Bagaimana evaluasi program siaran dilakukan untuk mendukung terjadinya konvergensi media dan perkembangannya di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA?
7. Menurut MoRadio Sonorasan terdapat pertimbangan bagi pengelola stasiun publik untuk menyusun strategi program yaitu The Nature of the License, Kebutuhan serta kepentingan masyarakat, dan The requirements of for fund raising from the audience. Bagaimana menerapkan pertimbangan tersebut?

Bagaimana pertimbangan RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA sebagai radio siaran swasta?

8. Bagaimana pengelola mengukur hal apa saja yang menjadi kepentingan masyarakat sebagai patokan dan bahan untuk memproduksi program?
9. Bagaimana strategi peningkatan atau perkembangan RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA dalam tetap menjalankan konvergensi media?

B. Penerapan Strategi Konvergensi Media dengan Konvergensi Kontinum

Cross-Promotion

(Cross Promotion berarti kerja sama di antara dua media untuk saling memberikan ruang untuk memperkenalkan konten media satu sama lain. Antara kedua media yang bekerja sama tersebut mereka menggunakan iklan, kata-kata, dan elemen visual dengan tujuan mempromosikan konten media partner, termasuk juga menampilkan logonya.)

1. Dalam menampilkan konten yang dimiliki sebuah media tentu diperlukan *platform* untuk menyampaikan isi dari konten tersebut. Apa saja bentuk penyampaian konten dari RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA?
2. Sebagai bentuk implementasi Cross Promotion ini, bagaimana bentuk kerja sama antar media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA dalam menyampaikan konten?
3. Bagaimana proses penyampaian konten yang dilakukan secara bersamaan?
4. Bagaimana munculnya urutan urutan dari media yang digunakan oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA sebagai bentuk penyampaian informasi? sejak kapan dilakukannya dan apa alasan atau tujuan menggunakan media media tersebut?
5. Menurut bapak/ibu apakah di tahap cross promotion ini sudah maksimal? apa saja yang menjadi alat ukur untuk kemaksimalan tahap ini? dan seberapa pengaruhnya pelaksanaan cross promotion ini

Cloning

Cloning, yaitu ketika konten media diperbanyak untuk dimuat di media lainnya. Artinya, satu media menampilkan konten berita dari ruang berita media lain apa adanya tanpa perubahan.

1. Bagaimana bentuk isi atau informasi konten yang disampaikan dalam setiap media? darimana sumbernya?
2. Dari berbagai media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA, pasti terdapat perbedaan dan ciri khas dari masing-masing medianya. Dari informasi yang didapatkan, apakah terdapat perbedaan di setiap media dalam menyampaikan informasi? contohnya bagaimana?
3. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai proses cloning atau konten isi tanpa adanya perubahan, yang diperbanyak yang didistribusikan melalui *platform*/media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA?
4. Bagaimana penyampaian informasi/konten sebelum dilakukannya Cloning yang dilakukan oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA atau sejak kapan dilakukannya Cloning?
5. Dampak atau hal apa saja yang telah dicapai ketika menggunakan berbagai *platform* untuk penyampaian informasi di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA? apa saja hambatannya?

Coopetition

Coopetition yaitu tahap ketika entitas media yang terkonvergensi saling bekerja sama dan berkompetisi disaat yang bersamaan.

1. Berbagai media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta tentu memiliki cara masing-masing untuk mencapai tujuan tertentu (karena melihat bahwa karakteristik media itu berbeda), dalam bekerja sama untuk mencapai tujuan tersebut apakah terdapat kendala? atau terjadinya persaingan internal dalam perusahaan?
2. Menurut bapak/ibu bagaimana persaingan atau kompetisi yang terjadi antar *platform* media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta demi menunjang berkembangnya perusahaan?

3. Bagaimana contoh dari Coopetition atau terjadinya kerja sama sekaligus kompetisi/persaingan yang terjadi di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta?
4. Menurut bapak/ibu apa saja dampak atau hal yang telah dicapai ketika terjadinya coopetition di perusahaan?

Content Sharing

Content Sharing yang memungkinkan kedua media yang berlainan saling berbagi konten dalam bentuk pengemasan ulang (repackaged) atau bahkan termasuk berbagi budgeting. Dalam tahap content sharing, diadakan rapat dan pertemuan rutin antara media yang berkerja sama untuk mengumpulkan tema dan isu yang akan diangkat dalam media masing-masing dan konten yang akan didistribusikan di media masing-masing

1. Setelah dilakukannya konvergensi media tentu penggunaan media di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta tidak hanya berpusat pada satu media saja dalam menyampaikan informasi. Setiap media memiliki ciri khas atau karakteristik tersendiri dalam menyampaikan informasi. Bagaimana suatu informasi yang didapatkan dari satu sumber diolah agar dapat disampaikan di setiap media?
2. Bagaimana proses content sharing atau repackage di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta?
3. Bagaimana pendapat bapak/ibu mengenai tahap content sharing di setiap *platform*/media yang dimiliki oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta? bagaimana hambatan dan cara mengatasinya?
4. Dampak atau hal apa saja yang telah dicapai ketika tahap content sharing dilakukan?

Full Convergence

Full Convergence, yaitu ketika media yang berbeda bekerja sama secara penuh, baik dalam hal pengumpulan, produksi, dan distribusi konten, dan bertujuan untuk memaksimalkan keunikan karakteristik masing-masing media untuk menyampaikan konten. Dalam tahap full convergence, media yang bekerja sama

menghasilkan konten dan topik secara kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan *platform* media masing-masing.

1. Berdasarkan berbagai media yang dimiliki dan digunakan oleh RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta, apakah pernah terjadi kerja sama dalam pembuatan suatu konten yang kolaboratif untuk seluruh media (dimulai dari perencanaan, produksi, hingga distribusi)? Misalnya ada suatu event, nah misal ada pembagiannya kayak di media A kontennya gimana, media B gimana, tujuannya apa...
2. Bagaimana proses full convergence yang pernah terjadi di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta?
3. Menurut bapak/ibu apa saja dampak yang diberikan dan hal yang tercapai atas terjadinya full convergence?

Informan 2: Koordinator Bidang Teknologi & Media Baru atau Teknisi RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA:

A. Konvergensi Media di Era Digital

1. Bagaimana adaptasi RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta di era digital jika melihat dari sarana atau prasarana yang digunakan?
2. Jika dilihat dari segi teknologi atau sarana prasarana, bagaimana perubahan perubahan tugas pada RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta? Bagaimana koordinatonya dengan divisi divisi lain untuk segala perubahan yang terjadi? misalnya dari segi produksi..
3. Dampak apa saja yang diberikan ketika terjadinya konvergensi media atau dengan adanya perubahan yang terjadi terhadap sarana dan prasarana yang digunakan?

B. Penerapan Strategi Konvergensi Media dengan Konvergensi Kontinum

1. Melihat banyaknya perubahan dari segi sarana dan prasarana maupun media yang digunakan, menurut bapak apa sih perbedaannya di setiap media media tersebut?
2. Boleh dijelaskan bagaimana peran dari Bidang Teknologi Media baru untuk mendukung siaran di era digital ini?

3. Boleh dijelaskan Cross-Promotion (Ketika terjadi kerja sama antar suatu media yang digunakan oleh RADIO SONORA, bagaimana peran dari Bidang Teknologi Media baru?) bentuk kerja sama ini juga dapat dilihat dari penampilan logo atau elemen elemen visual maupun iklan. Misal dalam suatu produksi siaran, bagaimana peran TMB dalam produksi siaran tersebut?
4. Cloning (Sering terjadi adanya suatu konten diperbanyak untuk dimuat di media lainnya, seperti konten A tidak hanya di tampilkan atau diinformasikan melalui media A namun juga di media B, melihat hal tersebut bagaimana peran TMB? dapat juga dijelaskan dari segi produksi),
5. Coopetition (Dengan diperbanyaknya konten di yang ditampilkan di seluruh media, kerja sama atau kolaborasi hingga kompetisi juga sangat mungkin untuk terjadi. Bagaimana peran TMB ketika terjadinya hal tersebut? apakah TMB juga melakukannya?)
6. Content Sharing (Dalam hal ini pengemasan ulang (repackage) suatu konten terjadi seperti dimulai dari perencanaan-produksi-hingga distribusi konten di setiap media masing masing. Boleh dijelaskan bagaimana peran TMB dalam hal ini?)
7. Full Convergence (Suatu media bekerja sama dimulai dari perencanaan-produksi-hingga distribusi konten di setiap media, dalam hal ini memunculkan suatu konten atau topik yang kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan dari *platform* media masing-masing. Melihat hal tersebut bagaimana peran Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha untuk mendukung hal tersebut?)

**Informan 3: Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha RRI JAKARTA/
RADIO SONORA JAKARTA Jakarta:**

A. Konvergensi Media di Era Digital

1. Bagaimana adaptasi RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta di era digital dilihat dari bidang layanan atau pengembangan usaha di RRI JAKARTA/ RADIO SONORA JAKARTA Jakarta?
2. Bagaimana strategi layanan atau pengembangan usaha di era digital ini?

3. Jika dilihat dari Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha, bagaimana perubahan-perubahan tugas di era digital ini? mungkin boleh dijelaskan beserta contohnya...
4. Dampak apa saja yang diberikan ketika terjadinya konvergensi media, dengan adanya perubahan yang terjadi terhadap Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha?

B. Penerapan Strategi Konvergensi Media dengan Konvergensi Kontinum

1. Cross-Promotion (Ketika terjadi kerja sama antar suatu media yang digunakan, bagaimana peran dari Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha untuk mendukung hal tersebut?)
2. Cloning (Sering terjadi adanya suatu konten diperbanyak untuk dimuat di media lainnya, seperti konten A tidak hanya di tampilkan atau diinformasikan melalui media A namun juga di media B. Melihat hal tersebut bagaimana peran Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha untuk mendukung hal tersebut?),
3. Coopetition (Dengan diperbanyaknya konten di yang ditampilkan di seluruh media, kerja sama atau kolaborasi hingga kompetisi juga sangat mungkin untuk terjadi. Bagaimana peran Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha ketika terjadinya hal tersebut? atau bagaimana bentuk dukungannya)
4. Content Sharing (Dalam hal ini pengemasan ulang (repackage) suatu konten terjadi seperti dimulai dari perencanaan-produksi-hingga distribusi konten di setiap media masing-masing. Boleh dijelaskan bagaimana peran Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha dalam hal ini?)
5. Full Convergence (Suatu media bekerja sama dimulai dari perencanaan-produksi-hingga distribusi konten di setiap media, dalam hal ini memunculkan suatu konten atau topik yang kolaboratif dengan memanfaatkan kekuatan dari *platform* media masing-masing. Melihat hal tersebut bagaimana peran Bidang Layanan atau Pengembangan Usaha untuk mendukung hal tersebut)

Lampiran 8. Transkrip Wawancara Informan 1

Transkrip Wawancara Informan 1 (Bu Isti)

L : LINDA

I : ISTIKOMAH

Isi :

L : Baik bu perkenalkan saya Linda Setya Ningrum saya izin melakukan wawancara dengan ibu terkait dengan kebutuhan tugas akhir saya atau skripsi saya yaitu mengenai konvergensi media pada radio, sebelumnya terima kasih bu sudah mau meluangkan waktunya.

I : Iya mba Linda baik, maaf ya mba jadi nunggu lama

L : Gapapa Ibu selamat siang ibu, ibu dengan ibu siapa?

I : Iya siang, Istikomah

L : Iya ibu ee ibu udah berapa tahun bu di RRI?

I : Saya di RRI sudah lama hampir 30 tahun, di RRI Jakarta baru 6 bulan

L : Oh iyaa, kalau boleh tau ibu di RRI ini posisinya sebagai apa

I : Sebagai ketua tim, ketua tim apa ya, saya itu jadi kalau jaman sebelum dibentuk tim tim sekarang disebutnya kepala bidang, tapi kalau sekarang istilahnya karena fungsional Jabatan Fungsional Ahli Madya terus jabatannya ketua tim perencana program dan evaluasi RRI Jakarta

L : Oh iya baik bu, jadi aku mau nanya tentang konvergensi media RRI di era digital

I : Oke hm

L : Iya bu jadi pertanyaan pertama gimana sih adaptasi RRI Jakarta ini di era digital trus gimana sih dampak apa aja yang terjadi atau yang ada setelah adaptasi tersebut?

I : Eh iya, di era konvergensi media digital saat ini RRI khususnya rri jakarta sudah menggunakan semua *platform* yang ada untuk bagaimana bisa nge *blast* program program kami bahasa kami sebelumnya kami sama di era tahun 2010 awal, kita masih menggunakan istilah teresterial, sekarang kami sudah punya aplikasi rri play go, kami punya kbrn, kami juga me nge *blast* di semua sosial media kami dan kami saat ini di aplikasi kami RRI Play go, semua ee aplikasi yang kita miliki menayangkan secara *live* program program rri jakarta baik programa 1 programa 2 dan programa 4 jadi buat pendengar mungkin yang saat ini ee tidak terbiasa mendengarkan radio menggunakan ee apa ya namanya radio, silakan bisa *download* aplikasi kami RRI Play Go, disini ada siaran *live* pro 1 programa 1 khususnya kami juga 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 dan kota, ini baru kami luncurkan di ee pertengahan bulan puasa bulan ramadan kemarin, kenapa kami ee apa namanya megikuti semua perkembangan yang ada, ee ini salah satu tanggung jawab kami sebagai media publik bagaimana informasi yang kami sampaikan itu bisa tersampaikan kepada pendengar kami, kepada masyarakat DKI jakarta khususnya, sehingga program program kami bisa ee apa ya ee informasi kami ee karena kan sekarang masyarakat itu ee bahasanya apa itu ee literasi untuk memilih berita yang bener eh bukan yang bener yang sudah terverifikasi, masyarakat kan kurang terliterasi, jadi sekarang kan masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi yang kadang-kadang belum tentu kejelasannya, asah tu bahasa kami sudah terverifikasi dengan narasumber yang memang berkompeten di

bidangnya itu menjadi tanggung jawab kami RRI sebagai media publik untuk membuat *platform* media yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat DKI Jakarta

L : Baik bu, untuk selanjutnya gimana sih bentuk bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika ee adaptasi di era digital misalnya kalau dulu kan Cuma pake radio aja, nah kalau sekarang apasih perubahan tugasnya

I : Nah jadi kalau keseluruhan sebenarnya kami sekarang hampir di semua lini pekerjaan kami ni sudah digital ya, baik secara administrasi, pelaporan, semua sudah digital, dan untuk siaran siaran kami ketika kami sudah menggunakan digital, perubahannya adalah kami semakin tertantang untuk membuat konten konten yang menarik, untuk membuat konten konten yang tadinya hanya media dengar audio, kami 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 ee tanggung jawab kami ketika kami sudah mengikuti bagaimana konvergensi media yang ada pada saat ini, sehingga ketika pendengar kami tidak bisa mengikuti ee siaran kami berita kami silakan buka kbrn kami, ketika pendengar kami misalnya ada hal hal ingin tau seperti apa sih penyiar kami silakan buka rri play go di rri net, akan tau seperti apa penyiar kami. Itu salah satu perkembangan yang berbeda dari tahun tahun sebelumnya, dan berikutnya adalah menjadi tantangan terbesar kami tentang bagaimana kami membuat konten konten yang memang sesuai dengan ee media yang kami miliki, jadi ketika kita ngomong sudah konvergensi media, disitu ada audio ada video, ada cetak, bagaimana sdm kami bisa menguasai ee apa ya yang namanya ee sdm kami bisa menguasai bagaimana cara membuat konten yang menarik ketika audio video, bagaimana kami bisa menulis dengan baik sesuai dengan ee media *online* sehingga tulisan kami itu menjadi apa namanya daya tarik untuk bisa dibaca oleh pendengar kami. Sebenarnya dari situ kami pun sudah membuat apa namanya regulasi aturan bagaimana sih ketika menulis di media *online* rri itu sudah ada aturannya, bagaimana sih ketika kami akan membuat program yang bersifat audio video di rri pun sudah punya regulasinya itu dampak dari kami ketika kami sudah ee apa ya membuat diri kami itu untuk bisa tampil di semua media yang ada.

L : Berarti disesuaikan sama setiap *platform* gitu ya bu?

I : Yes, semua *platform* tu ada video khusus audio videonya ada rri net dan juga cetaknya di rri.co.ic.

L : Baik bu, selanjutnya gimana sih perencanaan program di radio republik indonesia ini dalam beradaptasi?

I : Iya jadi ee program program kami adalah ee dipandu oleh kami kan istiahnya ada jenjang secara ee apa ya istilahnya organisasi ada diatas di kami rri jakarta itu punya atasan namanya direktur utama dan disitu ada satu lagi direktur program dan produksi yang membuat semua kebijakan soal bagaimana siaran di RRI termasuk rri jakarta. Bagaimana si programa 1 nya, kamu sudah punya buku panduannya, gini loh cara mengemas program program di programa 1, penyiarnya kayak apa ini loh, lagunya kayak apa ini loh, narasumbernya siapa ini loh narasumbernya, kami sudah punya panduannya dan kami akan dimonitoring oleh direktorat program dan produksi RRI di gedung sebelah lantai 5, apakah siaran kami sudah sesuai dengan panduan itu, jadi kami sudah terstruktur secara organisasi bahwa ee program program yang kami tayangkan program program yang kami siarkan program program yang kami tulis tuh sudah iatur oleh regulasi ee direksi kami, jadi bukan kepala RRI Jakarta yang menyusun program kami, tapi dari direktorat rogram dan

produksi rri menyusun sebuah konsep program untuk rri seluruh Indonesia. 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 itu akan di contoh di rri seluruh Indonesia, bagaimana gaya penyiarnya itu akan dicontoh, bagaimana musik musiknya pun akan dicontoh, dan kami akan mendapat pantauan langsung, dari direktur kami gitu kan, kami kan di evaluasi apakah sudah sesuai atau belum, nanti kami akan mendapat pembekalan lagi, termasuk musik dan lagu di siaran siaran kami. Itu sudah ada panduannya semua, nanti tak kasih bukunya.

L : Hm begitu, iya boleh bu hehe, jadi memang sudah terencana ya

I : Sudah terencana dengan baik, jadi perencanaan yang ada di kami adalah menterjemahkan perencanaan dari direksi kami gitu kan, direksi kami itu ada yang namanya restru, resra dewasa di rri itu ada yang kami terjemahkan di program program kami

L : Baik bu, lalu pertanyaan selanjutnya tadi kan sebutin banyak banget nih, jadi *platform* yang digunain sama rri kan udah banyak nih nah itu media apa saja sih yang digunain sama rri saat ini?

I : Jadi kami kan sudah main di semua *platform*, di terrestrial 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.

L : Kalau di setiap konten di media sosialnya itu ada perbedaan sendiri ga dari setiap media sosial, misalnya kalau di instagram perencanaan kontennya apa, kalau di tiktok apa

I : Oh ada, jadi kan 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, kalau saat ini sekarang kan facebook itu tidak terlalu banyak di ikuti oleh pendengar kami, kami lebih nge *blast* di ig sama tiktok, kalau di pro 2 tambah twitter karena cuitan cuitan di pro 2 itu sudah centang biru malahan kita, jadi kita akan mengikuti bagaimana ee gaya atau karakter media sosial tersebut, jadi perencanaan kami mengikuti hal tersebut, hari ini kita kan ada program seratus persen Indonesia dari Ihsan Tarore, bagaimana nge *blast*nya bagaimana kami mempromosikan itu, karena program ini disiarkan oleh rri pro 1 seluruh Indonesia kita akan main di karakter itu, misalnya kita bisa si Ihsan ngomongin apa gitu kita sudah seperti itu sesungguhnya, jadi kebetulan mba siap e mba Linda apa ingin mengetahui lebih banyak tentang rri mudah mudahan menjadi salah satu bagaimana kami lebih ee meyakinkan ke publik bahwa kami sudah berubah, e kami terus meyakinkan ke publik bahwa rri terus berkembang terus mengikuti perkembangan jaman ee perkembangan digital yang ada di luar sana kami sangat mengikuti sesungguhnya, itu yang menjadi pr kami dan kami bersyukur bahwa di rri Jakarta tuh banyak sekali siswa dan mahasiswa yang magang di kami dan itu menjadi salah satu ee promosi dalam tanda kutip karena door to door itu kan menjadi apa ee promosi yang sangat efektif ketika ee merek abisa ee apa ya ingin mengetahui lebih banyak tentang rri Jakarta

L : Oh iyaa bu, ee selanjutnya gimana sih tanggapan atau respon pendengar ke rri kan rri kan merupakan radio yang udah lama banget nah itu gimana sih tanggapan atau respon pendengar nya setelah rri berkonvergensi media gitu bu

I : Nah iya jadi setelah kami mengikuti konvergensi media, ee 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, apakah dki jakarta seperti yang diberitakan di media sosial, apakah dki jakarta seperti yang mereka bayangkan yang tidak pernah ke jakarta, itu menjadi apa ya ee nilai plus buat kami karena semua nilai berita kami, siaran siaran kami, program program kami adalah yang sudah terverifikasi jadi nilai edukasi di rri sesungguhnya sangat tinggi ketika masyarakat paham bahwa ee kebutuhan informasi tuh tidak hanya apa yang mereka inginkan sesuai frame mereka dengan mudah melihat di aplikasi aplikasi yang kadang kadang sumbernya tidak valid tidak terverifikasi dari memang sumber yang kompeten di bidangnya itu yang menjadi ee apa ya, sudah menjadi tanggung jawab kami, tinggal bagaimana kami meyakinkan ke publik bahwa kami sudah melakukan itu semuanya, tinggal ayolah masyarakat kita punya loh informasi yang memang ee yang sesuai sumbernya yang sangat berkompeten di bidangnya, tidak mungkin kami rri ketika ngomong soal misalnya hari ini kita ngomongin soal pemilu kami gak mungkin ngambil narasumber yang bukan orang kpu, bawaslu, pengamat politik pun kita ngambil memang orang ang bertanggung jawab ke negara ini, bukan yang condong sana sini, itu yang mungkin perlu banyak kami menyebarkan informasi seperti ini agar masyarakat tu semakin ter literasi bagaimana cerdas memilih sebuah informasi

L : Oh iya baik bu, selanjutnya bagaimana evaluasi program siaran yang dilakukan untuk mendukung terjadi konvergensi media di rri

I : Kami selalu melakukan evaluasi ya, karena terus terang kami itu di rri kayak saya ini kan udah old ya, udah susah ketika ngomongin teknologi tentang konvergensi media, tentang sosial media dibandingkan dengan anak anak muda seperti ee mba Linda ya, kami tuh sudah tertinggal banget, makannya kami pun apa mempunyai sdm yang terus kita apa ya ee yang memang kita pilih untuk anak anak atau tim kami yang memang faham tentang bagaimana kita menyajikan sebuah program program di konvergensi media ini era digital ini gitu kan, jadi ee kami sebagai pengambil kebijakan akan mengambil dan mencari sdm yang berkompeten di bidangnya soal bagaimana kita bisa e apa ya memberikan variasi program sesuai konten sesuai dengan medianya 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 ee terverifikasi, bagaimana pengemasannya, pengemasan program itu kan perlu mengikuti kekinian sehingga kami tuh bisa masuk ke lini lini generasi generasi milenial bahwa rri tuh berubah nya banyak sekali loh gitu kan, jadi e apa ya kami terus bergerak memilih sdm sdm yang berkompeten di bidangnya sehingga program program kami yang mungkin dalam tanda kutip selama ini masyarakat menganggap bahwa kami masih dianggapnya

RRI ya karena memang kami dari tahun 45 radionya kemerdekaan, dianggapnya kami mungkin tidak, untuk orang yang jarang ngikutin kami mungkin dianggapnya kami tuh tidak bergerak padahal kami tuh sangat bergerak, kami tuh sangat mengikuti perkembangan jaman, dan kami merekrut anak anak muda yang memang berkompeten di bidangnya untuk terus bisa e perkembangan jaman ini harus diikutin bukan kita berhenti, kalau kita berhenti ya sudah tidak ada kreatifitas yang akan membuat program sesuai dengan jamannya begitu, mungkin seperti itu salah satunya kita akan memilih atau mencari sdm yag berkompeten di bidangnya trus sdm yang ada kita akan mengadakan pelatihan kita kan punya pusa pelatihan pusdikbangdiklat rri yang akan memberikan pelatihan untuk kami yang memang kadang kadang terbelakang soal bagaimana mengurus program program yang tayang di seluruh *platform* mungkin seperti itu

L : Baik oke bu, nah selanjutnya gimana sih pengelola mengukur hal apa saja yang menjadi kepentingan masyarakat sebagai patokan dan bahan untuk memproduksi program

I : jadi sebenarnya kami alat ukur kami tuh jelas, maksudnya gini, karena kami tuh media publik kita tentu saja akan menyampaikan informasi informasi yang seperti yang saya katakan tadi berkompeten di bidang nya, kami akan menyampaikan informasi yang A 1, kami akan mengedukasi semua pendengar kami, pilihan lagu kami itu yang memang sesuai dengan karakter media kami sebagai media publik, dan kami mempunyai tanggung jawab yang besar kepada masyarakat DKI Jakarta khususnya bagaimana program-program kami bisa mencerdaskan, program program kami bisa ee mengedukasi, disamping itu juga harus menghibur, karena apa sekarang antara hiburan dan edukasi kan tipis, masyarakat itu kadang kadang ketika ngomong soal edukasi kalau ga terhibur juga ga tertarik kan, kalau hanya menghibur masyarakat ga mendapatkan apa apa, jadi kami sebagai apa namanya ee mengukur itu, ee jadi alat ukurnya begini kami bisa mempunyai, ee di sosial media kan kelihatan Pro 1 kan sudah centang biru di aplikasi udah 30 ribu pendengar kami dalam waktu 5 bulan ini, jadi tolak ukur kami karena 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, dan sebisa mungkin itu memberikan wawasan yang baik kepada masyarakat terkait isu isu atau program program yang kadang kadang mereka mendapatkannya itu dari sumber sumber yang mungkin belum bisa dipertanggungjawabkan secara kredibilitasnya, secara e apa namanya kebermanfaatannya, dan akhirnya apakah informasi itu bisa mendidik mereka untuk tidak mudah terprovokasi misalnya. Itu sih tolak ukurnya ada di seberapa banyak sih sebenarnya pendengar kami saat ini ketika kami sudah menggunakan media digital eh apa main di semua media *platform* yang ada kita bisa melihat pendengar kami berapa yang ngikutin kami berapa yang mendengar kami berapa, itulah tolak ukur kami dan tantangan kami sesungguhnya

L : Hm gitu ya bu, iya iya, trus selanjutnya gimana strategi perkembangan RRI dalam tetap terus menjalankan konvergensi media?

I : Jadi ee strategi peningkatan kami ya itu tadi, kami akan ee apa namanya, sdm kami belum berkompeten di bidangnya kami akan memberikan pelatihan, memberikan workshop, memberikan pendidikan agar mereka bisa mengikuti perkembangan yang ada, karena ee dunia kreatifitas itu harus banyak melihat

menonton dan akhirnya mereka tau bagaimana ee kreatifitas itu muncul sesuai dengan karakteristik media kami jadi ee ketika kita ngomong ee bagaimana strateginya itu kita harus memberikan pelatihan memberikan wadah bagi mereka untuk diskusi workshop dan akhirnya kami bisa ee apa namanya membuat sebuah program yang memang ee sesuai target audiens kami, sesuai dengan karakter media yang akhirnya kami bisa ya itu tadi harapan kami bisa semakin diminati oleh pendengar kami khususnya dki jakarta dan bertanggung jawab besar masyarakat terliterasi untuk membaca berita berita yang memang sumbernya berkompeten A1 dan ee ini bisa di bagaimana masyarakat itu tercerahkan dari informasi informasi yang ada

L : Hm oke baik bu, kita lanjutin ke pertanyaan selanjutnya, jadi dalam menampilkan konten yang dimiliki ee sebuah media di rri dibutuhkan *platform* untuk menyampaikan isi dari konten tersebut nah apa aja sih bentuk bentuk penyampaian konten ee dari rri jakarta?

I : Iya ee rri jakarta itu memang kan sudah bermain di semua *platform*, semua *platform* itu kan mempunyai karakter masing-masing jadi kalau kami di ig kita mainnya basecut, jadi tayangan tayangan kami yang sudah tayang kita akan ngambil satu detik eh satu menit itu yang kami tayangkan di ig kami, jadi ee pro 1 termasuk sudah centang biru, karena memang sangat kreatif untuk bagaimana mengelola konten konten yang sesuai segmen di media digital, jadi siaran teresterial kami, teresterial itu siaran yang dipancarkan melalui gelombang frekuensi FM, 91.2 itu kan 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 e masyarakat yang belum mendengarkan di teresterial akan mengikuti di e sosial media kami seperti itu dan juga kami memang 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 ee facebook sih sudah tidak main, ig dengan ig gitu kan seperti itu

L : Berarti instagram tiktok dan

I : Iya tiktok ee kalau facebook sih ada tapi tidak terlalu aktif karena memang sesuai masanya, facebook kan sekarang sudah tidak di minati lagi

L : Baik bu, terus selanjutnya sebagai bentuk implementasi dari ee cross promotion ini sebenarnya sama aja sih kayak tadi misalnya suatu konten di apa di ambil trus di masukan di media lain

I : Iya bahasa kami tuh basecut

L : Oh iyaa

I : Iya basecut basecut yang ada kami tampilkan di media sosial kami, jadi ee bagaimana apa ya karakter pendengar sekarang karakter pendengar sekarang itu adalah tidak suka yang terlalu bertele tele, tidak suka dengan tayangan yang panjang 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 apa yang sudah saya sampaikan itu tadi jangan sampai ee karakter misalnya A kita membuat nya B itu jangan sampai, itu pentingnya bagaimana kita ketika ngomong tentang implementasi cross promotion. Kami akan mengambil potongan potongan itu yang akan kami tayangkan di media sosial kami dan bisa juga e tampil di

terrestrial kami dalam bentuk ee kalau bahasanya kami tuh ini ee filler, filler itu sebaiknya anda tau, 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, kalau yang di e terrestrial kami menyampaikannya filler ya itu tadi cross promotion itu.

L : Oh gitu bu, terus kalau dari penyampaian konten tersebut itu tuh pernah ga sih dilakuin secara bersamaan? kayak misalnya lagi on air, trus ada *live* juga

I : Oh iya, kami bersamaan seperti misalnya sekarang e kita lagi ada seratus persen indonesia, kita akan *live* ig, kita akan terrestrialnya otomatis, trus kita yang di jam 5 sore itu kita *live* rri play go kita, 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 atau sesudah untuk basecut basecut atau ee tadi itu cross promotion itu gitu, atau e filler bahasa radio kami

L : Oh iya bu, trus ada ga sih bu misalnya kontennya, misalnya ibu dapet konten atau informasi nih itu ada kasih penyampaian kontennya itu di prioritaskan misalnya konten ini harus naik di ini dulu habis itu baru di yang lain

I : Iya harus, karena kita menggunakan perencanaan, kita sesuai dengan perencanaan, kita sesuai dengan program segemen pendengar kita dan karakter bahasa kami dapat, aktual jadikan kami akan mencari narasumber narasumber yang memang aktual, narasumber yang memang isu diluar sana yang sedang dinantikan, ingin tau seperti apa sih perkembangan sebuah isu sebuah informasi, atau sebuah kebijakan yang memang masyarakat kadang kadang sudah tau tapi kejelasannya belum ada itu lah tugasnya kami, jadi kami membagi kedalam 4 dapat, dapat pagi lebih aktual, siang sudah lebih soft bagaimana kita memberikan informasi tapi tidak terlalu apa ya ee bukan keras tidak terlalu setajam di pagi di sore tu tajam sekali, biasanya tuh mba diah tuh mengemas antara pagi dapat pagi dan dapat sore itu ada sinerginya, kalau pagi kita mengambil segmen yang memang secara aktual, kalau yang sore itu dengan topik yang sama tapi lebih ke human interest nya, jadi memang sesuai perencanaan dan sesuai karakter waktu dan pendengar kami, kalau pagi masyarakat sibuk kepingin denger berita yang begini, kalau siang sudah agak apa istirahatnya kita mengemasnya lebih ke soft, lalu malam kita lebih banyak menyajikan yang ringan ringan kalau malam, hiburannya sesuai ee apa namanya situasinya seperti itu, perencanaan kami, sangat menyesuaikan dengan e apa namanya akarakter pendengar di pagi, siang, sore, dan malam itu berbeda, itu seperti itu.

L : Nah kan tadi ibu bilang kayak apa tu yang pokoknya dari tayangan tersebut trus ditayangkan di ig gitu

I : Heem basecut

L : Iya itu, nah dari hal itu ada kasih dampak apa saja atau hal apa saja yang telah di capai dari hal itu gitu

I : Heem yang jelas pendengar kami tuh tinggi di pro 1 itu pendengar tertinggi mungkin bisa cek di rri play go, 30 ribu pendengar kami ketika kami itu semakin kreatif di media sosial kami, jadi ee kreatifitas yang kami bangun, yang kami buat, itu akan menaikkan rating kami, khususnya jumlah pendengar kami, rri jakarta sekarang pendengar tertinggi sampai 31 ribu ini dalam jangka waktu ini belum ada setengah tahun ketika kami punya aplikasi baru ini, ini otomatis, dengan adanya kita membangun ee apa namanya jejaring, bagaimana kami bisa memaksimalkan

semua *platform* yang ada baik sosial media, baik teresterial, ataupun yang sifatnya memang *platform* nya kami kayak rri play go, itu sangat menentukan gimana kita bisa menjangkau jaringan masyarakat sehingga informasi dan hiburan yang kami sampaikan itu sesuai dan tepat sasaran seperti itu

L : Kalau dari on air nya sendiri nih bu pernah ga sih dari on air tersebut dapet bahan untuk siaran itu misalnya dari suatu sumber, nah itu disiarkannya itu tanpa ada perubahan apapun gitu

I : Kalau suatu sumber gitu sih sering kalau ada perubahan informasi yang memang kita biasanya sudah siap tiba tiba narasumbernya ga bisa dateng, itu sering kami lakukan bagaimana kami bisa, kayak tadi pagi ee tadi pagi kita mengambil topik tentang kebijakan lalu lintas, tiba tiba narasumber A itu tidak bisa dateng, dan itu kami sudah punya strategi nya dan ketika narasumber A pengamat transportasi ga bisa, kita punya A B C D, jadi kita sering seperti itu, itu pentingnya kami sebagai media membangun jejaring seluas luasnya dengan semua stakeholder, semua ee apa ya masyarakat yang berkompeten di bidangnya sehingga salah satu narasumber tidak bisa, kami tuh sudah siap semuanya, itu biasa bagi kami, jadi ketika kami membuat sebuah program, ketika tiba tiba orang yang sudah kami hubungi tiba tiba mereka memiliki kepentingan yang tidak bisa ditinggalkan bagi kami tuh sudah siap energi besar begitu, jadi tidak apa ya, sempat panik sempat emosi, tapi kita sudah punya apa ya strategi untuk menghadapi itu bagaimana gitu, sudah memang kami jejaringnya luas sekali narasumber kami itu istilahnya apa istilahnya sudah terdata di kami, terutama bagi produser yang memang bertugas di hari itu

L : Baik bu, kalau rri sendiri kan punya website kan bu

I : Punya

L : Nah kalau kalau misalnya bahan siaran, misalnya ada nih bahan siaran yang diambil dari website tersebut, itu pernah ga sih bu?

I : Iya jadi sebaiknya bahan siaran kami itu mengambil dari website nya kami, rri.co.id. Justru itu sudah kayak diwajibkan, 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 e media *online* dan juga sosial media, jadi kbrn kami itu memang sebagai salah satu sumber informasi penyiar kami ketika siaran begitu

L : Oh iya baik bu, trus e selanjutnya ini sih paling tadi kan rri punya beberapa media ada website juga nah itu tuh ee dalam menyampaikan konten di setiap media nya itu ada kendala ga sih?

I : E kalau ngomong kendala, di setiap pekerjaan itu ada kendala tapi kalau kendala bagi kami itu ee apa ya setiap sebuah pekerjaan dalam sebuah tim kendala kendala itu ada tapi bagaimana kita bisa mengambil e sebuah sikap dari kendala yang ada, namun kadang kadang ketika kita sudah kayak tadi narasumber sudah dapet tiba tiba memutuskan, semetara e-flyer promosi kami sudah tayang itu kan kadang kadang menjadi energi lebih buat kami buat menghadapi hal hal seperti itu, kadang kadang dari setiap kepala kami mempunyai ee kreatifitas yang berbeda, setiap orang kan punya kreatifitas yang berbeda, punya sudut pandang yang berbeda, dan akhirnya itu pentingnya kita menyatukan beragam ide yang ada sehingga hasilnya menjadi yang lebih baik, belum tentu ide yang saya anggap baik dianggap mba baik,

belum tentu, itu gunanya kita saling ee namanya agenda setting di kami menyamakan persepsi persepsi yang ee yang ada di kami sehingga flow nya jadi maksimal, itu rapat agenda setting namanya.

L : Baik bu, berarti kalau untuk penyampaianya itu secara idenya aja ya bu

I : Iya jadi ide, iya semua jadi kami bagaimana merencanakan, membuat programnya, bagaimana kami menyiarkannya, sosial media kami, sebenarnya itu kan melalui perencanaan semuanya, kayak mba kasturi tuh misalnya ada ee informasi dari produser A besok siapa narasumbernya ABCD akan tu mbak dibuatkan e-flyer nya akan disampaikan pada ee kan kita ada yang menyusun daftar acara siaran yang menjadi panduan penyiar di studio, itu tanggungan kami yang kadang kadang memang ketika hari libur hari apa yang memang kita tidak tidak dikantor sudah pulang, misalnya ada narasumber ada apa ada ide baru tanggungan kami yang harus kami selesaikan itu yang menjadi energi besar buat kami yang kadang kadang ya dinamikanya begitu, jadi tidak menjadi kendala malah menjadi energi baru buat kami untuk menyelesaikan dinamika dinamika yang ada begitu jadi tidak seperti yang dibayangkan bahwa bekerja yang kayaknya outputnya bagus banget itu dibelakangnya mulus mulus aja tidak, dinamika sampai tenaga nya, energinya, pikirannya, bahasanya di grup bagaimana mengkomando ketika ada hal hal yang memang namanya orang banyak, ide kreatifitasnya macem macem tapi kan kita satu untuk pendengar kita, untuk segmen kita, gitu kan, itu yang menjadi apa ya bagaimana kita mendewasakan diri ketika ada perbedaan itu, jadilah musyawarah mufakat di agenda setting

L : Berarti semuanya direncanainnya bareng bareng?

I : Terencana semuanya terencana, terprogram dan terevaluasi, sehingga ketika ada hal hal yang memang apa namanya e kurang pas, kedepannya mudah mudahan tidak terulang lagi seperti itu

L : Baik bu, selanjutnya e pernah kasih terjadi kerja sama dalam pembuatan suatu konten yang kolaboratif gitu, misalnya e ada suatu acara yang mengharuskan, yang pertama ada harus on air, trus harus *live* instagram...

I : Ada, harus, iya jadi kerja sama kami dengan pemprov DKI Jakarta harus dengan semua konten media kita, waktu itu harus *live* harus tayang di youtube, di ig, itu ya jadi e sekarang menjadi tanggung jawab kami atau menjadi kerja kami ketika kita bekerja sama akan ditanyakan bagaimana konten kami akan ditayangkan dimana seperti apa, itu sudah menjadi pertanyaan semua narasumber kami dan klien klien kami gitu kan, dengan pemprov DKI Jakarta seperti itu e-flyer nya, narasumbernya, tayangnya di mana di ig di youtube gitu kan, ini lagi berproses misalnya sama pln yang untuk layanan juga ditanyakan seperti itu, jadi semuanya seperti itu mba, jadi semua yang ketika kerja sama ee mereka dan kami pun akan mengatakan bahwa siaran kami sudah *multiplatform*, tidak hanya di terrestrial menggunakan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari apa namanya dari rri net kami, semuanya seperti itu menjadi satu kesatuan ketika ketika kita menghubungi narasumber ketika kita 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 menjangkau semua segmen program program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu

L : Oh gitu bu, nah kira kira ada ga sih pembagian konten yang berbeda, kayak misalnya ya bu di instagram kontennya informasinya harus kayak gini tapi kalau misalnya di on air itu harus kayak gini

I : Oh engga, kami semua informasinya satu satu informasi yang kami garap untuk semua media, untuk *multiplatform* itu, jadi tidak misalnya MLC di mba Ade di pro 2, oh engga pro 1 lah seratus persen Indonesia kami tidak ketika kami on air beda topik beda narasumber enggak, jadi kami semuanya satu kesatuan semuanya saling menguatkan dan membesarkan jadi satu program kami, karena kan memang rri tu kan audio teresterial, ketika teresterial kami siaran, otomatis didukung oleh *multiplatform* kami, jadi yang teresterial itu menjadi tujuan utama, didukung sepenuhnya disiarkan di *multiplatform* nya kami di media sosial kami, rpi siaran utamanya kami ya di FM yang di teresterial ini, jadi kami tidak membuat program yang berbeda dengan di teresterial, semuanya yang didukung untuk membesarkan di teresterial, walaupun kita membuat konten konten yang berbeda tapi semua tujuannya sama untuk membesarkannya di teresterial, jadi semuanya sudah terintegrasi ke teresterial begitu, karena memang rri sesuai dengan amanah UU NO 32 TAHUN 2002 bahwa kami tuh audio e apa *platform* yang lain tuh mendukung kami gitu kan, seperti itu

L : Oh iya baik bu, untuk pertanyaannya sudah selesai bu sudah habis, terima kasih banyak ibu atas waktunya

I : Oh iya alhamdulillah, gimana udah direkam kan, ini saya dipanggil mau ada rapat

L : Iya iya bu udah ini udah direkam, terima kasih banyak ya bu atas waktunya

TRANSKRIP WAWANCARA TAMBAHAN SETELAH SIDANG SKRIPSI

L : Ada gasih bu misalnya siaran yang disiarin di seluruh program gitu bu

I : Ada

L : Nah itu kalau sama TVRI itu pernah ga sih bu

I : 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, tapi yang sifatnya hiburan sudah tidak, mungkin yang di daerah masih tapi kalau yang di Jakarta sudah tidak karena RRI Jakarta sekarang sudah ada RRI Net nya. Jadi semua tayangan kami, mungkin bahasanya kami sekarang lebih mengedepankan lebih ke *multiplatform* yang ada karena kan 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, itu lebih mengangkat konten konten kami dan lebih mudah diterima, dan bagaimana kami lebih mudah mengedukasi informasi kepada pendengar seperti itu sekarang, jadi jaman dulu media masinstream sekarang sudah jadi pilihan berikutnya ketika kami sudah main di *multiplatform* kecuali konten news, kalo news kami akan menggandeng semua tv nasional malahan, kayak 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.

L : Oh baik bu, kalau itu bu dari yang siarannya itu disiarkan diseluruh program itu ada acara apa saja bu?

I : Jadi itu sifatnya yang insidental saja karena kami di setiap program itu segmen pendengarnya sudah sangat segmented, jadi pendengar pro 1 yang untuk kalangan umum itu seperti ini programnya, lagunya seperti ini, akan berbeda dengan pro 2 yang anak muda, anak muda tidak suka ngomong yang panjang panjang, anak muda tidak suka didikte, anak muda tidak suka disuapin, jadi program kami lebih banyak yang menghibur, mengedukasinya pun akan menggunakan bahasa bahasa yang pendek dan sederhana sehingga pendengar tidak lari, pro 4 itu hampir sama dengan pro 1 tapi lebih ke budaya, pro 1 sifatnya news tapi berbeda dengan pro 3, pro 4 lebih ke budaya, ini juga susah kami satukan kalau ada yang sifatnya kita berjaringan itu kayak solat idul adha, solat idul fitri, perayaan besar keagamaan itu baru kita bersama, tapi kalau secara programatic tidak karena sudah sangat segmented gitu, jadi berbeda sekali antara pro 1, pro2, pro 4, kecuali siaran yang sifatnya keagamaan dan ada pemerintah dari pusat untuk berjaringan, besok idul adha pro 1 dan pro 4 berjaringan, pro 2 kita yang lokal, seperti itu.

L : Jadi yang pertanyaan terakhir bu yang PNBP itu jadi kan saya dapet informasi dari pak Aden kalau RRI juga ngasih PNBP ya nah itu kira kira ibu tau ga sih ee PNBP nya itu ada perbedaannya gasih di jaman dulu sama sekarang misalnya PNBP yang dikasih itu meningkat atau emang PNBP itu udah ada budgetnya sendiri?

I : 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 kita mau nikah kan KUA nya PNBP, 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 itu

L : Berarti pas pandemi itu angka PNBP nya juga turun?

I : Iya karena memang belanja iklan semuanya itu nurun, tidak hanya rri mungkin semua media secara otomatis belanja media itu dialihkan untuk penanganan covid, baik pemerintah maupun swasta, maupun oleh LSM yang biasa bekerja sama dengan kami, lebih dari 2 tahun setengah ini, awaltahun 2023, kami masih mengedukasi bagaimana masyarakat itu paham tentang perkembangan covid untuk menekan angka yang tertular, angka kematian, itu tugas kami selama hampir 2 setengah tahun dan sifatnya megedukasi dan tidak kami beri tarif PNBP, padahal kami punya target gitu, tapi karena kami punya fungsi sebagai lembaga PNBP dan kami punya tugas yang sangat mulia mencerdaskan dan mengedukasi masyarakat Indonesia, kami menjalankan fungsi yang pertama, yang kedua belum masih berproses.

L : Oke baik ibu, kan itu PNBP nah kalau pemasukan rri sendiri itu ada gasih

I : oh tidak ada, jadi semuanya kami dibiayai oleh negara dan ditentukan oleh negara. Jadi rri jakarta belanja sekian, untuk program sekian, untuk BPM sekian, untuk pembangunan pemeliharaan sekian, itu sudah ada itu sudah diberikan oleh

negara kepada kami, jadi kami tidak berkewajiban untuk mencari anggaran untuk kami sendiri, yang kami cari adalah masuk ke negara kembali karena kami sudah di biayai oleh negara begitu.

L : Oh iya baik ibuu

Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan 2

Transkrip Wawancara Informan 2 (Mas Jumar)

L : LINDA

J : JUMAR

Isi :

L: Selamat sore mas jumar terima kasih atas waktunya boleh langsung kita mulai aja ya mas, silakan mas boleh diperkenalkan diri dulu

J : Iya mba Linda, saya Jumar saya udah 23 tahun disini dari tahun 2000 saya bekerja disini ya kalau boleh sedikit bercerita, tadinya mau pake presentation gitu sejarah sonora dan sebagainya tapi secara singkat saja bahwa hm sonora itu lahir tahun tujuh dua, 18 agustus 72, awalnya di jalur AM trus kemudan tahun 88 berpindah ke jalur FM nah seperti itu sampai saat ini, trus dulu gedung awalnya di depan trus sekarang kemudian berpindah kesini artinya Cuma bergeser tempat aja dari gedung depan kesini selama 50 tahun ya tahun 51 tahun umurnya udah 51 tahun di era disruption di era digital ini sonora masih ada artinya sonora masih mengikuti perkembangan jaman dengan era digital *streaming* dan sebagainya sehingga sampai saat ini kami masih beroperasi dan mungkin di jakart ini masih banyak radio namun yang usianya setua sonora dan kemudian pemiliknya tetap menjadi satu pemilik karena kami punya Kompas Gramedia mungkin satu satunya itu sih perkenalan singkat, mungkin Linda bisa ini perkenalkan trus dari kampus mana semester berapa trus maksud dan tujuan ini untuk apa trus ee kebutuhannya apa aja ngalir aja cerita

L : Sebelumnya terima kasih Mas Jumar sudah mau meluangkan waktu, perkenalkan saya Linda Setya Ningrum dari Universitas Pembangunan Jaya

J : Pembangunan Jaya di Bintaro ya?

L : Iya bener, eh saat ini saya semester 8 terus saya sedang menjalankan ee tugas akhir atau skripsi dengan mengambil topik mengenai konvergensi media di ee radio yang mungkin sudah lama mengudara seperti radio publik saya pakai RRI Jakarta, dan radio swastanya Sonora. Nah ee Mungkin saya akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait konvergensi media. Mungkin ini cukup banyak, ee karena saya dikasih tau sama kak Ragah kalau Mas Jumar juga kayak yang ini ya, saya kan mau wawancara oleh kayak asisten produser eh itu program director nya ya mas

J : Heem

L : Sama satu lagi ini posisinya bidang layanan atau pengembangan usaha

J : Hm Bidang layanan pengembangan usaha artinya di bisnis ya

L : Iya nah itu katanya dipegang sama Mas Jumar juga ya

J : Iya nanti bisa lah kalau ee secara apa.. umum gitu saya juga bisa lah

L : Iya nanti itu mungkin saya juga nanya ke Mas Jumar, jadi sebenarnya ini buat pertanyaan pertanyaan sebagai em mungkin ini dijawabnya sama Mas Jumar sebagai apa namanya tadi...

J : Asisten Manajer bukan..

L : Manajer Program, iya mas, lalu boleh dijelaskan mas mengenai deskripsi pekerjaan atau tanggung jawab pekerjaan mas Jumar pada posisi tersebut apa saja ya mas?

J : Oh iya yang pertama saya bertanggung jawab terhadap kualitas isi dan konten pemberitaan, melakukan koordinasi em apa namanya supervisi kepada crew redaksi dan memberikan arahnya kerjanya, lalu juga bertanggung jawab dalam berkoordinasi dengan divisi atau departemen lain untuk berjalannya program, serta evaluasi program juga kinerja tim gitu sih

L : Oh iya baik mas, masuk ke pertanyaan pertama ya mas bagaimana adaptasi radio sonora ini di era digital?

J : Oke, tentunya ee seperti diketahui kan saat ini industri media, bisa dibilang media mainstream, media arus utama menghadapi sebuah tantangan di era media sosial, nah tentunya, ee kalau media cetak tentunya sudah kita ketahui saat ini sudah banyak yang bertumbangan, kemudian di indonesia ini media nasional tinggal satu dua saja yang masih hidup. Karena mungkin satu, mereka tidak cepat merespon era digital, sehingga mereka begitu era media sosial digital dateng dia tidak cepat take off sehingga terpuruk. Nah bagi Sonora sendiri saya selalu, saya selalu yakin ya bahwa radio itu tidak akan pernah mati, yang pertama.

L: Iyaa

J : Ee sepanjang manusia diberikan tuhan telinga pasti ia akan mendengarkan radio, yang kedua sepanjang Jakarta khususnya ya, sepanjang Jakarta khususnya ini macet kemudian hiruk pikuk ekonomi, kemacetan dan sebagainya, orang masih akan mendengarkan radio lewat aa apa namanya audio yang di mobil, tetapi itu kan mungkin bisa dihitung siapa yang menggunakan radio, tetapi di era digital saat ini tentunya kami menyadari harus mengikuti dinamika perkembangan jaman, bukan jaman mengikuti kita, tetapi kita harus mengikuti perkembangan jaman. Salah satunya apa ya kita akhirnya siaran secara analog pasti tetap, siaran secara langsung pasti tetap, tapi kami mengupayakan berbagai ee bukan trobosan ya, tapi mengikuti dinamika perkembangan jaman, misalnya kami kemudian *live youtube*, kemudian *live streaming*, trus kemudian mengikuti dinamika yang ada lewat ig, lewat media sosial ig, whatsapp dan sebagainya, artinya Sonora secara ini tetap ada, tetap program tetap berjalan, siaran tetap ada, tetapi kami mengembangkan lewat era-era lewat teknologi misalnya dengan siaran di youtube, kemudian degan siaran di ee *live streaming*, kemudian podcast, kemudian ada media sosial ada twitter, facebook, ig, dan sebagainya, kemudian kami juga apa namanya ee siaran bisa ditangkap di aplikasi joox dan sebagainya. Kalau aplikasi Sonora app gitu kami belum ada, tetapi bisa didengarkan misalnya di ee aplikasi joox dan lainnya, jadi artinya kami tetap berbenah, kami tetap berinovasi, di era seperti ini.

L : Ohh iyaa, berarti itu juga termasuk ee bentuk-bentuk perubahan Sonora...

J : Iya, itu bukan ini lagi sifatnya memang wajib harus iya

L : Iyaa, nah kalau dilihat dari segi program nih mas nah gimana sih perencanaan program di Radio Sonora itu sendiri ketika mengalami adaptasi gitu?

J : Kalau program tentunya progrma itu sifatnya kan ini ya ee temporary ya, artinya program itu tidak, 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

L : Iya iya

J : Isinya apa, ya wawancra, berita, lalu lintas, lagu, trus kemudian ada *talkshow*, ada *talkshow* komersil dan sebagainya, trus kemudian program Sonora siang itu kan ada lagu, ada informasi, ada permintaan lagu, ada *talkshow* juga itu kan soal ee 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 kan 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 malem itu ada program namanya spesialis program misalnya kayak ee spesial country, lagu lagu oldiest dan sebagainya. Nah terkait dengan program kalau dulu kan yaudah program talk show, misalnya talk show kita membahas katakanlah komersial talk show membahas soal rumah sakit

L : Iya heem

J : Kalau dulu persepsinya yaudah kita mewawancara begini

L : Iya

J : Narasumber disitu, saya sebagai hostnya atau anchor nya atau announcernya wawancara biasa on air selesai, tapi perubahan kan terus terjadi di era digital akhirnya perubahan itu, salah satunya begini, siaran tetep seperti ini siaran

L : Iya

J : Siaran on air konvensional untuk saat ini bisa langsung *live* youtube jadi sekarang siaran biasa tapi sudah bisa diliat di youtube

L : Ada visualnya

J : Ada visualnya, trus kemudian ee bisa juga misalnya ee setelah siaran begini youtube trus kemudan setelah selesai ini setelah selesai program ini hasil rekamannya bisa di cut cut, bisa dimasukan ke podcast

L : Ohh iyaa

J : Jadi cocok cocok naik ke podcast

L : Berarti jadi informasi baru

J : Iya potongan potongan buat podcast, ini yang model konvensional. Tapi ada hal lain karena sekarang eranya sudah, sudah teknologi digital sangat mudah sehingga talk show pun bisa dilakukan di luar ruang, misalnya kayak ee kita ada talk show dengan orang kementerian

L : Iya

J : Kita datang kesana ke kementerian, kita bawa alat bisa *live* siaran dari sana bisa *live* youtube dari sana. Jadi itu perubahan perubahannya

L : Iya

J : Kalau dulu kan yasudah siaran di studio datang selesai nah sekarang bisa dilihat di youtube, bisa nanti 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 media yang lain

L : Eh trus kalau untuk media media yang digunakan oleh Sonora nih selain instagram, tiktok, youtube trus ada apa lagi?

J : Eh media media yang dipergunakan?

L : Eh buat penyebaran informasinya Sonora gitu

J : Ya yang jelas gini yang jelas kan 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, ada pernah yang ngerjain anak magang tapi ee sekarang tidak di olah padahal sebenarnya tiktok ni potensial

L : Iya

J : Tetapi kemudian kami juga memiliki portal berita, portal ee media 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

L : Oh begitu

J : Jadi artinya ee 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* ataupun apa juga bisa gitu

L : Oke ee dari tahapan produksi, distribusi, dan konsumsinya itu tentang tanggapan atau respon pendengar setelah terjadinya perubahan ee apa namanya konvergensi radio sonora tuh kayak gimana sih tanggapan mereka?

J : Ya yang jelas sih sekarang begini, 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 ciangjur udah ga tembus kalau ke barat dulu tuh 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 banyak radio dan sebagainya 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, feedbacknya itu biasanya mereka reponnya bisa lewat komen lewat chat di youtube atau wa biasanya gitu

L : Ohh iya bener, trus gimana sih evaluasi program ee siaran di radio sonora, kan konvergensi kan ada tahapannya, misal harus menyesuaikan ke media apa itu biasanya ada evaluasi evaluasinya gitu ga?

J : kalau evaluasi yang jelas kalau radio itu kalau ee sonora misalnya program itu kan biasanya berdasarkan pada 2 ya, menarik atau tidaknya program kan ditentukan pada jumlah yang mendengarkan nah kalau sonor ayang lewat *streaming* itu kan mekanisme orang yang mendengarkan itu kan ketauan, real time, misalnya sekarang program jam 7 sampai jam 8 itu yang mendengarkan dalam satu jam itu misalkan ada 100 ribu orang itu ketauan itu real time, artinya program ini diminati orang, tapi kalau program yang on air itu masih menggunakan ee lembaga riset namanya nielsen, itu kan dia lembaga yang meriset jumlah pendengar, tapi kan kita gak tau mereka satu angket itu mewakili berapa orang, itu hanya nielsen, metodologinya seperti apakah random samplingnya seperti apa

L : Ohh begitu iya iya

J : Nah itu mereka untuk mengetahuinya cuma per berapa bulan akan muncul nih, oh pendengarmu selama 3 bulan itu totalnya sekian ratus ribu tahun ini menarik, indikatornya apa, di jam jam nya itu dia bisa melihat itu cuma yang tau dia, tapi kalau yang lewat *streaming* tu bisa bisa dilihat misalnya itu yang jam 7 yang mendengarkan sekian, nanti yang jam 8 kalau programnya menarik dia akan ketauan real time yang nonton nah 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 nah kalau evaluasi itu aturannya sebenarnya 3 bulan program tuh 3 bulan program di evaluasi kalau tidak menarik di take down artinya kalau di tv tv itu ada 5 episode episode pertama kedua jeblok nah itu langsung di cut gitu, nah itu evaluasi itu tetep, evaluasi program itu tetep dilakukan ee secara terus menerus ya program menarik atau tidak itu di evaluasi, menarik atau tidak itu kan soal satu tetantang konten, kontennya tentang apa trus kemudian ee membawakannya trus kemudian durasi, itu kan banyak di break down, cuma kalau program yang jelas di evaluasi kalau jumlah pendengarnya banyak trus kemudian datanya jumlah pendengarnya banyak ya programnya menarik gitu, cuma kalau misalnya ga ada pendengarnya ya di take down gitu.

L : oh iya iya begitu ya mas, nah kalau buat memproduksi suatu program gitu mas gimana si pengelola ini mengukur hal apa saja yang menjadi kepentingan, ee pengelola ada gasih bahan bahan pertimbangan dalam suatu program yang baru gitu mas tolak ukurnya apa aja?

J : Kalau Sonora itu yang jelas visi dan misinya itu adalah mencerdaskan dan mengedukasi masyarakat, seluruh program yang ada di Sonora, selau memiliki visi adalah konten program itu bermanfaat, kemudian mengedukasi, kemudian menambah nilai wawasan kepada masyarakat artinya setiap program yang mau kita bikin artinya tidak terlepas dari visi, ya masa kita bikin program ee lawak dan sebagainya itu mengedukasi tidak, tapi di satu sisi karena ini adalah kita swasta tentunya berbeda dengan RRI tadi

L : Iya

J : RRI kan dapet budget dari negara sudah yang penting habis programnya apa aja, kalau kita kan pure bisnis, jadi program kita menarik terus kemudian bermanfaat bagi masyarakat, mengedukasi masyarakat, dan mendapatkan profit, caranya apa, ya biar pengukuran itu bagus program itu bagus ee, bagus itu kan ini ya ee normatif, ya bagus apanya, bagus penyiarnya, bagus suaranya, bagus membawakannya, atau bagus 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 ee 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

L : hm gitu mas, iya iya

J : itu kalau kita bicara radio swasta karena kita pure bisnis, kalau RRI Jangan kalau RRI kan duit dari negara gitu

L : haha iya, selanjutnya strategi dari Sonora sendiri buat berkembang dan apa terjadinya peningkatan di era digital ini atau dalam konvergensi media itu kayak gimana si mas

J : ya tentunya kita terus berinovasi ya, misalnya baru kemarin kita baru menyelesaikan namanya ee Sonora Broadcast Academy, jadi Sonora yang sudah lima puluh satu eh lima puluh tahun tentunya kan juga ingin e meninggalkan eh bukan semacam legacy ya tapi jadi kami membuka sebuah program namanya Sonora Broadcast Academy tuh untuk siapa saja kalangan anak muda, untuk anak SMA atau mahasiswa untuk seperti apa sih dunia media khususnya radio, trus menjadi penyiar itu seperti apa, nah itu salah satu inovasi yang kita buat sehingga itu ada nilai manfaat tapi juga ada profit, jadi mereka kan daftar bayar trus mereka

ngikuti pelatihan dapat sertifikat, dapat ilmu, dan sebagainya, nah itu juga mekanismenya kita e apa namanya belajarnya juga ada yang mengikuti lewat zoom ada juga yang memang offline trus pemaparannya lewat zoom juga bisa, kemarin gelombang pertama yang ikut udah 20 itu sudah lulus, trus ini juga lagi buka batch keduanya ada 7 orang itu salah satu pengembangan usaha menghadapi tantangan seperti ini sehingga pendapatan pendapatan lain juga masuk, nah usaha usaha lain sepertinya juga sekarang kalau hanya sonora khususnya tidak hanya bekecimpung dalam tanda kutip adalah broadcast siaran saja tidak, kami juga menjadi sebuah eo, sonora menjadi sebuah eo jadi ada sebuah produk yang harus di sosialisasikan ke masyarakat ke pasar pasar misalnya suatu produk tertentu sabun atau sampo sonora menjadi eo nya sehingga mendapatkan profit, tetapi apa secara direct selling, secara penjualan langsung memang ke pasar pasar, tetapi produk ini kita abadikan dalam video, terus kemudian dibikin sebuah video trus kemudian activity ini juga kita naikkan di youtube trus di apa namanya di kombinasi sehingga menjadi sebuah tayangan digital yang bagus sebagai work up kepada klien ya jadi artinya penjualan langsung didokumentasikan menjadi sebuah konten

L : menjadi sebuah konten gitu iya oke, selanjutnya sonora kan punya beberapa media sosial yang disebutin, trus juga radio yang on airnya, nah itu tuh setiap informasi yang disampainya ada sebuah perbedaan gitu gasih mas bentuk bentuk informasinya gitu

J : bentuknya gini kalau on air contohnya ee *live report* ya kalau *live report* kan seorang reporter mencari berita, mengolah berita, memproduksi berita, kemudian dia on air, on air suara kan ilang sekali ya, 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 toman kan, reporter datang ke situ, laporan, kemudian dia dokumentasikan video dan sebagainya untuk naikan di sosmed, dia juga nulis beritanya di sonora id.

L : berarti itu bisa dikatakan sebagai bentuk bentuk kerja sama antara media media yang dimiliki oleh sonora ya mas

J : iya bukan lagi kerja sama tapi wajib keharusan

L : oh iya bener, ee terus oh iya kalau setiap media masing masing kan ada plus minus nya ya mas ee gimana sih evaluasi yang dilakuin supaya media media ini tetap maksimal gitu dalam menyampaikan informasi

J : ya yang pertama kalaubicara media sosial ini kan sebenarnya menjadi sarana untuk publikasi yang disaat ini efektif ya, cepat, murah tetapi kita juga mengutamakan pada satu kualitas konten yang kedua tentu asas pemashlatan jadi kita menaikkan konten di sosial media juga tentu ada batasan batasannya, artinya mungkin berita berita kita tetep sortir dari berita berita yang apa ya em tidak mengedukasi, berita berita yang negatif tidak kita naikkan ya, tetapi kita mengoptimalkan semua *platform* media sosial tu sebagai sarana untuk menyebarkan informasi yang ada di sonora berbagai lintas *platform* itu. Ya tentunya juga kadang kadang menaikkan di media sosial tentunya juga sering kecolongan misalnya soal artikelnya kan harus di akurasi ketika sebelum naik itu berita terkonfirmasi atau tidak, artinya kita selalu melakukan crosscheck dulu jadi ketika

mendapatkan kayak tadi contohnya ada mahasiswa stop jalan di tomang, jalanan macet dari segala arah, dari tomang ke grogol si Indri mahasiswa uin yang tadi wawancara kesini kebetulan ngiri gambar “mas macet ada demo” trus yasudah trus kita konfirmasi kan wawancara on air, ngobrol wawancara bahwa benar posisinya dia di jalan tomang raya, posisinya kejemak macet ada demo, jadi artinya kita konfirmasi kebenaran berita itu, nah itu baru temen temen sosmed, dia akan ee sudah memverifikasi itu baru dinaikan di media sosial

L : Hm iya mas, kalau dilihat dari isi atau informasi suatu konten nih, kan itu berarti bisa dikatakan, dapat eh didistribusikannya itu di banyak media media yang dimiliki sonora ya mas, nah itu ada gasih kaya eh apa namanya hambatan hambatan gitu mas dalam mendistribusikannya, maksudnya baik di media media sosial yang dimiliki atau pas on air gitu

J : eh kalau hambatan sejauh ini ini ya karena eh hambatan tu apa ya dalam arti hambatan apanya

L : Pendistribusian kontennya sih mas

J : Oh sejauh ini sih tidak ada ya karena kita memiliki tim tersendiri, 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 sosial media itu ada yang tim twitter facebook itu ada sendiri yang menaikkan, tim ig bikin story bikin reels, itu ada tim nya sendiri, jadi ga satu orang memegang gitu, jadi kayak twitter facebook nah itu dah ada sendiri tim nya. Trus kemudian entah yang di ig story itu ada sendiri, yang di whatsapp pun kalau ada program itu ada tim nya sendiri yang nge share status wa, jadi selama ini tidak ada kendala mungkin kalau ada kendala tuh teknis aja misal kayak wifi, atau soal lain itu teknis

L : oh iya mas, trus dari beberapa media yang digunakan em apa namanya ee siaran radio gitu, dampak atau hal apa aja sih yang pernah dicapai dari penggunaan berbagai *platform* yang dimiliki Sonora saat ini

J : Ya dampak yang jelas secara ekonomi sudah sudah ada ya, artinya di ee digital ee yang digital ini misalnya kayak sonora id digital kan itu, informasinya dari siaran sonora kemudian di portal itu yang jelas sudah sudah menghasilkan uang dari dari apa namanya media digital itu kemudian youtube, youtube juga kami sudah mendapatkan silver kan, artinya kami sudah menghasilkan uang, jadi dari digital itu kami sudah menghasilkan uang salah satunya dari youtube, dair itu sonora id, yang kalau portal kan lebih kepada page view kan page view yang membaca yang melihat nah itu kan secara baik ee apa ya namanya sistem ya google ya tu sudah ada iklan dan sebagainya nilai positifnya kesitu, yang kedua juga brand awareness nya dikenal orang bahwa sonora itu tidak hanya radio ada sonora id nya, ada melewati media sosial, media sosial kita aktif sehingga tidak hanya mengenal sonora sebagai entitas radio broadcast tetapi juga ada digital portal digitalnya dan sebagainya

L : Iya mas, nah kalau ee pernah gasih ada suatu informasi yang didapatin misalnya tim instagram nah dari informasi tersebut tuh ada gasih prioritas prioritas dari informasi yang disampaikan terlebih dahulu, misalnya nih dari tim instagram punya informasi yang baru kayak tadi nih misalnya dari tim instagram itu ada informasi demo, nah dari informasi tersebut ee ada gasih media media yang diprioritaskan

buat nyebarin informasi itu fuluan atau fleksibel gitu aja?

J : Kalau yang jelas e ini ya biasanya kan pararel kan, jadi misalnya reporter demo, demo itu kami pernah melakukan facebook *live*, jadi facebook *live* itu memang agak ribet ya, jadi facebook *live* itu sebenarnya bisa ee ya facebook *live* jadi dia laporan dari situ kemudan bisa dilihat, kemudian apa namanya ee melihat visual jadi kalau demo demo kayak gitu memang ini em memang biasanya yang melihat banyak viewer nya banyak, tapi gini kita belum ada mekanisme yang misal facebook trus bisa siaran on air gitu nah biasanya sih temen temen pokoknya *live* dulu ee apa yang terjadi demo dan sebagainya, baru dia ngambil ini ee facebook *live* nya atau apanya karena memang sdm nya terbatas kan, kalau mungkin media lain ada yang memang khusus dia megang facebook facebook *live* misal ig *live* gitu yang fokus di reportase, Cuma memang karena kami sumber daya nya terbatas, karena tim sonora id tuh hanya editor jadi semuanya misalnya kayak dilapangan ya reporter semua, karena itu berbeda ya ininya jadi reporter sonora ada demo ya dia laporan dulu apa yang terjadi misal ada demo habis itu dia baru ngambil video ya facebook *live* kalau prioritas ya apa namanya prioritas ya onair dulu baru facebook *live*, kecuali kalau tim nya cukup ya kita masing masing berjalan video facebook *live* dia sendiri, yang on air dia sendiri

L : em begitu ya mas baik oke, trus em oh iya kalau pengolahan informasi yang disampaikan di setiap media yang dimiliki atau baik on air itu berarti bukan dipegang oleh satu orang aja ya tapi setiap timnya itu mengelola informasi buat di sampai di media masing masing

J : heem ya itu tadi misalnya reporter di lapangan itu di lapangan kemudian *live* ini kan *live* report kemudian dia juga dia ngirim video atau foto ke whats app group nanti ini di whatsapp itu tim sosial media yang akan ambil dia yang akan naikan jadi bukan si reporternya yang naikan di ig nya ee akunnya akun atas nama sonora

L : Hmm gitu mas, nah kalau ini pernah ga sih mas kayak misalnya ada acara besar kayak ulang tahun sonora atau yang lain misalnya ada suatu acara nah di acara tersebut tentu aada perencanaan nah ada perencanaan produksi dan juga ee pelaksanaannya nah itu tuh gimana sih mas maksudnya dari segi produksinya

J : Ah yang kemarin ini kita melakukan ini 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 ee komunitas ee komunitas tuh siaran nonstop 50 jam ya tentunya kita membuat ee 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 bener bener berjalan dengan baik

L : Kalau dari acara itu sendiri pasti diinformasikan ya mas di media sosial di radio, nah itu tuh ada kasih misalnya di instagram kontennya harus gini gini gitu

J : Iya pasti oh iya itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promo kan na itu jadi kayak 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

L : berarti sudah otomatis ya mas

J : Sudah otomatis dibuat sistem

L : Baik mas, sudah itu saja pertanyaannya mungkin nanti kalau misalnya aku ada pertanyaan tambahan boleh

J : Boleh nanti di wa apa saja kekurangannya apa nanti aku kasih file file yang dibutuhkan

L : Baik mas terima kasih banyak sudah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara hari ini

TRANSKRIP WAWANCARA TAMBAHAN SETELAH SIDANG SKRIPSI

L : Dengan adanya konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Sonora apakah pemasukan radio sonora ini meningkat? kalau meningkat sekitar berapa persen? faktor faktor apa saja yang membuat terjadinya peningkatan pemasukan di radio sonora?

J : Konvergensi radio dari analog/siaran konvensional ke digital dalam bentuk youtube dan sonora.id otomatis mendapatkan revenue atau pendapatan dari platform digital tersebut

L : baik mas, selanjutnya kalau untuk program Sonora Broadcast Academy itu menjalin kerja sama dengan pihak mana saja ya mas?

J : Full program milik sonora

1. Sebagai inovasi mendapatkan income/renew
2. Terobosan menciptakan para broscast yg siap bekerja

L : selanjutnya kan radio sonora ini bagian dari Kompas Gramedia ya mas, nah pernah ada ga sih mas kerja sama antara radio sonora dengan perusahaan perusahaan dibawah Kompas Gramedia lainnya gitu mas? kalau pernah mungkin boleh dijelaskan bentuk kerja samanya seperti apa...

J: Banyak

1. Dengan Toko Buku Gramedia acara bedah buku, Toko Buku dan Penerbit Buku Kompas
2. Hotel Santika acara event semonar di hotel
3. KompasTV event off air pembagian setbox tv digital dll

L : kalau di acara bedah buku dan event seminar di hotel, radio sonora menyiarkan atau bagaimana ya mas?

J : Ada yg live ada yg rekaman atau cukup naik di Youtube, Tergantung kebutuhan, durasi dan value

L : berarti dalam acara tersebut kerja samanya dilakukan secara keseluruhan ya mas, dimulai dari perencanaan - produksi - hingga distribusi?

J : Ya betul ada yg kerjasama sebagai support program kerjasama ada yg ada nilai uangnya. Bedah buku biasanya kerjasama barter sonora dapat konten program buku baru dan toko buku produknya tersosialisasi. Jika yg ada nilai uang semi barter kayak event di hotel atau kerjasama dgn kompastv ada nilai uang

Lampiran 10. Transkrip Wawancara Informan 3

Transkrip Wawancara Informan 3 (Pak Aden)

L : LINDA

A : ADEN

Isi :

L : Iya sebelumnya boleh pak diperkenalkan dulu nama bapak dan jabatannya di RRI apa?

A : Saya Aden Muhammad Darlian, selaku koordinator bidang layanan umum di LPP RRI Jakarta

L Baik pak kalau boleh tahu usia bapak berapa dan sudah bekerja berapa lama di RRI?

A : Saya usia sudah 56 Tahun dan lamanya bekerja di rri sudah kurang lebih 28 tahun mba Linda

L : Baik pak, kalau boleh tahu tanggung jawab di posisi bapak ini bagai ee apa aja

A : Oke jadi di RRI jakarta itu ada 5 bidang dibawah kepala RRI yaitu bidang teknik dibawah oleh koordinator, kemudian bidang tata usaha kabag TU, kemudian itu ada produksi itu aada koordinator produksi jurnalis, ada program programa 1 2 dan 4, dibawah koordinator program ada layanan usaha dibawah koordinator bidang layanan usaha, nah salah satu ee tugas dan fungsi layanan usaha kita pada intinya adalah bagaimana menjadi jembatan informasi bagi external public relations dan juga internal public relations, dan satu hal lagi untuk menjawab kebutuhan tadi kita mempunyai 3 sesi, pertama informasi publik, komunikasi publik, dan layanan usaha, mungkin yang ditekankan adalah layanan usaha karena ini menyangkut bagaimana rri jakarta harus mendapatkan pemasukan ke kas negara berupa penerimaan bukan pajak dan segala hal pemasukan pemasukan rri jakarta baik dari program maupun penyewaan penyewaan tempat yang bisa disewakan itu melalui layanan bidang usaha dan uang tersebut itu langsung di setorkan kepada kas negara melalui mekanisme elektronik billing atau ebilling jadi fungsinya LPU ini lebih kepada business development sebetulnya kalau di luar tetapi juga sekaligus menjadi public relations yang menjembatani informasi informasi mengenai internal dan eksternal, kita ada namanya PPID juga ada juga kita memiliki apa namanya layanan layanan usaha dan juga semacam pengabdian untuk masyarakat yang bukan sifatnya konten acara seperti off air kita menyelenggarakan misalnya difabel untuk menyuarakan, kita menyelenggarakan pentas seni untuk sekolah sekolah festival pelajar kita punya ptd

L : Oh iya kayak program program gitu ya pak

A : Iya itu di bidang layanan usaha yang menjadi leading sektornya

L : Berarti kalau program program tersebut diselenggarakannya oleh bidang layanan usaha?

A : Iya bidang layanan usaha, tapi bidang layanan usaha karena sifatnya radio itu tidak bisa sendiri harus berkolaborasi dengan orang program yang memiliki konten program dan juga dengan teknik supportingnya, tetapi leading sektor untuk menyelenggarakan hal tersebut adalah di bidang layanan usaha

L : Oke baik pak masuk ke pertanyaan selanjutnya, bagaimana sih adaptasi rri jakarta di era digital ini kan banyak nih konvergensi media yang dilakuin sama rri jakarta, terlebih lagi rri ini merupakan kayak ee apa radio yang udah lama naik ke udara gitu ya pak, terus gimana sih kalau dilihat dari layanan pengembangan usaha tentang adanya konvergensi media di era digital ini

A : Sebetulnya keniscayaan konvergensi media setelah adanya internet, setelah adanya internet semua jadi berubah menjadi digital konvergensi media itu kan penyatuan dari berbagai macam, ini dari bidang layanan usaha sebenarnya core bisnis nya yang utama adalah tadi yang saya bilang bagaimana kita harus memberikan layanan usaha kepada negara dalam bentuk penerima negara bukan

pajak yang kedua bagaimana kita menginformasikan ke sedemikian tim mengenai kegiatan kegitan di rri dan juga menjembatani keingintahuan masyarakat terhadap rri nah mengenai masalah 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 misalnya, atau mengetahui rri dari handphone mendengarkan itu lebih bagus, kemudian bagaimana lagi kita mencoba melakukan penetrasi pesan kemudian tadi layanan usaha karena ada layanan usaha berupa konten program maupun juga ee, tempat tempat yang disewakan seperti auditorium kemudian rooftop diatas untuk atm, ini bisa kita publish melalui media sosial yang lain seperti instagram kemudian tiktok, kemudian ppid yang menginformasikan semua dengan alamat websitenya jadi sesungguhnya dengan digitalisasi ini sangat memudahkan kita untuk menginformasikan seluas luasnya mungkin kepada publik mengenai keberadaan, dulu kan mungkin gangerti orang tapi sekarang kan punya instagram story yang kita bisa rancang mulai dari mana nih rencana promosinya, karena saya pikir ee anak anak sekarang ini kan mulai baru lagi generasinya, mereka harus dikenalkan seperti apa, kita menyesuaikan program program instagram misalnya tergantung dari program program yang ada, pro 1 pro 2 dan pro 4 karena segmentasi pasar yang berbeda maka kita juga melakukan penetrasi pesan melalui instagram juga berbeda tapi secara keseluruhan rri jakarta seperti apa, bagaimana bentuk pesan yang disampaikan, itu kita juga memiliki team work untuk sosial media seperti itu, kemudian untuk videotron kemudian standing seperti apa namanya di depan itu ee apa namanya kalau adek datang di sebelah lift itu ada yang namanya sign in apa namanya ya istilahnya apa ya ee, digital sign it, digital sign it itu semacam yang standing itu kayak video tron kecil itu kan isinya lpu semua, jadi kalau misal ada orang baru datang bisa tau ada ppid dibawah apa yang ditanyakan ya semuanya serba digital sih gitu lebih memudahkan dibandingkan kita harus jaman dahulu ya sifatnya masih manual masih analog, kandungan digital ini semuanya memungkinkan, mereka bisa liat instagram jadi membuka jendelanya lebih luas gitu L : oh iya begitu ya pak baik, terus untuk pertanyaan selanjutnya bagaimana strategi dari layanan atau pengembangan usaha di era digital ini

A : Ya yang seperti yang saya sampaikan tadi kalau sebelumnya adanya handphone playstore gitu ee manual banget kan telpon sana telpon sini, sekarang kita optimalkan medsos, plus juga diantaranya kita aktif di tiktok dan instagram, kemudian untuk e-flyer kita juga aktif, kemudian kita juga ada kerja sama dengan ee sekolah sekolah, pokoknya dengan stake holder kita kita ajak kerja sama bagaimana memperkenalkan rri dan baru baru ini kita mencoba penetrasi khususnya rri jakarta ya, untuk sekolah yang ada di provinsi DKI Jakarta mengadakan event namanya festival pelajar nusantara, mereka kita buat event selama 6 hari dan merek aynag menyelenggarakan, dan itu emudahkan bagaimana rri dikenal oleh seluruh lapisan generasi millennial ini terutama generasi z ya, supaya merek paham rri, dengan apa, mereka harus mendownload aplikasi rri play go di playstore atau di iphone juga ada, nah disitu mereka melihat program program rri seperti apa, setiap mereka yang datang atau berkunjung mengisi acara selama 6 hari ada fashion show, ada festival band, ada workshop media, ada lomba tari nusantara, ada pameran, semua yang masuk rri itu harus mendownload, jadi ini salah satu cara kita, siamping kita mendapatkan digitalisasi tadi, jadi kan anak sekarang tuh pasti punya handphone ee merek membantu kira, dan akhirnya apa yang terjadi, viewer kita

follower kita naik semua, itu salah satunya optimalisasi digitalisasi ala rri jakarta, belum lagi instagram instagram kita sejujurnya kita panjat juga panjat sosial menggunakan artis artis kita undang kemudian mereka harus nge tag juga supaya rri naik

L : Oh iya pak jadi berarti boleh dikatakan dampak di era digitalisasi ini dampaknya bisa ee berdampak banget itu ya pak

A : Sangat sangat berdampak sekali karena jujur ini hanya kreatifitas bagaimana kita mengoptimalkan kreatifitas temen temen sehingga digital ini benar benar memberikan dampak perubahan yang positif gitu, kuncinya memang ide kreatif, ide kreatif sebanyak mungkin, buat konten sebanyak mungkin di medsos sehingga dikenal, kemudian kita juga me lobby beberapa stake holder kita supaya mendownload, diantaranya tadi sekolah sekolah di jakarta mungkin, negeri tapi ya ini 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

L : Oh iya benar pak, eh untuk pertanyaan selanjutnya tadi kan bapak bilang kalau ada beberapa event event yang di adakan oleh LPU ya pak nah itu gimana sih eh apa namanya perencanaannya, dimulai dari perencanaan lalu proses produksi dan juga distribusi dari event tersebut, tapi dari proses kerja di LPU Jakarta

A : Jadi gini dek, setiap event itu berkenan dari proses biaya anggaran dan kadang kadang ada event yang memang bisa dibiayai oleh negara, ada juga event yang tidak sama sekali bisa masuk daftar list pembiayaan negara, jadi artinya suatu kita akan membuat event ini, kita akan mencoba menggali ide kreatif apa yang kira kira bisa dimunculkan, 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, kenapa harus hari H karena akan berhubungan juga dengan nanti kita mencari sponsor, karena sponsor itu berhubungan ee 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, otomatis juga setelah kita punya ide kreatif ini kita susun lintas ee 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, lalu bagaimana perjanjian kerjanya, setelah mereka oke, lalu dibuat program seperti apa, lalu kita eksekusi, jadi kalau sekiranya tidak memungkinkan kita ada alternatif-alternatif lain kira kira ee program apa yang paling sesuai yang bisa kita lakukan, misalnya kita kerja sama dengan pemprov DKI, kemudian sosialisasikan, sekarang ini ada kerja sama dengan pemprov DKI bagaimana rri jakarta di era digital ini mampu menjembatani komunikasi antara pemngambil kebijakan di pemprov dengan dinas masyarakat, nah ini era digital yang paling enak, dan salah satunya pendengar langsung bisa bertatap muka karena rri jakarta konvergensi media bukan hanya melalui suara tapi juga kita melalui gambar ada tv

L : Visualnya

A : Visualnya, ini ini semakin menarik sebetulnya dengan era digital seperti ini, dan yang belum mungkin yang belum kita optimal adalah kerja sama antar media yang berbeda, ini belum kita jajaki, misalnya rri dengan tv swasta, rri dengan yang lain,

ini lebih asik lagi masuk ke running text nya ditulis di rri ini kan mereka akan kita promosikan seperti apa

L : Berarti kalau kalau dilihat dari internalnya misalnya kan tadi kan disebutin kalau ada tiktok instagram trus ada youtube juga ada rri net ya kalau ga salah

A : RRI net iya

L : Berarti kerjasamanya baru antara media media rri

A : Iya media media yang kita miliki, tetapi untuk media ee tetapi dengan artis bisa, dengan artis dengan narasumber narasumber itu otomatis mereka nge tag dong karena kita pansos seperti itu, tapi untuk antar media, kerja sama antar media baru beberapa tapi belum menjadi sebuah kerja yang menjadi eapa ya menjadi yang paling utama ya, ee masih ada beberapa engan media lain ada, tetapi tidak menjadi sesuatu yang mutlak, mungkin kedepan kita akan menjajaki juga dengan media media lain supaya sama sama saling menguntungkan, kecuali media partner ya dalam kegiatan off air itu pasti ada, maksud saya media yang sejenis apakah memungkinkan karena rri itu bagaimanapun juga milik ee radio publik yang masih terikat dengan aturan aturan main, kalau radio radio atau media media lain mungkin mereka lebih personal lebih profit taking, nah itu kita juga ga gabisa seperti itu karena ada misi sosial, misi pendidikan, misi budaya, yang di emban oleh rri

L : Berarti kayak ada batasan batasan ya

A : Sangat, batasan batasan yang tidak boleh menjadikan apa namanya ee rri betul betul profit oriented, tetapi fokus utamanya adalah bagaimana mencerdaskan kehidupan bangsa melalui radio, nah itu mungkin

L : Iya berarti kalau dari event event atau acara acara tersebut itu bisa dibilang kayak suatu kolaborasi gitu ga sih pak

A : Iya

L : tapi hanya di rri saja gitu

A : Iya eh kita berkolaborasi penggunaannya bukan hanya di rri acaranya, diluar juga bisa, kita buka ini off air namanya, off air itu sesuatu, ee on air juga bisa tetapi diluar sering kita lakukan, misalnya kita mengenai mangrove, kita ambil di jakarta utara, atau kita bicara mengenai kebersihan kali ciliwung kita memang spot disana masyarakat disana namanya focus group discussion ya fgd karena itu ada namanya program program yang memang kita buat setiap bulan dua kali program program yang sifatnya environmental lingkungan, kita harus bangun denger seperti apa masyarakat, ada pemangku kebijakan, kita melakukan semua itu, lalu kita kasih mereka merhandise, nah itu biasanya kita yang punya program dan ujung ujungnya kembali mereka dipaksa untuk mendownload aplikasi gitu

L : Iya gitu, trus kalau dari acara acara tersebut kan pastinya kayak ada promosi dulu lewat sosial, nah atau biasanya juga kan pas magang dulu kayak suka denger misalnya penyiarnya ngasih informasi

A : Adlibs iya heem

L : Iya informasi tentang acara acara di rri nah itu tuh disuruh ee bukan disuruh ya maksudnya diinformasikannya itu dari lpu nya sendiri untuk misalnya nanti penyiar ini boleh tolong minta informasikan kalau bakal ada acara ini, atau misalnya tolong informasikan tentang ini ya di media sosialnya

A : Ada dua, ada dua mungkin banyak ya bukan dua itu berkenaan dengan program, program konten, program konten yang datangnya dari program mungkin program yang meng create sendiri, tetapi konten program yang datangnya dari pihak luar kerja sama, adanya kerja sama berkenaan dengan penerimaan bukan pajak ada klien

yang masuk ke rri meng create dan 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, dipaksa juga, program tertentu harus membuat flyer ini dan kita menginformasikan bahwa ada kegiatan ini atau bintang tamu ini ini ini, jadi fleksibel, tergantung bagaimana konten program itu berasal, kalau memang sekiranya mereka berbayar dan uangnya juga untuk negara, maka semuanya harus meng create itu menyukseskan program tersebut meskipun datangnya dari LPU, kalau datangnya program orang program sendiri yang membuat ee kontennya, promo kontennya seperti itu

L : Oh iya pak, hm

A : Iya ada lagi ga, mas adi kalau pnbp itu undang undang nomor berapa, perdirut nomor 5 tahun 2023, jelas ga

L : Iya jelas pak

A : itu pnbp, satu lagi untuk pemerintah peraturan pemerintah nomor 68 ya, 2020 Nah itu berkenaan dengan penerimaan negara bukan pajak jadi kita juga diwajibkan oleh pemerintah untuk sumbangan uang kepada negara, nah itu yang berkenaan dengan masalah konten karena itu menyangkut klien, misalkan nanti besok ada wayang, itu kan edukasi program tetapi juga mengedukasi program tetapi juga sekaligus tontonan dan hiburan untuk masyarakat, nah itu kontennya kerja sama dengan pihak tertentu, lalu program semua program itu menyiarkan, kita membangun juga bagaimana promosinya, biasanya satu minggu sebelum acara itu berlangsung kita sudah menyiarkan atau mempromosikan hal tersebut, banyak loh antar pemerintah gitu, kerja sama banyak sekali

L : Iya baik pak, ee kalau misalnya suatu event, event yang paling besar ni apa pak, ee maksudnya acara yang pernah di adain di rri yang sampe mulai dari perencanaannya...

A : Oh ini festival pelajar, festival pelajar ini event yang paling gila, karena merencanakan sampai 2 bulan lebih, dan semuanya melalui kerja sama total dengan pihak luar, baik dari kepesertaan, karena pesertanya perhari harus masuk sekitar 2000 peserta

L : Oh banyak juga ya pak

A : Banyak sekali

L : Berarti itu bisa dikatakan paling besar

A : Paling besar yang memang menjadi ee rri jakarta menjadi acuan untuk nasional

L : Berarti acara tersebut diselenggarakannya oleh RRI Jakarta

A : RRI Jakarta, dan kami LPU jadi leading sektor saya jadi ketuanya harus meng create sebuah acara, harus mendatangkan artis, 13 artis selama 6 hari, mendatangkan peserta sekitar 10 ribu penonton ya tapi diganti ganti kemudian peserta band indie berapa puluh band, kemudian peserta tari nasional berapa puluh tari kemudian monolog SMA, mereka berkompetisi

L : Oh Rangkaian acaranya banyak ya pak

A : Banyak sekali, kemudian peserta, kemudian UMKM tapi dari sekolah smk smk, dan mereka ee mereka bersaing untuk mendapatkan yang terbaik, tapi itu kita kerja sama dengan pemprov dki jakarta diantaranya dinas pendidikan dan dinas perhubungan untuk mengangkut anak sekolah dari sekolah menuju kesini, tetapi bagaimana flow nya mengaturnya anak anak sekolah itu masya allah luar biasa effortnya besar, dan panitianya semuanya osis se jakarta

L : Oh berarti panitianya diambilnya dari pihak luar ya

A : Iya dari pihak rri kita hanya supporting menjadi mentoring bagaimana menjadikan event ini suatu pembelajaran menjadi event organize insya allah internasional buat anak anak yang berskala internasional jadi kita mencoba meng create mereka mencoba untuk memahami bagaimana kerja event organize dan sukses, sukses besar, keren ya

L : Oh iya keren bener pak

A : Sampe nginep nginep anak sekolah, kepala ketua osis dan kepala apa satu lagi yang direkrut jadi panitia

L : MPK

A : Iya MPK, rame se jakarta ngumpul disini, artinya mereka juga minta lagi acara yang akhirnya dibuatlah acara nasional jakarta untuk tahun ini

L : Oh dibuat lagi program baru gitu ya pak

A : Iya untuk tingkat nasional namanya festival pelajar nusantara dan rri jakarta menjadi tuan rumahnya host nya

L : Berarti acara tersebut selain melibatkan pihak luar, pihak rri nya sendiri juga pasti misalnya dari apa namanya dari produksinya itu

A : jadi gini sejujurnya kita mencoba mengenalkan bagaimana sih caranya membuat sebuah event dari mulai perencanaan mengorganize menghitung produksi konsumsi keamanan perizinan sampai terselenggara, undangan apa saja yang perlu di undang, bagaimana parameter keberhasilan kita ajarkan ke mereka mereka bagaimana menjadi mc, bagaimana membuat rundown acara, bagaimana menetapkan orang orang, bagaimana mengatur mereka supaya tidak bosan, bagaimana mendapatkan konsumsi tanpa nol budget, ini menarik nol budget jadi mereka berpikir keras bagaimana, tetapi kita tuh anak anak sma bukan untuk mencari dana tapi mereka yang penting tau di back up kita semua, yang penting paham cara mengatur lintas bidang seperti ini seperti ini, keren kamu harusnya ikutan

L :Iya pengen pak tapi sudah bukan waktu saya lagi, pernah diajak buat nonton tapi saya gak nonton hehe, kalau begitu terima kasih banyak ya pak atas waktunya terima kasih atas informasi yang telah diberikan

A : Iya sama sama mba Linda, semoga bermanfaat, kalau ada yang kurang bisa hubungi saya lagi saja.

Lampiran 11. Transkrip Wawancara Informan 4

Transkrip Wawancara Informan 4 (Mas Jumar)

L : LINDA

J : JUMAR

Isi :

L : Iya mas langsung aja ya nah pertanyaan pertama gimana sih adaptasi radio sonora ini di era digital, dilihat dari bidang layanan pengembangan usaha?

J : Usaha ya, jadi layanan pengembangan usaha di era digital sebenarnya salah satunya ya itu tadi misalnya dengan mengembangkan program ee apa namanya 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 kemudian sonora id, trus kemudian podcast, kemudian ee apa namanya ee siaran yang tadi misalnya dilakukan di outdoor dengan menggunakan ee mekanisme apa namanya ee *live* youtube trus kemudian kita membuat sebuah acara *talkshow* dengan hybrid dengan zoom dan sebagainya itu kan ee pengembangan usaha di era digital dampak dari ee disruption tadi kan perubahan pola tadi

L : kalau perubahan tugas tugasnya tuh gimana mas?

J : Kalau perubahan tugasnya ya kita terus memaksimalkan sumber daya yang ada trus makannya kami selalu mengatakan yaitu adalah multitasking tapi meskipun multitasking adalah kayak contohnya tadi siang tadi untuk menjadi seorang operator youtube mengoperasikan youtube, ketika siaran di dalam ataupun siaran dimana kan operator youtube nya harus stand by

L : Oh iyaa

J : Dia yang memindahkan posisi template gambarnya atau dia mengubah running text nya atau dia mengubah judulnya nah itu dia kan ada ini tim digital yang memberikan pelatihan tim digital tuh tim sonora id, karena tim sonora id tuh tim nya kan ada tim video ada tim ee apa namanya editor video dan sebagainya, nah mereka memberika 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 ee saya yang kerjanya harusnya menulis berita harus bisa mengoperasikan itu

L : Oh iya berarti sangat memungkinkan untuk satu orang itu bisa dapet dua pekerjaan atau tanggung jawab

J : Iya lebih malah bahkan itu misalnya kayak di sonora ini penyiar ya, di sonora ini dia bisa reportase, bisa siaran, dia bisa laporan lalu lintas, dia bisa bikin podcast, jadi memang tuntutananya harus seperti itu harus multitasking

L : Kalau misalnya tadi ada acara yang ulang tahun sonora ya mas, nah itu kalau dilihat dari bidang layanan atau pengembangan usaha untuk mendukung acara tersebut tuh apa saja sih mas faktor faktornya?

J : Mendukung bidang usaha?

L : Engga mendukung acara tersebut kalau dilihat dari pandangan bidang layanan pengembangan usaha

J : Eee jadi misalnya ada event gitu ya trus kemudian?

L : eh iya trus cara mendukung event tersebut kalau misalnya saya bidang layanan pengembangan usaha nah untuk mendukung produksi event tersebut gimana, ya bentuk dukungannya tuh apa aja?

J : Oh event berjalan ya, kalau bentuk itu pengembangan usaha ya kalau kami tuh mungkin bahasa lainnya tim business development ya ya tentutnya agar berjalan itu lancar tentunya yang jelas sinergi ya, kita misalnya menggandeng mencari misalnya sonora kemarin ulang tahun, mengadakan event kita menggandeng stake holder ee pemangku kepentingan yang lain, kementerian atau lembaga untuk bisa berkolaborasi, ee 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 ee portalnya, 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.

L : Oh begitu iya mas

J : Ya beda si memang sama si Linda menggali dari sebuah radio swasta dengan radio negeri kalau negeri kan ada budgetnya dari pemerintah, sama pasti kan kalau dia ada anggaran mengadakan acara ya bisa menjalankan acara programnya ya duitnya udah ada, kalau kayak kami swasta kita bagaimana acara ini berjalan baik trus dapat pemasukan dapat sponsor dapat profit, kan harus ada profit, kalau RRI mah mungkin programnya maaf ya corong pemerintah, yasudah pemerintah maunya apa ikutin aja meskipun mereka juga dipantau, ini kok RRI ngangkat berita seperti ini, nanti ada telepon,

Lampiran 12. Transkrip Wawancara Informan 5

Transkrip Wawancara Informan 5 (Pak Syamsuri)

L : LINDA

S : SYAMSURI

Isi :

L : Sebelumnya terima kasih ya pak sudah mau meluangkan waktunya kembali, jadi gini pak boleh diperkenalkan dulu nama dan jabatan bapak serta tanggung jawab bapak sebagai apa di rri jakarta

S : Saya pak syamsuri di rri sebagai koordinator lapangan di teknologi dan media baru

L : Kalau boleh tau tanggung jawab pekerjaan bapak ini seperti apa sih pak

S : Tanggung jawabnya adalah pertama saya mengkoordinasikan temen temen setiap ada rencana penyiaran itu tanggal berapa, kapan, lalu mendiskusikannya dengan teman teman agar segala sesuatunya untuk acara mulai dari persiapan teknik kami terorganisasi kebutuhan kebutuhan dari temen temen program, dan kita bicara misal mau ada apa kemudian pada saat itu segala sesuatunya ready semua siap gitu

L : Iya baik pak, selanjutnya pertanyaan mengenai konvergensi media ya pak jadi gimana sih adaptasi rri jakarta ini di era digital kalau dilihat dari bidang teknologi media baru

S : Kalau dilihat digital rri tuh sudah menjalankan dari tahun 2008 nah itu belum begitu kenceng ya, tetapi perencanaannya itu dari tahu 2008, sebenarnya rri sudah mendahului waktu kami memiliki peralatan dari austria pada waktu itu sudah sebagian terorganize dan outputnya sudah dipegang, maka rri khususnya divisi TMB rri jakarta khususnya, 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

L : Iya baik pak, ee trus kalau dari adanya perubahan perubahan atau adaptasi rri di era digital ini tuh dampak apa aja sih yang diberikan?

S : Dampak atau impact nya sih luar biasa, yakan, tentunya semua harus disegerakan, tentunya kan berbagai ada lah masalah masalah kecil alhamdulillah kami juga bisa menghadapinya, 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

L : Iya kalau boleh tau aplikasi tersebut itu digunakannya untuk apa aja sih pak trus ada berapa aplikasi gitu yang digunakan

S : Oh banyak pertama untuk siaran sendiri ya, untuk siaran sendiri sudah menggunakan aplikasi playback untuk apa ya memainkan kita sudah menggunakan aplikasinya, tentunya aplikasinya tidak murah, dan juga semuanya mengacu kepada standar operasional prosedur, jadi ada namanya ee resmi lah semuanya karena sebetulnya aplikasi ini kan mahal, suka tidak suka kita harus menggunakan itu, gitu

multimediana juga sudah mempersiapkan segala sesuatunya untuk aplikasi aplikasi yang kita gunakan baik di broadcasting maupun di produksi rekaman, jadi ada aplikasi playback, aplikasi untuk mengconnecting satelit, aplikasi ini playback ini adalah sebuah perangkat yang menggunakan ip adress untuk di wilayah indonesia, papua jakarta umpunya, kita mau menghubungkan papua jakarta atau jakarta lampung, atau jakarta banda aceh, itu kita sudah pake alat yang namanya connecting itu juga kita pakai aplikasi

L : Oh iya iya, trus udah itu aja ya pak

S : Iya iya

L : Oke baik trus kan kalau misalnya ada produksi kan itu suka ada *live* pake rri net gitu ya pak, trus kan suka bisa dilihatnya kan di web nya rri kan di rri.co.id sama di aplikasi juga bisa kan pak, nah kalau *live* begitu tuh yang ngatur *live* nya siapa sih pak

S : Jadi kami punya planning mba Linda kita punya planning untk tugas rri, mulai pukul 6 pagi sampai jam 19 wib, sampai jam 7 malam, aplikasi tadi diantaranya kita pakai vmix video mixing kita sudah menggunakan aplikasi itu karena bukan standar lagi ya, luar biasa lah bagus itu kami cari aman, terus mengenai apa tadi pertanyaannya

L : em tentang itu pertanyaannya yang mengoperasikan kayak rri net

S : Nah yang mengoperasikan rri net ini sya pribadi sebagai korlap sudah membuatkan planning mulai dari jam 6 sampai jam 19 tadi

L : Oh iya pak

S : Nah itu tadi kan temen temen dari multimedia itu ada 4 yang bertugas disitu dan alhamdulillah segala sesuatu kan memang perlu proses perencanaan butuh proses kegiatan dan itu karena sudah terbiasa tadi yang saya bilang akhirnya berjalan dengan lancar, dari TMB yang mengoperasionalkan

L : Iya pak terus kalau misalnya di *live* gitu kan suka ada perubahan kayak misalnya nama nama dari penyiarinya atau judul judul program trus pernah ada ga sih pak kayak mencantumkan kayak misalnya logo instagramnya rri atau logo tiktaknya rri gitu gitu pak misalnya usernamenya gitu

S : Ada dong, kita begitu, tetapi itu dikhususkan sama temen temen program

L : Oh iya pak, terus selanjunya kalau misalnya ada suatu konten nih pak yang diperbanyak gitu, misalnya dari siaran trus misalnya hasil siarannya ini dipublikasikan di instagram atau di tiktok atau misalnya di youtube nah itu tugasnya siapa sih pak

S : Tugasnya kami di TMB teknologi media baru, yang pertama kita kerja bareng, jadi ada dua divisi disini mba linda, di tmb sendiri itu di bidang audio dan editingnya, kemudian di teman net, ee saya suka menyebutnya teman teman di rri net yang memproduksi mulai dari penayangan sampai dari editing kemudian produksi matengnya itu dari teman teman, jadi tmb disini punya tugas untuk menyelaraskan audio supaya hasilnya baik gitu kan, jadi kerja bareng

L : Oh iya pak berarti sebelum itu

S : Kita rancang dulu produksi tadi kita rancang kita pilih scene to scene nya kita pilih sehingga jadi durasinya dari 1 jam itu apa aja sih yang perlu ditayangkan, itu perlu diedit

L : Oh iya baik pak, lalu dengan adanya hal kayak gitu pak, maksudnya kayak perencanaan gitu gitu nah itu tuh gimana caranya si apa teknologi media baru ini mendukungnya, maksudnya peran dari tmb nya itu gimana sih?

S : Peran dari kami pertama itu ee harus diskusi, harus diskusi apasih yang akan mau dikerjakan untuk katakan saja ada program siaran luar outdoor gitu nah kita diskusi bersama sama dengan temen temen rri net, butuhnya kamera berapa buah untuk angle angle nya diatur tuh disitu supaya hasilnya memuaskan kemudian kami terus merancang sisipan bridging-bridging kayak opening siaran gitu itu kita catat, kemudian yang ngurus yang mana nih, ya yang kayak gitu lah kita kerja bareng kemudian setelah kira produksi bersama teman teman rri net kita lihat gimana dulu hasilnya kalau 70% 80% itu masih ada perbaikan sampai dia benar benar fix baru kita tayangkan melalui youtube di youtube rri jakarta, juga sekalian produksi rekaman trus kita dokumentasikan

L : oh iya berarti ee tapi konten tersebut tuh bisa di upload di selain di youtube itu di media lainnya gasih pak

S : Bisa kok bisa, kami memberikan informasi untuk publik itu terbuka

L : Oh iya berarti kalau dari yang tadi itu bisa dibilang itu suatu yang kolaboratif ya pak

S : Iya karena kan kerja itu suatu tim ya, artinya personil masing masing itu punya tanggung jawab masing masing kemudian kita combine ee kerja dan kinerja yang baik untuk produksi tadi

L : Iya tapi kalau misal dari hal lain nih pak misal ada bahan siaran atau misalnya suatu informasi, jadi misalnya suatu informasi itu di repackage, jadi dibuat ulang buat di upload di media lain misal dari youtube ee di cut cut lagi videonya trus buat di upload di media lain, nah itu bagaimana ya pak?

S : Iya kami selalu, ee setelah proses keseluruhan kami utamakan untuk broadcasting 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

L : Iya bener nah terus pernah ada ga sih pak suatu permintaan misalnya TMB disuruh bikin konten yang kayak gini, atau misalnya bahan siaran yang ini harus kayak gini gitu pak

S : oh iya disitu kan kita kerja sama dengan temen temen program, ada pengarah acara, ada produser, untuk membuat hasil yang maksimal itu kan kita membutuhkan segala personil personil yang masing masing punya job description jadi kita kami tidak bekerja sendiri, ketika kami mengedit pun disitu ada produser teknik, ada pengarah acara, semua ter combine, semua terproduksi dengan baik gitu loh sesuai permintaan

L : Iya oke baik pak untuk pertanyaan pertanyaannya sudah cukup sih pak, em terima kasih banyak ya pak sudah mau meluangkan waktu lagi

S : Gapapa, saya lagi repot maaf ya mba kalau susah dihubungin

Lampiran 13. Transkrip Wawancara Informan 6

Transkrip Wawancara Informan 6 (Mas Heskey)

L : LINDA

H: HESKEY

Isi :

L : Iya selamat siang mas

H : Siang

L : Pada kesempatan kali ini saya izin mewawancarai mas sebagai salah satu narasumber saya mungkin boleh diperkenalkan diri dulu

H : Oke saya Heskey saya di radio sonora sebagai IT Support

L : Kalau boleh tau mas sudah berapa lama ya bekerja di Sonora?

H : Saya baru sih baru 3,5 tahun lah

L : Iya boleh mas langsung aja

H : Apa pertanyaannya gimana?

L : Gapapa mas langsung aja

H : Iya jadi kalau di radio tuh, eh ini kan membahas tentang konvergensi kan dan perkembangan teknologi di radio sendiri ya, ee kalau di radio kan pertama kita sebagai *platform* radio tuh Cuma radio konvensional kan, hanya radio berdasarkan ee dari pemancar langsung kita terima di radio konvensional, sekarang kan udah ada teknologi *streaming* , nah jadi suatu teknologi yang diadopsi di radio tuh *streaming* gitu sih baru itu ya, karena melihat em perkembangannya juga ya di radio juga akhirnya ee merambah ke dunia video juga, karena di tuntutan untuk setiap *talkshow* itu ada *live streaming* youtube juga gitu, seperti sekarang kita harus megikuti perkembangan itu dimana dulu kan radio kan oh yaudah audio gitu kan tapi sekarang tuh gabisa gitu, makannya dia ke arah sana juga gitu gitu sih intronya gitu sih

L : Oke itu ee udah termasuk bisa dibilang itu ga sih adaptasi radio sonora dari segi sarana prasarananya gitu?

H : Iya bener, pertama itu dulu kita Cuma hanya *talkshow* di studio orang dateng gitu kan, itu pertama, adaptasinya itu pertama sih semenjak ada zoom, kita adopsi itu ee selama pandemi tamu tuh susah untuk dateng kan iya jadi kita pake zoom dimana itu talk show bisa dijalankan melalui narasumber dimana pun, tapi penyiar harus tetap kesini gitu, itu adaptasi pertama, kedua adaptasi kedua itu tadi teknologi video tadi dimana klien kebanyakan minta oh bisa ga nih *live* youtube gitu kan, e kita juga punya *platform* youtube dan bisa menaikan adsense dan pendapatan dan lain lainnya juga dari situ gitu

L : Trus kalau dari hal itu ee dampak apa aja sih mas yang didapetin gitu

H : Dampak itu dampak baik atau buruk nih

L : E baik boleh buruk boleh

H : Ya dampak baiknya adalah pertama dari adaptasi zoom ya pertama itu tu sangat efisiensi waktu sih dari segi dari segi talk show ya karena narasumber tidak perlu kesini dan bisa gitu, dengan kualitas audio yang mungkin kelemahannya adalah audionya karena kita gak bisa nge setting audio dari narasumber karena kan dia punya device sendiri gitu, kalau talk show di studio kan kita udah punya alat yang proper gitu itu kelemahannya tapi kelebihanannya adalah efisiensi waktu tentunya, tapi dampaknya dari youtube juga ya kita menambah *platform* baru pendapatan baru dari youtube terus juga menambah attraction juga terus menambah sebuah

awareness akan sebuah produk kita youtube, kita bisa sharing juga, kita bisa kenal dengan penyiarnya gitu

L : Iya

H : Itu dampaknya tapi kalau dampak selain itu ya paling kita 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

L : Oh iya, trus jadi ada nih mas yang namanya promosi gitu nah kalau dari bagian IT sendiri gimana sih cara ngedukung siarannya,

H : 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 ketika kita ada klien *talkshow* ke kita dia pasti ngirim materi iklan trus ngirim ee 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, misal logo perusahaannya atau produk yang dia mau ee sharing ka, yang mau dia bahas gitu sih

L : Oh iya, terus ini kan di bidang IT ya mas, kalau misalnya dari segi produksi suatu konten atau isi konten yang bakal di siarin itu perannya apa aja?

H : 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

L : Terus hm sonora kan punya e youtube trus punya media sosial sendiri itu dipegangnya sama siapa mas, terus si bidang IT ini bertanggung jawab juga ga atas konten konten yang dipublikasikannya

H : Jadi kalau kita itu ada yang namanya tim digital, tim digital itu terdiri dari videographer, social media, copy writer, nama tim nya sonora id disini untuk konten konten gitu tuh biasanya mereka yang nge handle, 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 disiapkan 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 ee apa namanya ee standarnya mereka gitu gitu, ada yang ngurusin oh kontennya jangan kayak gini untuk filteringnya, tapi kalau dari tim IT sih gak gaada

L : Berarti lebih ke apa ya produksi nya

H : Betul produksi dan alat alatnya

L : Iya jadi udah si mas itu aja, terima kasih banyak ya mas sudah mau di wawancarai hehe

H : Iya linda sama sama santai aja

Lampiran 14. Open Coding Informan 1

OPEN CODING INFORMAN 1

DATA INFORMAN 1

Nama : Istikomah

Pekerjaan Jabatan : Ketua Tim Perencana Program dan Evaluasi RRI

Jakarta

Keterangan : Linda (L), I (Istikomah)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1	Pewawancara memperkenalkan diri dan menjelaskan sedikit kebutuhan untuk wawancara	L : Baik bu perkenalkan saya Linda Setya Ningrum saya izin melakukan wawancara dengan ibu terkait dengan kebutuhan tugas akhir saya atau skripsi saya yaitu mengenai konvergensi media pada radio, sebelumnya terima kasih bu sudah mau meluangkan waktunya. I : Iya mba Linda baik maaf ya mba jadi nunggu lama L : Gapapa ibu selamat siang ibu, ibu dengan ibu siapa? I : Iya siang, Istikomah	Informan menjawab dengan nafas berat karena baru saja menyelesaikan rapat	Pewawancara mengenalkan diri dan menanyakan latar belakang informan	Latar Belakang Informan
2	Pewawancara kaku dalam memberikan pertanyaan mengenai latar belakang pekerjaan informan	L : Iya ibu ee ibu udah berapa tahun bu di RRI? I : Saya di RRI sudah lama hampir 30 tahun, di RRI Jakarta baru 6 bulan L : Oh iyaa, kalau boleh tau ibu di RRI ini posisinya sebagai apa I : Sebagai ketua tim, ketua tim apa ya, saya itu jadi kalau jaman sebelum dibentuk tim tim sekarang disebutnya kepala bidang, tapi kalau sekarang istilahnya karena fungsional Jabatan Fungsional Ahli Madya terus jabatannya ketua tim perencana program dan evaluasi RRI Jakarta tugasnya ya mberkontribusi untuk merencanakan seluruh program tapi kalau saya fokusnya di pro 1 pro 2 pro 4 karena kalau pro 3 kan pemberitaan ya, trus juga melakukan evaluasi gitu	Informan sedikit kebingungan dalam menjelaskan jabatan karena nama posisi jabatan yang berubah	Informan menyampaikan jabatan dan tanggung jawab posisi tersebut	Latar belakang pekerjaan informan
3	Pewawancara kurang menjelaskan detail saat mengajukan pertanyaan Pewawancara memulai pertanyaan mengenai adaptasi radio di era digital	L : Oh iya baik bu, jadi aku mau nanya tentang konvergensi media RRI di era digital I : Oke hm L : Iya bu jadi pertanyaan pertama gimana sih adaptasi RRI Jakarta ini di era digital trus gimana sih dampak apa aja yang terjadi atau yang ada setelah adaptasi tersebut? I : Eh iya, di era konvergensi media digital saat ini RRI khususnya rri jakarta sudah menggunakan semua <i>platform</i> yang ada untuk bagaimana bisa nge <i>blast</i> program program kami bahasa kami sebelumnya kami sama di era tahun 2010 awal, kita masih menggunakan istilah teresterial, sekarang kami sudah punya aplikasi rri play go, kami punya kbrn, kami juga me nge <i>blast</i> di semua sosial media kami dan kami saat ini di aplikasi kami RRI Play go, semua ee aplikasi yang kita miliki menayangkan secara <i>live</i> program program rri jakarta baik program 1 program 2 dan program 4 jadi buat pendengar mungkin yang saat ini ee tidak terbiasa mendengarkan radio menggunakan ee apa ya namanya radio, silakan bisa <i>download</i> aplikasi kami RRI Play Go, disini ada siaran <i>live</i> pro 1 program 1 khususnya kami juga ada musik, silakan menyusun <i>playlist</i> 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 dan kota, ini baru kami luncurkan di ee pertengahan bulan puasa bulan ramadan kemarin, kenapa kami ee apa namanya megikuti semua perkembangan yang ada, ee ini salah satu tanggung	Informan menjelaskan dengan lengkap mengenai adaptasi yang telah dilakukan rri jakarta.	Informan menjelaskan adaptasi rri di era digital dengan menjelaskan program rri jakarta, menjelaskan <i>platform</i> media yang dimiliki dan digunakan oleh rri jakarta	Konvergensi Media Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan sonora

		<p>jawab kami sebagai media publik bagaimana informasi yang kami sampaikan itu bisa tersampaikan kepada pendengar kami, kepada masyarakat DKI Jakarta khususnya, sehingga program-program kami bisa apa ya ee informasi kami ee karena kan sekarang masyarakat itu ee bahasanya apa itu ee literasi untuk memilih berita yang benar eh bukan yang benar yang sudah terverifikasi, masyarakat kan kurang terliterasi, jadi sekarang kan masyarakat banyak menggunakan media sosial untuk mendapatkan informasi yang kadang-kadang belum tentu kejelasannya, asah tu bahasa kami sudah terverifikasi dengan narasumber yang memang berkompeten di bidangnya itu menjadi tanggung jawab kami RRI sebagai media publik untuk membuat <i>platform</i> media yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat DKI Jakarta</p>			
4		<p>L : Baik bu, untuk selanjutnya gimana sih bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika ee adaptasi di era digital misalnya kalau dulu kan cuma pake radio aja, nah kalau sekarang apasih perubahan tugasnya</p> <p>I : Nah jadi kalau keseluruhan sebenarnya kami sekarang hampir di semua lini pekerjaan kami ni sudah digital ya, baik secara administrasi, pelaporan, semua sudah digital, dan untuk siaran siaran kami ketika kami sudah menggunakan digital, perubahannya adalah kami semakin tertantang untuk membuat konten-konten yang menarik, untuk membuat konten-konten yang tadinya hanya media dengar audio, kami sekarang harus audio video karena untuk mengisi <i>platform platform</i> yang kami sediakan, yang tadinya audio sekarang jadi audio video, dan juga tulis. Itu salah satu ee tanggung jawab kami ketika kami sudah mengikuti bagaimana konvergensi media yang ada pada saat ini, sehingga ketika pendengar kami tidak bisa mengikuti ee siaran kami berita kami silakan buka kbrn kami, ketika pendengar kami misalnya ada hal-hal ingin tau seperti apa sih penyiar kami silakan buka rri play go di rri net, akan tau seperti apa penyiar kami. Itu salah satu perkembangan yang berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, dan berikutnya adalah menjadi tantangan terbesar kami tentang bagaimana kami membuat konten-konten yang memang sesuai dengan ee media yang kami miliki, jadi ketika kita ngomong sudah konvergensi media, disitu ada audio ada video, ada cetak, bagaimana sdm kami bisa menguasai ee apa ya yang namanya ee sdm kami bisa menguasai bagaimana cara membuat konten yang menarik ketika audio video, bagaimana kami bisa menulis dengan baik sesuai dengan ee media <i>online</i> sehingga tulisan kami itu menjadi apa namanya daya tarik untuk bisa dibaca oleh pendengar kami. Sebenarnya dari situ kami pun sudah membuat apa namanya regulasi aturan bagaimana sih ketika menulis di media <i>online</i> rri itu sudah ada aturannya, bagaimana sih ketika kami akan membuat program yang bersifat audio video di rri pun sudah punya regulasinya itu dampak dari kami ketika kami sudah ee apa ya membuat diri kami itu untuk bisa tampil di semua media yang ada.</p> <p>L : Berarti disesuaikan sama setiap <i>platform</i> gitu ya bu?</p> <p>I : Yes, semua <i>platform</i> tu ada video khusus audio videonya ada rri net dan juga cetaknya di rri.co.id.</p>		<p>Informan menjelaskan tentang bentuk perubahan tugas rri di era digital seperti yang tadinya hanya membuat konten audio namun kini bertambah menjadi audio video serta bentuk tulisan.</p> <p>Informan juga menjelaskan bahwa terdapat regulasi yang mengaturnya.</p>	<p>Konvergensi Media Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk perubahan sonora</p>
5	<p>Pewawancara bertanya kepada informan</p>	<p>L : Baik bu, selanjutnya gimana sih perencanaan program di radio republik indonesia ini dalam beradaptasi?</p>	<p>Informan menawarkan kepada pewawancara</p>	<p>Informan menjelaskan mengenai perencanaan</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunik</p>

	<p>terkait bagaimana perencanaan program di RRI dalam beradaptasi di era digital</p>	<p>I : Iya jadi ee program program kami adalah ee dipandu oleh kami kan istiahnya ada jenjang secara ee apa ya istilahnya organisasi ada diatas di kami rri jakarta itu punya atasan namanya direktur utama dan disitu ada satu lagi direktur program dan produksi yang membuat semua kebijakan soal bagaimana siaran di RRI termasuk rri jakarta. Bagaimana si program 1 nya, kami sudah punya buku panduannya, gini loh cara mengemas program program di program 1, penyiarnya kayak apa ini loh, lagunya kayak apa ini loh, narasumbernya siapa ini loh narasumbernya, kami sudah punya panduannya dan kami akan dimonitoring oleh direktorat program dan produksi RRI di gedung sebelah lantai 5, apakah siaran kami sudah sesuai dengan panduan itu, jadi kami sudah terstruktur secara organisasi bahwa ee program program yang kami tayangkan program program yang kami siarkan program program yang kami tulis tuh sudah iatur oleh regulasi ee direksi kami, jadi bukan kepala RRI Jakarta yang menyusun program kami, tapi dari direktorat rogram dan produksi rri menyusun sebuah konsep program untuk rri seluruh Indonesia. 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 itu akan di contoh di rri seluruh indonesia, bagaimana gaya penyiarnya itu akan dicontoh, bagaimana musik musiknya pun akan dicontoh, dan kami akan mendapat pantauan langsung, dari direktur kami gitu kan, kami kan di evaluasi apakah sudah sesuai atau belum, nanti kami akan mendapat pembekalan lagi, termasuk musik dan lagu di siaran siaran kami. Itu sudah ada panduannya semua, nanti tak kasih bukunya.</p> <p>L : Hm begitu, iya boleh bu hehe, jadi memang sudah terencana ya</p> <p>I : Sudah terencana dengan baik, jadi perencanaan yang ada di kami adalah menterjemahkan perencanaan dari direksi kami gitu kan, direksi kami itu ada yang namanya restra, resra dewas di rri itu ada yang kami terjemahkan di program program kami</p>	<p>untuk dapat melihat dan mengakses langsung mengenai panduan peyiaran RRI.</p>	<p>n program di rri jakarta, dimulai dari perencanaan yang dibuat oleh direktur program dan produksi, kemudian monitoring produksi program melihat kesesuaian program dengan panduan yang ada. Informan juga menjelaskan bahwa RRI Jakarta merupakan rri pusat yang menjadi acuan rri seluruh Indonesia.</p>	<p>asi Massa: Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>
7	<p>Pewawancara bertanya dengan lebih spesifik mengenai perencanaan konten di setiap platform media yang digunakan</p>	<p>L : Baik bu, lalu pertanyaan selanjutnya tadi kan sebutin banyak banget nih, jadi <i>platform</i> yang digunain sama rri kan udah banyak nih nah itu media apa saja sih yang digunain sama rri saat ini?</p> <p>I : Jadi kami kan sudah main di semua <i>platform</i>, di terrestrial fm itu, kemudian audio video kita menggunakan indihome, uc tv, kemudian di kbrn sebagai media <i>online</i>, dan juga media sosial kami, yang paling main kami di ig sama tiktok, ig tiktok facebook kami sudah engga.</p> <p>L : Kalau di setiap konten di media sosialnya itu ada perbedaan sendiri ga dari setiap media sosial, misalnya kalau di instagram perencanaan kontennya apa, kalau di tiktok apa</p> <p>I : Oh ada, jadi kan 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, kalau saat ini sekarang kan facebook itu tidak terlalu banyak di ikuti oleh pendengar kami, kami lebih nge <i>blast</i> di ig sama tiktok, kalau di pro 2 tambah twitter karena cuitan cuitan di pro 2 itu sudah centang biru malahan kita, jadi kita akan mengikuti bagaimana ee gaya atau karakter media sosial tersebut, jad perencanaan kami mengikuti hal</p>	<p>Informan antusias dalam menjawab pertanyaan, terlebih lagi ketika menjelaskan bahwa rri masih menjadi minat bagi siswa dan mahasiswa yang melakukan magang di rri jakarta</p>	<p>Informan menjelaskan bahwa rri sudah menggunakan <i>platform</i> media, perencanaan konten di setiap <i>platform</i> media disesuaikan dengan karakteristik dari masing masing media. Informan juga memberitahukan bahwa terdapat akun media sosial yang</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

		tersebut, hari ini kita kan ada program seratus persen indonesia dari ihsan tarore, bagaimana nge <i>blast</i> nya bagaimana kami mempromosikan itu, karena program ini disiarkan oleh rri pro 1 seluruh indonesia kita akan main di karakter itu, misalnya kita bisa si ihsan ngomongin apa gitu kita sudah seperti itu sesungguhnya, jadi kebetulan mba siapa e mba Linda apa ingin mengetahui lebih banyak tentang rri mudah mudahan menjadi salah satu bagaimana kami lebih ee meyakinkan ke publik bahwa kami sudah berubah, e kami terus meyakinkan ke publik bahwa rri terus berkembang terus mengikuti perkembangan jaman ee perkembangan digital yang ada di luar sana kami sangat mengikuti sesungguhnya, itu yang menjadi pr kami dan kami bersyukur bahwa di rri jakarta tuh banyak sekali siswa dan mahasiswa yang magang di kami dan itu menjadi salah satu ee promosi dalam tanda kutip karena door to door itu kan menjadi apa ee promosi yang sangat efektif ketika ee merek abisa ee apa ya ingin mengetahui lebih banyak tentang rri jakarta		sudah mendapatkan centang bitu, selain itu dijelaskan bahwa rri terus mengikuti perkembangan di eradigital.	
8	Pewawancara bertanya mengenai bagaimana respon atau tanggapan pendengar ketika terjadinya konvergensi media	L : Oh iyaa bu, ee selanjutnya gimana sih tanggapan atau respon pendengar ke rri kan rri kan merupakan radio yang udah lama banget nah itu gimana sih tanggapan atau respon pendengarnya setelah rri berkonvergensi media gitu bu I : Nah iya jadi setelah kami mengikuti konvergensi media, ee pendengar kami tuh semakin beragam kami rri jakarta tuh target audiensnya 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, apakah dki jakarta seperti yang diberitakan di media sosial, apakah dki jakarta seperti yang mereka bayangkan yang tidak pernah ke jakarta, itu menjadi apa ya ee nilai plus buat kami karena semua nilai berita kami, siaran siaran kami, program program kami adalah yang sudah terverifikasi jadi nilai edukasi di rri sesungguhnya sangat tinggi ketika masyarakat paham bahwa ee kebutuhan informasi tuh tidak hanya apa yang mereka inginkan sesuai frame mereka dengan mudah melihat di aplikasi aplikasi yang kadang kadang sumbernya tidak valid tidak terverifikasi dari memang sumber yang kompeten di bidangnya itu yang menjadi ee apa ya, sudah menjadi tanggung jawab kami, tinggal bagaimana kami meyakinkan ke publik bahwa kami sudah melakukan itu semuanya, tinggal ayolah masyarakat kita punya loh informasi yang memang ee yang sesuai sumbernya yang sangat berkompeten di bidangnya, tidak mungkin kami rri ketika ngomong soal misalnya hari ini kita ngomongin soal pemilu kami gak mungkin ngambil narasumber yang bukan orang kpu, bawaslu, pengamat politik pun kita ngambil memang orang ang bertanggung jawab ke negara ini, bukan yang condong sana sini, itu yang mungkin perlu banyak kami menyebarkan informasi seperti ini agar masyarakat tu semakin ter literasi bagaimana cerdas memilih sebuah informasi	Informan menjelaskan dengan antusias mengenai luasnya jangkauan pendengar rri jakarta.	Informan menjelaskan mengenai jangkauan pendengar rri jakarta yang tidak hanya dari wilayah Jakarta, namun juga berasal dari luar jakarta seperti Jawa Tengah, Jambi, Papua, Surabaya, dan Kalimantan . Informan menganggap hal tersebut menjadi nilai plus siaran dan program telah terverifikasi atau dapat dipercaya karena adanya sumber yang kompeten.	Konvergensi Pada Media Radio: Adaptasi radio, bentuk perubahan di era digital
9	Pewawancara bertanya mengenai bagaimana evaluasi	L : Oh iya baik bu, selanjutnya bagaimana evaluasi program siaran yang dilakukan untuk mendukung terjadi konvergensi media di rri I : Kami selalu melakukan evaluasi ya, karena terang kami itu di rri kayak saya ini kan udah old ya,	Informan menjawab	Informan menjelaskan bahwa rri merupakan radio tua	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi

	program yang dilakukan	<p>udah susah ketika ngomongin teknologi tentang konvergensi media, tentang sosial media dibandingkan dengan anak anak muda seperti ee mba Linda ya, kami tuh sudah tertinggal banget, makannya kami pun apa mempunyai sdm yang terus kita apa ya ee yang memang kita pilih untuk anak anak atau tim kami yang memang faham tentang bagaimana kita menyajikan sebuah program program di konvergensi media ini era digital ini gitu kan, jadi ee kami sebagai pengambil kebijakan akan mengambil dan mencari sdm yang berkompeten di bidangnya soal bagaimana kita bisa e apa ya memberikan variasi program sesuai konten sesuai dengan medianya 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 ee terverifikasi, bagaimana pengemasannya, pengemasan program itu kan perlu mengikuti kekinian sehingga kami tuh bisa masuk ke lini lini generasi generasi milenial bahwa rri tuh berubah nya banyak sekali loh gitu kan, jadi e apa ya kami terus bergerak memilih sdm sdm yang berkompeten di bidangnya sehingga program program kami yang mungkin dalam tanda kutip selama ini masyarakat menganggap bahwa kami masih dianggapnya RRI ya karena memang kami dari tahun 45 radionya kemerdekaan, dianggapnya kami mungkin tidak, untuk orang yang jarang ngikutin kami mungkin dianggapnya kami tuh tidak bergerak padahal kami tuh sangat bergerak, kami tuh sangat mengikuti perkembangan jaman, dan kami merekrut anak anak muda yang memang berkompeten di bidangnya untuk terus bisa e perkembangan jaman ini harus diikutin bukan kita berhenti, kalau kita berhenti ya sudah tidak ada kreatifitas yang akan membuat program sesuai dengan jamannya begitu, mungkin seperti itu salah satunya kita akan memilih atau mencari sdm yang berkompeten di bidangnya trus sdm yang ada kita akan mengadakan pelatihan kita kan punya pusa pelatihan pusdikbangdiklat rri yang akan memberikan pelatihan untuk kami yang memang kadang kadang terbelakang soal bagaimana mengurus program program yang tayang di seluruh platform mungkin seperti itu</p>		yang tertinggal, dengan hal tersebut RRI terus meningkatkan kualitas SDM yang lebih berkompeten dengan mengadakan pelatihan	radio, bentuk bentuk perubahan di era digital
10	Pewawancara bertanya mengenai bagaimana pengelola mengukur kepentingan untuk memproduksi program	<p>L : Baik oke bu, nah selanjutnya gimana sih pengelola mengukur hal apa saja yang menjadi kepentingan masyarakat sebagai patokan dan bahan untuk memproduksi program</p> <p>I : jadi sebenarnya kami alat ukur kami tuh jelas, maksudnya gini, karena kami tuh media publik kita tentu saja akan menyampaikan informasi informasi yang seperti yang saya katakan tadi berkompeten di bidangnya, kami akan menyampaikan informasi yang A 1, kami akan mengedukasi semua pendengar kami, pilihan lagu kami itu yang memang sesuai dengan karakter media kami sebagai media publik, dan kami mempunyai tanggung jawab yang besar kepada masyarakat DKI Jakarta khususnya bagaimana program-program kami bisa mencerdaskan, program program kami bisa ee mengedukasi, disamping itu juga harus menghibur, karena apa sekarang antara hiburan dan edukasi kan tipis, masyarakat itu kadang kadang ketika ngomong soal edukasi kalau ga terhibur juga ga tertarik kan, kalau hanya menghibur masyarakat ga mendapatkan apa apa, jadi kami sebagai apa namanya ee mengukur itu, ee jadi alat ukurnya begini kami bisa</p>	Informan	Informan menjelaskan tolak ukur apa saja yang digunakan sebagai media publik dalam menyampaikan informasi diantaranya memastikan bawa informasi tersebut tergolong A 1, edukatif, karakter lagu sesuai dengan rri	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital

		mempunyai, ee di sosial media kan kelihatan Pro 1 kan sudah centang biru di aplikasi udah 30 ribu pendengar kami dalam waktu 5 bulan ini, jadi tolak ukur kami karena sekarang <i>platform</i> 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, dan sebisa mungkin itu memberikan wawasan yang baik kepada masyarakat terkait isu isu atau program program yang kadang kadang mereka mendapatkannya itu dari sumber sumber yang mungkin belum bisa dipertanggungjawabkan secara kredibilitasnya, secara e apa namanya kebermanfaatannya, dan akhirnya apakah informasi itu bisa mendidik mereka untuk tidak mudah terprovokasi misalnya. Itu sih tolak ukurnya ada di seberapa banyak sih sebenarnya pendengar kami saat ini ketika kami sudah menggunakan media digital eh apa main di semua media <i>platform</i> yang ada kita bisa melihat pendengar kami berapa yang ngikutin kami berapa yang mendengar kami berapa, itulah tolak ukur kami dan tantangan kami sesungguhnya		sebagai media publik	
11	Pewawancara bertanya kepada informan mengenai perkembangan RRI dalam tetap menjalankan konvergensi media	L : Hm gitu ya bu, iya iya, trus selanjutnya gimana strategi perkembangan RRI dalam tetap terus menjalankan konvergensi media? I : Jadi ee strategi peningkatan kami ya itu tadi, kami akan ee apa namanya, sdm kami belum berkompeten di bidangnya kami akan memberikan pelatihan, memberikan workshop, memberikan pendidikan agar mereka bisa mengikuti perkembangan yang ada, karena ee dunia kreatifitas itu harus banyak melihat menonton dan akhirnya mereka tau bagaimana ee kreatifitas itu muncul sesuai dengan karakteristik media kami jadi ee ketika kita ngomong ee bagaimana strateginya itu kita harus memberikan pelatihan memberikan wadah bagi mereka untuk diskusi workshop dan akhirnya kami bisa ee apa namanya membuat sebuah program yang memang ee sesuai target audiens kami, sesuai dengan karakter media yang akhirnya kami bisa ya itu tadi harapan kami bisa semakin diminati oleh pendengar kami khususnya dki jakarta dan bertanggung jawab besar masyarakat terliterasi untuk membaca berita berita yang memang sumbernya berkompeten AI dan ee ini bisa di bagaimana masyarakat itu tercerahkan dari informasi informasi yang ada	Informan sedikit terbata bataba dalam menyampaikan jawabannya	Informan menjelaskan mengenai strategi peningkatan RRI dalam tetap menjalankan konvergensi media dengan berbagai upaya seperti, adanya pelatihan dan workshop bagi pekerja sehingga meningkatkan kualitas SDM yang ada dan diharapkan dapat membuat program yang kreatif sesuai dengan target audiens.	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital
12	Pewawancara mengenai bentuk bentuk <i>platform</i> yang dimiliki untuk	L : Hm oke baik bu, kita lanjutin ke pertanyaan selanjutnya, jadi dalam menampilkan konten yang dimiliki ee sebuah media di rri dibutuhkan <i>platform</i> untuk menyampaikan isi dari konten tersebut nah apa aja sih bentuk bentuk penyampaian konten ee dari rri jakarta? I : Iya ee rri jakarta itu memang kan sudah bermain di semua <i>platform</i> , semua <i>platform</i> itu kan mempunyai karakter masing-masing jadi kalau kami di ig kita mainnya basecut, jadi tayangan tayangan	Informan menjelaskan jawabannya dengan menunjukkan postingan postingan instagram Pro 1 RRI Jakarta	Informan menjelaskan <i>platform</i> media yang dimiliki rri dimulai dari proses pengelolaan konten yang	Konvergensi Media Kontinu m: Cloning

	menyampaikan konten	<p>kami yang sudah tayang kita akan ngambil satu detik eh satu menit itu yang kami tayangkan di ig kami, jadi ee pro 1 termasuk sudah centang biru, karena memang sangat kreatif untuk bagaimana mengelola konten konten yang sesuai segmen di media digital, jadi siaran teresterial kami, teresterial itu siaran yang dipancarkan melalui gelombang frekuensi FM, 91.2 itu kan 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 e masyarakat yang belum mendengarkan di teresterial akan mengikuti di e sosial media kami seperti itu dan juga kami memang 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 ee facebook sih sudah tidak main, ig dengan ig gitu kan seperti itu</p> <p>L : Berarti instagram tiktok dan</p> <p>I : Iya tiktok ee kalau facebook sih ada tapi tidak terlalu aktif karena memang sesuai masanya, facebook kan sekarang sudah tidak di minati lagi</p>		<p>didapatkan dari tayangan yang sudah tayang lalu di proses untuk diedit dan akan dipublikasikan di media lain yaitu media sosial, selain itu juga terdapat spot promo program yang dilakukan di masing masing media sosial dengan publikasi yang disesuaikan dengan karakter media masing masing</p>	
13	Pewawancara bertanya kepada informan mengenai salah satu bentuk konvergensi kontinum yang dilakukan oleh radio	<p>L : Baik bu, terus selanjutnya sebagai bentuk implementasi dari ee cross promotion ini sebenarnya sama aja sih kayak tadi misalnya suatu konten di apa di ambil trus di masukan di media lain</p> <p>I : Iya bahasa kami tuh basecut</p> <p>L : Oh iyaa</p> <p>I : Iya basecut basecut yang ada kami tampilkan di media sosial kami, jadi ee bagaimana apa ya karakter pendengar sekarang karakter pendengar sekarang itu adalah tidak suka yang terlalu bertele tele, tidak suka dengan tayangan yang panjang panjang, mereka suka tayangan yang pendek pendek namun sudah mengenai kebutuhan mereka dan disitulah diperlukan strategi bagaimana membangun sebuah konten di berbagai <i>platform</i> yang tentu saja disesuaikan dengan karakter seperti apa yang sudah saya sampaikan itu tadi jangan sampai ee karakter misalnya A kita membuatnya B itu jangan sampai, itu pentingnya bagaimana kita ketika ngomong tentang implementasi cross promotion Kami akan mengambil potongan potongan itu yang akan kami tayangkan di media sosial kami dan bisa juga e tampil di teresterial kami dalam bentuk ee kalau bahasanya kami tuh ini ee filler, filler itu sebaiknya anda tau, 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, kalau yang di e teresterial kami menyampaikannya filler ya itu tadi cross promotion itu.</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai strategi pembuatan konten dengan mengambil konten yang telah ada seperti dari tayangan yang telah ada. Selain itu hal tersebut juga berlaku di teresterial dengan adanya filler.</p>	<p>Konvergensi Media Kontinum: Cloning dan Cross Promotion</p>
14	Pewawancara bertanya kepada informan bagaimana penyampaian konten yang	<p>L : Oh gitu bu, terus kalau dari penyampaian konten tersebut itu tuh pernah ga sih dilakuin secara bersamaan? kayak misalnya lagi on air, trus ada <i>live</i> juga</p> <p>I : Oh iya, kami bersamaan seperti misalnya sekarang e kita lagi ada seratus persen indonesia, kita akan <i>live</i> ig, kita akan teresterialnya otomatis, trus kita yang di jam 5 sore itu kita <i>live</i> rri play go</p>		<p>Informan menjelaskan bahwa tayangan dapat dilakukan secara bersamaan</p>	<p>Konvergensi Media Kontinum: Cross Promotion</p>

	dilakukan secara bersamaan	kita, 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 atau sesudah untuk basecut basecut atau ee tadi itu cross promotion itu gitu, atau e filler bahasa radio kami		seperti di teresterial, live ig, dan di rri play go.	
15	Pewawancara mencoba mengarahkan pertanyaan menjadi lebih spesifik, pewawancara bertanya mengenai prioritas penyampaian konten pada platform media yang dimiliki	L : Oh iya bu, trus ada ga sih bu misalnya kontennya, misalnya ibu dapet konten atau informasi nih itu ada gasih penyampaian kontennya itu di prioritaskan misalnya konten ini harus naik di ini dulu habis itu baru di yang lain I : Iya harus, karena kita menggunakan perencanaan, kita sesuai dengan perencanaan, kita sesuai dengan program segemen pendengar kita dan karakter bahasa kami dapat, aktual jadikan kami akan mencari narasumber narasumber yang memang aktual, narasumber yang memang isu diluar sana yang sedang dinantikan, ingin tau seperti apa sih perkembangan sebuah isu sebuah informasi, atau sebuah kebijakan yang memang masyarakat kadang kadang sudah tau tapi kejelasannya belum ada itu lah tugasnya kami, jadi kami membagi kedalam 4 dapat, dapat pagi lebih aktual, siang sudah lebih soft bagaimana kita memberikan informasi tapi tidak terlalu apa ya ee bukan keras tidak terlalu setajam di pagi di sore tu tajam sekali, biasanya tuh mba diah tuh mengemas antara pagi dapat pagi dan dapat sore itu ada sinerginya, kalau pagi kita mengambil segmen yang memang secara aktual, kalau yang sore itu dengan topik yang sama tapi lebih ke human interest nya, jadi memang sesuai perencanaan dan sesuai karakter waktu dan pendengar kami, kalau pagi masyarakat sibuk kepingin denger berita yang begini, kalau siang sudah agak apa istirahatnya kita mengemasnya lebih ke soft, lalu malam kita lebih banyak menyajikan yang ringan ringan kalau malam, hiburannya sesuai ee apa namanya situasinya seperti itu, perencanaan kami, sangat menyesuaikan dengan e apa namanya akarakter pendengar di pagi, siang, sore, dan malam itu berbeda, itu seperti itu.	Informan menyebut "Mba Diah" yang merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas program pro 1 RRI Jakarta	Informan menjelaskan bahwa penyampaian konten harus sesuai dengan perencanaan juga menjelaskan bahwa pengemasan konten disesuaikan dengan tipe dan waktu.	Konvergen Media Kontinuitas: Content Sharing,
16	Pewawancara bertanya kepada informan terkait dengan dampak apa saja yang terjadi dari penyebaran informasi atau konten di berbagai platform media	L : Nah kan tadi ibu bilang kayak apa tu yang pokoknya dari tayangan tersebut trus ditayangkan di ig gitu I : Heem basecut L : Iya itu, nah dari hal itu ada gasih dampak apa saja atau hal apa saja yang telah di capai dari hal itu gitu I : Heem yang jelas pendengar kami tuh tinggi di pro 1 itu pendengar tertinggi mungkin bisa cek di rri play go, 30 ribu pendengar kami ketika kami itu semakin kreatif di media sosial kami, jadi ee kreatifitas yang kami bangun, yang kami buat, itu akan menaikkan rating kami, khususnya jumlah pendengar kami, rri jakarta sekarang pendengar tertinggi sampai 31 ribu ini dalam jangka waktu ini belum ada setengah tahun ketika kami punya aplikasi baru ini, ini otomatis, dengan adanya kita membangun ee apa namanya jejaring, bagaimana kami bisa memaksimalkan semua platform yang ada baik sosial media, baik teresterial, ataupun yang sifatnya memang platform nya kami kayak rri play go, itu sangat menentukan gimana kita bisa menjangkau jaringan masyarakat sehingga informasi dan hiburan yang kami sampaikan itu sesuai dan tepat sasaran seperti itu	Informan menjawab pertanyaan sambil membuka handphone untuk menunjukkan aplikasi rri play go yang tertera bahwa terdapat 30 ribu pendengar di rri pro 1.	Informan menjelaskan mengenai dampak serta hal yang telah dicapai seperti pendengar tertinggi yaitu pro 1, serta kreatifitas yang dibangun dapat menentukan pencapaian tersebut.	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital
17	Pewawancara kurang jelas dalam mengelaborasi	L : Kalau dari on air nya sendiri nih bu pernah ga sih dari on air tersebut dapet bahan untuk siaran itu misalnya dari suatu sumber, nah itu disiarkannya itu tanpa ada perubahan apapun gitu	Informan sedikit bingung dalam	Informan menjelaskan perencanaan	Radio Sebagai Media Komunikasi

	<p>asikan pertanyaan. pewawancara bertanya terkait sumber bahan untuk siaran</p>	<p>I : Kalau suatu sumber gitu sih sering kalau ada perubahan informasi yang memang kita biasanya sudah siap tiba tiba narasumbernya ga bisa dateng, itu sering kami lakukan bagaimana kami bisa, kayak tadi pagi ee tadi pagi kita mengambil topik tentang kebijakan lalu lintas, tiba tiba narasumber A itu tidak bisa dateng, dan itu kami sudah punya strateginya dan ketika narasumber A pengamat transportasi ga bisa, kita punya A B C D, jadi kita sering seperti itu, itu pentingnya kami sebagai media membangun jejaring seluas luasnya dengan semua stakeholder, semua ee apa ya masyarakat yang berkompeten di bidangnya sehingga salah satu narasumber tidak bisa, kami tuh sudah siap semuanya, itu biasa bagi kami, jadi ketika kami membuat sebuah program, ketika tiba tiba orang yang sudah kami hubungi tiba tiba mereka memiliki kepentingan yang tidak bisa ditinggalkan bagi kami tuh sudah siap energi besar begitu, jadi tidak apa ya, sempat panik sempat emosi, tapi kita sudah punya apa ya strategi untuk menghadapi itu bagaimana gitu, sudah memang kami jejaringnya luas sekali narasumber kami itu istilahnya apa istilahnya sudah terdata di kami, terutama bagi produser yang memang bertugas di hari itu</p>	<p>menjawab pertanyaan</p>	<p>n siaran jika terjadi hal tidak terduga seperti narasumber yang tiba tiba berhalangan hadir.</p>	<p>asi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>
18	<p>Pewawancara mencoba menanyakan lebih detail mengenai bentuk cloning yang dilakukan di rri. Pewawancara bertanya mengenai sumber bahan siaran yang diambil</p>	<p>L : Baik bu, kalau rri sendiri kan punya website kan bu I : Punya L : Nah kalau kalau misalnya bahan siaran, misalnya ada nih bahan siaran yang diambil dari website tersebut, itu pernah ga sih bu? I : Iya jadi sebaiknya bahan siaran kami itu mengambil dari website nya kami, rri.co.id. Justru itu sudah kayak diwajibkan, 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 e media <i>online</i> dan juga sosial media, jadi kbm kami itu memang sebagai salah satu sumber informasi penyiar kami ketika siaran begitu</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai bahan siaran yang diambil dari website resmi rri</p>	<p>Konvergensi Media Kontinu : Cloning</p>
19	<p>Pewawancara bertanya kepada informan terkait kendala dalam menyampaikan informasi</p>	<p>L : Oh iya baik bu, trus e selanjutnya ini sih paling tadi kan rri punya beberapa media ada website juga nah itu tuh ee dalam menyampaikan konten di setiap media nya itu ada kendala ga sih? I : E kalau ngomong kendala, di setiap pekerjaan itu ada kendala tapi kalau kendala bagi kami itu ee apa ya setiap sebuah pekerjaan dalam sebuah tim kendala kendala itu ada tapi bagaimana kita bisa mengambil e sebuah sikap dari kendala yang ada, namun kadang kadang ketika kita sudah kayak tadi narasumber sudah dapet tiba tiba memutuskan, semetara e-flyer promosi kami sudah tayang itu kan kadang kadang menjadi energi lebih buat kami buat menghadapi hal hal seperti itu, kadang kadang dari setiap kepala kami mempunyai ee kreatifitas yang berbeda, setiap orang kan punya kreatifitas yang berbeda, punya sudut pandang yang berbeda, dan akhirnya itu pentingnya kita menyatukan beragam ide yang ada sehingga hasilnya menjadi yang lebih baik, belum tentu ide yang saya anggap baik dianggap mba baik, belum tentu, itu gunanya kita saling ee namanya agenda setting di kami menyamakan persepsi persepsi yang ee yang ada di kami sehingga flow nya jadi maksimal, itu rapat agenda setting namanya.</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai kendala yang ada, alu mengelaborasi dengan suatu contoh seperti ketika narasumber berhalangan hadir namun sudah mengunggah e-flyer ke media sosial.</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

		<p>L : Baik bu, berarti kalau untuk penyampaiannya itu secara idenya aja ya bu</p> <p>I : Iya jadi ide, iya semua jadi kami bagaimana merencanakan, membuat programnya, bagaimana kami menyiarkannya, sosial media kami, sebenarnya itu kan melalui perencanaan semuanya, kayak mba kasturi tuh misalnya ada ee informasi dari produser A besok siapa narasumbernya ABCD akan tu mbak dibuatkan e-flyer nya akan disampaikan pada ee kan kita ada yang menyusun daftar acara siaran yang menjadi panduan penyiar di studio, itu tanggungan kami yang kadang kadang memang ketika hari libur hari apa yang memang kita tidak tidak dikantor sudah pulang, misalnya ada narasumber ada apa ada ide baru tanggungan kami yang harus kami selesaikan itu yang menjadi energi besar buat kami yang kadang kadang ya dinamikanya begitu, jadi tidak menjadi kendala malah menjadi energi baru buat kami untuk menyelesaikan dinamika dinamika yang ada begitu jadi tidak seperti yang dibayangkan bahwa bekerja yang kayaknya outputnya bagus banget itu dibelakangnya mulus mulus aja tidak, dinamika sampai tenaga nya, energinya, pikirannya, bahasanya di grup bagaimana mengkomando ketika ada hal hal yang memang namanya orang banyak, ide kreatifitasnya macem macem tapi kan kita satu untuk pendengar kita, untuk segmen kita, gitu kan, itu yang menjadi apa ya bagaimana kita mendewasakan diri ketika ada perbedaan itu, jadilah musyawarah mufakat di agenda setting</p> <p>L : Berarti semuanya direncanainnya bareng bareng?</p> <p>I : Terencana semuanya terencana, terprogram dan terevaluasi, sehingga ketika ada hal hal yang memang apa namanya e kurang pas, kedepannya mudah mudahan tidak terulang lagi seperti itu</p>			
20	<p>Pewawancara bertanya kepada informan terkait pembuatan konten yang kolaboratif yang melibatkan berbagai platform media yang dimiliki</p>	<p>L : Baik bu, selanjutnya e pernah kasih terjadi kerja sama dalam pembuatan suatu konten yang kolaboratif gitu, misalnya e ada suatu acara yang mengharuskan, yang pertama ada harus on air, trus harus <i>live</i> instagram...</p> <p>I : Ada, harus, iya jadi kerja sama kami dengan pemprov DKI Jakarta harus dengan semua konten media kita, waktu itu harus <i>live</i> harus tayang di youtube, di ig, itu ya jadi e sekarang menjadi tanggung jawab kami atau menjadi kerja kami ketika kita bekerja sama akan ditanyakan bagaimana konten kami akan ditayangkan dimana seperti apa, itu sudah menjadi pertanyaan semua narasumber kami dan klien klien kami gitu kan, dengan pemprov DKI Jakarta seperti itu e-flyer nya, narasumbernya, tayangnya di mana di ig di youtube gitu kan, ini lagi berproses misalnya sama pln yang untuk layanan juga ditanyakan seperti itu, jadi semuanya seperti itu mba, jadi semua yang ketika kerja sama ee mereka dan kami pun akan mengatakan bahwa siaran kami sudah <i>multiplatform</i>, tidak hanya di teresterial menggunakan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari apa namanya dari rri net kami, semuanya seperti itu menjadi satu kesatuan ketika ketika kita menghubungi narasumber ketika kita 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 program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai adanya kerja sama sebagai bentuk konten yang kolaboratif seperti kerja sama dengan pemprov DKI Jakarta. Informan juga menjelaskan bahwa terdapat acara mendatang yang bertujuan untuk dapat menjangka u semua segmen program sesuai dengan karakter pendengar.</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p> <p>Konvergensi Kontinu : Coopetition</p>

21	Pewawancara bertanya kepada informan terkait konten pada setiap platform media yang dimiliki	<p>L : Oh gitu bu, nah kira kira ada ga sih pembagian konten yang berbeda, kayak misalnya ya bu di instagram kontennya informasinya harus kayak gini tapi kalau misalnya di on air itu harus kayak gini</p> <p>I : Oh engga, kami semua informasinya satu satu informasi yang kami garap untuk semua media, untuk multiplatform itu, jadi tidak misalnya MLC di mba Ade di pro 2, oh engga pro 1 lah seratus persen Indonesia kami tidak ketika kami on air beda topik beda narasumber enggak, jadi kami semuanya satu kesatuan semuanya saling menguatkan dan membesarkan jadi satu program kami, karena kan memang rri itu kan audio teresterial, ketika teresterial kami siaran, otomatis didukung oleh multiplatform kami, jadi yang teresterial itu menjadi tujuan utama, didukung sepenuhnya disiarkan di multiplatform nya kami di media sosial kami, rpi siaran utamanya kami ya di FM yang di teresterial ini, jadi kami tidak membuat program yang berbeda dengan di teresterial, semuanya yang didukung untuk membesarkan di teresterial, walaupun kita membuat konten konten yang berbeda tapi semua tujuannya sama untuk membesarkannya di teresterial, jadi semuanya sudah terintegrasi ke teresterial begitu, karena memang rri sesuai dengan amanah UU NO 32 TAHUN 2002 bahwa kami tuh audio e apa platform yang lain tuh mendukung kami gitu kan, seperti itu</p>	Terdapat penegasan pada kata “Oh engga”	Informan menjelaskan mengenai pembagian informasi yang sama untuk disebarkan atau di sampaikan melalui seluruh media yang dimiliki oleh RRI.	Konvergensi Media Kontinuitas : Content Sharing
22	Pewawancara menutup sesi wawancara	<p>L : Oh iya baik bu, untuk pertanyaannya sudah selesai bu sudah habis, terima kasih banyak ibu atas waktunya</p> <p>I : Oh iya alhamdulillah, gimana udah direkam kan, ini saya dipanggil mau ada rapat</p> <p>L : Iya iya bu udah ini udah direkam, terima kasih banyak ya bu atas waktunya</p>			
OPEN CODING TAMBAHAN SETELAH SIDANG SKRIPSI					
23		<p>L : Ada gasih bu misalnya siaran yang disiarkan di seluruh program gitu bu</p> <p>I : Ada</p> <p>L : Nah itu kalau sama TVRI itu pernah ga sih bu</p> <p>I : 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, tapi yang sifatnya hiburan sudah tidak, mungkin yang di daerah masih tapi kalau yang di Jakarta sudah tidak karena RRI Jakarta sekarang sudah ada RRI Net nya. Jadi semua tayangan kami, mungkin bahasanya kami sekarang lebih mengedepankan lebih ke multiplatform yang ada karena kan 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, itu lebih mengangkat konten konten kami dan lebih mudah diterima, dan bagaimana kami lebih mudah mengedukasi informasi kepada pendengar seperti itu sekarang, jadi jaman dulu media mainstream sekarang sudah jadi pilihan berikutnya ketika kami sudah main di multiplatform kecuali konten news, kalo news kami akan menggandeng semua tv nasional malahan, kayak 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.</p>			Konvergensi media kontinum Coopetition

24		<p>L :Oh baik bu, kalau itu bu dari yang siarannya itu disiarkan diseluruh program itu ada acara apa saja bu?</p> <p>I : Jadi itu sifatnya yang insidental saja karena kami di setiap program itu segmen pendengarnya sudah sangat segmented, jadi pendengar pro 1 yang untuk kalangan umum itu seperti ini programnya, lagunya seperti ini, akan berbeda dengan pro 2 yang anak muda, anak muda tidak suka ngomong yang panjang panjang, anak muda tidak suka didikte, anak muda tidak suka disuapin, jadi program kami lebih banyak yang menghibur, mengedukasinya pun akan menggunakan bahasa bahasa yang pendek dan sederhana sehingga pendengar tidak lari, pro 4 itu hampir sama dengan pro 1 tapi lebih ke budaya, pro 1 sifatnya news tapi berbeda dengan pro 3, pro 4 lebih ke budaya, ini juga susah kami satukan kalau ada yang sifatnya kita berjaringan itu kayak solat idul adha, solat idul fitri, perayaan besar keagamaan itu baru kita bersama, tapi kalau secara programatic tidak karena sudah sangat segmented gitu, jadi berbeda sekali antara pro 1, pro2, pro 4, kecuali siaran yang sifatnya keagamaan dan ada pemerintah dari pusat untuk berjaringan, besok idul adha pro 1 dan pro 4 berjaringan, pro 2 kita yang lokal, seperti itu.</p>		Konvergen media kontinum Coopetition
25		<p>L : Jadi yang pertanyaan terakhir bu yang PNBPN itu jadi kan saya dapet informasi dari pak Aden kalau RRI juga ngasih PNBPN ya nah itu kira kira ibu tau ga sih ee PNBPN nya itu ada perbedaannya gasih di jaman dulu sama sekarang misalnya PNBPN yang dikasih itu meningkat atau emang PNBPN itu udah ada budgetnya sendiri?</p> <p>I : Jadi PNBPN itu sudah ada tarif yang disesuaikan dengan kementerian keuangan jadi kayak RRI Jakarta dialognya itu 1 jam 6 juta, karena PNBPN itu mungkin mas Aden sudah menjelaskan bagaimana proses PNBPN itu, PNBPN itu tidak bisa kami terima dan harus setor langsung ke negara, misalnya kalau kita mau nikah kan KUA nya PNBPN, SIM bayarnya juga PNBPN langsung masuk ke negara, jadi kami tidak bisa menerima keuangan PNBPN 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 itu</p> <p>L : Berarti pas pandemi itu angka PNBPN nya juga turun?</p> <p>I : Iya karena memang belanja iklan semuanya itu nurun, tidak hanya rri mungkin semua media secara otomatis belanja media itu dialihkan untuk penanganan covid, baik pemerintah maupun swasta, maupun oleh LSM yang biasa bekerja sama dengan kami, lebih dari 2 tahun setengah ini, awaltahun 2023, kami masih mengedukasi bagaimana masyarakat itu paham tentang perkembangan covid untuk menekan angka yang tertular, angka kematian, itu tugas kami selama hampir 2 setengah tahun dan sifatnya megedukasi dan tidak kami beri tarif PNBPN, padahal kami punya target gitu, tapi karena kami punya fungsi sebagai lembaga PNBPN dan kami punya tugas yang sangat mulia mencerdaskan dan mengedukasi masyarakat Indonesia, kami menjalankan fungsi yang pertama, yang kedua belum masih berproses.</p> <p>L : Oke baik ibu, kan itu PNBPN nah kalau pemasukan rri sendiri itu ada gasih</p>		Adaptasi

		I : oh tidak ada, jadi semuanya kami dibiayai oleh negara dan ditentukan oleh negara. Jadi rri jakarta belanja sekian, untuk program sekian, untuk BPM sekian, untuk pembangunan pemeliharaan sekian, itu sudah ada itu sudah diberikan oleh negara kepada kami, jadi kami tidak berkewajiban untuk mencari anggaran untuk kami sendiri, yang kami cari adalah masuk ke negara kembali karena kami sudah di biayai oleh negara begitu. L : Oh iya baik ibuu			
--	--	--	--	--	--

Lampiran 15. Open Coding Informan 2

Nama : Stanislaus Jumar Sudyana
Pekerjaan Jabatan : Assitant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta
Keterangan : Linda (L), Jumar (J)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1.	Pewawancara terlihat memperkenalkan diri dan menjelaskan sedikit kebutuhan untuk wawancara	L: Selamat sore mas jumar terima kasih atas waktunya boleh langsung kita mulai aja ya mas, silakan mas boleh diperkenalkan diri dulu J : Iya mba Linda, saya Jumar saya udah 23 tahun disini dari tahun 2000 saya bekerja disini ya kalau boleh sedikit bercerita, tadinya mau pake presentation gitu sejarah sonora dan sebagainya tapi secara singkat saja bahwa hm sonora itu lahir tahun tujuh dua, 18 agustus 72, awalnya di jalur AM trus kemudian tahun 88 berpindah ke jalur FM nah seperti itu sampai saat ini, trus dulu gedung awalnya di depan trus sekarang kemudian berpindah kesini artinya Cuma bergeser tempat aja dari gedung depan kesini selama 50 tahun ya tahun 51 tahun umurnya udah 51 tahun di era distruption di era digital ini sonora masih ada artinya sonora masih mengikuti perkembangan jaman dengan era digital <i>streaming</i> dan sebagainya sehingga sampai saat ini kami masih beroperasi dan mungkin di jakart ini masih banyak radio namun yang usianya setua sonora dan kemudian pemiliknya tetap menjadi satu pemilik karena kami punya Kompas Gramedia mungkin satu satunya itu sih perkenalan singkat, mungkin Linda bisa ini perkenalkan trus dari kampus mana semester berapa trus maksud dan tujuan ini untuk apa trus ee kebutuhannya apa aja ngalir aja cerita L : Sebelumnya terima kasih Mas Jumar sudah mau meluangkan waktu, perkenalkan saya Linda Setya Ningrum dari Universitas Pembangunan Jaya J : Pembangunan Jaya di Bintaro ya? L : Iya bener, eh saat ini saya semester 8 terus saya sedang menjalankan ee tugas akhir atau skripsi dengan mengambil topik mengenai konvergensi media di ee radio yang mungkin sudah lama mengudara seperti radio publik	Informan terlihat antusias untuk melakukan wawancara	Peneliti memulai sesi wawancara dimulai dari perkenalan diri informan. Informan menjelaskan sedikit mengenai sejarah Radio Sonora Jakarta	Latar Belakang Informan

		saya pakai RRI Jakarta, dan radio swastanya Sonora. Nah ee Mungkin saya akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait konvergensi media.			
2	Pewawancara bertanya kepada informan terkait latar belakang pekerjaan informan	<p>L : Mungkin ini cukup banyak, ee karena saya dikasih tau sama kak Ragah kalau Mas Jumar juga kayak yang ini ya, saya kan mau wawancara oleh kayak asisten produser eh itu program director nya ya mas</p> <p>J : Heem</p> <p>L : Sama satu lagi ini posisinya bidang layanan atau pengembangan usaha</p> <p>J : Hm Bidang layanan pengembangan usaha artinya di bisnis ya</p> <p>L : Iya nah itu katanya dipegang sama Mas Jumar juga ya</p> <p>J : Iya nanti bisa lah kalau ee secara apa.. umum gitu saya juga bisa lah</p> <p>L : Iya nanti itu mungkin saya juga nanya ke Mas Jumar, jadi sebenarnya ini buat pertanyaan sebagai em mungkin ini dijawabnya sama Mas Jumar sebagai apa namanya tadi...</p> <p>J : Asisten Manajer bukan..</p> <p>L : Manajer Program, iya mas, lalu boleh dijelaskan mas mengenai deskripsi pekerjaan atau tanggung jawab pekerjaan mas Jumar pada posisi tersebut apa saja ya mas?</p> <p>J : Oh iya yang pertama saya bertanggung jawab terhadap kualitas isi dan konten pemberitaan, melakukan koordinator em apa namanya supervisi kepada crew crew redaksi dan memberikan arahannya kerjanya, lalu juga bertanggung jawab dalam berkoordinasi dengan divisi atau departemen lain untuk berjalannya program, serta evaluasi program juga kinerja tim gitu sih</p>	Terdapat penekanan pada “bidang layanan pengembangan usaha artinya di bisnis ya”	Peneliti menanyakan mengenai bagaimana deskripsi pekerjaan informan. Selain sebagai asisten manager program di Radio Sonora informan juga bertanggung jawab pada posisi Bidang Layanan Pengembangan Usaha / Bisnis.	Latar Belakang Pekerjaan Informan
3	Pewawancara mulai masuk ke pertanyaan mengenai konvergensi media radio di era digital. Pewawancara bertanya kepada informan mengenai adaptasi radio di era digital	<p>L : Oh iya baik mas, masuk ke pertanyaan pertama ya mas bagaimana adaptasi radio sonora ini di era digital?</p> <p>J : Oke, tentunya ee seperti diketahui kan saat ini industri media, bisa dibidang media mainstream, media arus utama menghadapi sebuah tantangan di era media sosial, nah tentunya, ee kalau media cetak tentunya sudah kita ketahui saat ini sudah banyak yang bertumbangan, kemudian di indonesia ini media nasional tinggal satu dua saja yang masih hidup. Karena mungkin satu, mereka tidak cepat merespon era digital, sehingga mereka begitu era media sosial digital dateng dia tidak cepat take off sehingga terpuruk. Nah bagi Sonora sendiri saya selalu, saya selalu yakin ya bahwa radio itu tidak akan pernah mati, yang pertama.</p> <p>L: Iyaa</p> <p>J : Ee sepanjang manusia diberikan tuhan telinga pasti ia akan mendengarkan radio, yang kedua sepanjang Jakarta khususnya ya, sepanjang Jakarta khususnya ini macet kemudian hiruk pikuk ekonomi, kemacetan dan sebagainya, orang masih akan mendengarkan radio lewat aa apa namanya</p>	Informan	Informan menjawab pertanyaan dengan menjelaskan keyakinannya mengenai radio yang tidak akan pernah mati dengan beradaptasi di era digital seperti penggunaan media sosial	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan sonora

		<p>audio yang di mobil, tetapi itu kan mungkin bisa dihitung siapa yang menggunakan radio, tetapi di era digital saat ini tentunya kami menyadari harus mengikuti dinamika perkembangan jaman, bukan jaman mengikuti kita, tetapi kita harus mengikuti perkembangan jaman. Salah satunya apa ya kita akhirnya siaran secara analog pasti tetap, siaran secara langsung pasti tetap, tapi kami mengupayakan berbagai ee bukan trobosan ya, tapi mengikuti dinamika perkembangan jaman, misalnya kami kemudian <i>live youtube</i>, kemudian <i>live streaming</i>, trus kemudian mengikuti dinamika yang ada lewat ig, lewat media sosial ig, whatsapp dan sebagainya, artinya Sonora secara ini tetap ada, tetap program tetap berjalan, siaaran tetap ada, tetapi kami mengembangkan lewat era-era lewat teknologi misalnya dengan siaran di youtube, kemudian degan siaran di ee <i>live streaming</i>, kemudian podcast, kemudian ada media sosial ada twitter, facebook, ig, dan sebagainya, kemudian kami juga apa namanya ee siaran bisa ditangkap di aplikasi joox dan sebagainya. Kalau aplikasi Sonora app gitu kami belum ada, tetapi bisa didengarkan misalnya di ee aplikasi joox dan lainnya, jadi artinya kami tetap berbenah, kami tetap berinovasi, di era seperti ini.</p>			
4	<p>Pewawancara bertanya mengenai bentuk perubahan sonora dan perencanaan program ketika beradaptasi</p>	<p>L : Ohh iyaa, berarti itu juga termasuk ee bentuk-bentuk perubahan Sonora... J : Iya, itu bukan ini lagi sifatnya memang wajib harus iya L : Iyaa, nah kalau dilihat dari segi program nih mas nah gimana sih perencanaan program di Radio Sonora itu sendiri ketika mengalami adaptasi gitu? J : Kalau program tentunya progrma itu sifatnya kan ini ya ee temporary ya, artinya program itu tidak, 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 L : Iya iya J : Isinya apa, ya wawancra, berita, lalu lintas, lagu, trus kemudian ada <i>talkshow</i>, ada <i>talkshow</i> komersil dan sebagainya, trus kemudian program Sonora siang itu kan ada lagu, ada informasi, ada permintaan lagu, ada <i>talkshow</i> juga itu kan soal ee 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 kan 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 malem itu ada program namanya spesialis program misalnya kayak ee spesial country, lagu lagu oldiest dan sebagainya. Nah</p>		<p>Informan antusias dalam menjelaskan mengenai program program yang ada di Sonora</p>	<p>Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk perubahan di era digital</p>

		<p>terkait dengan program kalau dulu kan yaudah program talk show, misalnya talk show kita membahas katakanlah komersial talk show membahas soal rumah sakit</p> <p>L : Iya heem</p> <p>J : Kalau dulu persepsinya yaudah kita mewawancara begini</p> <p>L : Iya</p> <p>J : Narasumber disitu, saya sebagai hostnya atau anchor nya atau announcernya wawancara biasa on air selesai, tapi perubahan kan terus terjadi di era digital akhirnya perubahan itu, salah satunya begini, siaran tetep seperti ini siaran</p> <p>L : Iya</p> <p>J : Siaran on air konvensional untuk saat ini bisa langsung <i>live</i> youtube jadi sekarang siaran biasa tapi sudah bisa dilihat di youtube</p> <p>L : Ada visualnya</p> <p>J : Ada visualnya, trus kemudian ee bisa juga misalnya ee setelah siaran begini youtube trus kemudian setelah selesai ini setelah selesai program ini hasil rekamannya bisa di cut cut, bisa dimasukan ke podcast</p> <p>L : Ohh iyaa</p> <p>J : Jadi cocok cocok naik ke podcast</p> <p>L : Berarti jadi informasi baru</p> <p>J : Iya potongan potongan buat podcast, ini yang model konvensional. Tapi ada hal lain karena sekarang eranya sudah, sudah teknologi digital sangat mudah sehingga talk show pun bisa dilakukan di luar ruang, misalnya kayak ee kita ada talk show dengan orang kementrian</p> <p>L : Iya</p> <p>J : Kita datang kesana ke kementrian, kita bawa alat bisa <i>live</i> siaran dari sana bisa lve youtube dari sana. Jadi itu perubahan perubahannya</p> <p>L : Iya</p>			
5	Pewawancara bertanya kepada informan terkait <i>platform</i> media yang digunakan	<p>J : Kalau dulu kan yasudah siaran di studio datang selesai nah sekarang bisa dilihat di youtube, bisa nanti 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 media yang lain</p> <p>L : Eh trus kalau untuk media media yang digunakan oleh Sonora nih selain instagram, tiktok, youtube trus ada apa lagi?</p> <p>J : Eh media media yang dipergunakan?</p> <p>L : Eh buat penyebaran informasinya Sonora gitu</p> <p>J : Ya yang jelas gini yang jelas kan kita sudah bertransformasi misalnya <i>talkshow</i>, <i>talkshow</i> bisa naik di aplikasi youtube, bisa di share di media sosial ya ig, ya whatsapp status, kalau tiktok memang kami tidak konsen, ada pernah yang ngerjain anak magang tapi ee sekarang tidak di olah padahal sebenarnya tiktok ni potensial</p> <p>L : Iya</p>		Informan menjelaskan mengenai program siaran seperti <i>talkshow</i> dapat juga dipublikasikan ke <i>platform</i> media Sonora lainnya seperti media sosial	Konvergensi Media Kontinum: Cloning

		<p>J : Tetapi kemudian kami juga memiliki portal berita, portal ee media namanya Sonora.id, jadi misalnya hasil dari <i>talkshow</i> ini di rewrite dibuat artikel naik ke sonora.id. Sonora.id juga bisa menyiarkan sonora <i>streaming</i> nya disitu</p> <p>L : Oh begitu</p> <p>J : Jadi artinya ee siaran sonora bisa masuk ke Sonora.id portal <i>online</i> nya, kemudian youtube sebagai sarana untuk ee media sosial youtube, trus kemudian juga bisa di IG di <i>live</i> ataupun apa juga bisa gitu</p>			
6	<p>Pewawancara kurang detail dan jelas dalam memberikan pertanyaan mengenai tanggapan pendengar sebagai salah satu Strategi penyiaran radio.</p>	<p>L : Oke ee dari tahapan produksi, distribusi, dan konsumsinya itu tentang tanggapan atau respon pendengar setelah terjadinya perubahan ee apa namanya konvergensi radio sonora tuh kayak gimana sih tanggapan mereka?</p> <p>J : Ya yang jelas sih sekarang begini, 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 ciangjur udah ga tembus kalau ke barat dulu tuh 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 <i>streaming</i>, dengan orang mendengarkan lewat <i>streaming</i> misalkan dengan aplikasi mendengarkan radio yang lain banyak radio dan sebagainya 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 <i>streaming</i> mereka merasa terbantu terhibur mendapatkan informasi dari Indonesia ya, feedbacknya itu biasanya mereka repsonnya bisa lewat komen lewat chat di youtube atau wa biasanya gitu</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai respon pendengar dengan jangkauan siaran yang semakin luas</p>	<p>Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk perubahan di era digital</p>
7	<p>Pewawancara kurang detail dalam menjelaskan pertanyaan mengenai bagaimana evaluasi program untuk mendukung terjadinya konvergen</p>	<p>L : Ohh iya bener, trus gimana sih evaluasi program ee siaran di radio sonora, kan konvergensi kan ada tahapannya, misal harus menyesuaikan ke media apa itu biasanya ada evaluasi evaluasinya gitu ga?</p> <p>J : kalau evaluasi yang jelas kalau radio itu kalau ee sonora misalnya program itu kan biasanya berdasarkan pada 2 ya, menarik atau tidaknya program kan ditentukan pada jumlah yang mendengarkan nah kalau sonora yang lewat <i>streaming</i> itu kan mekanisme orang yang mendengarkan itu kan ketauan, real time, misalnya sekarang program jam 7 sampai jam 8 itu yang mendengarkan dalam satu jam itu misalkan ada 100 ribu orang itu ketauan itu real time, artinya program ini diminati orang, tapi kalau program yang on air itu masih</p>		<p>Informan menjelaskan bagaimana proses evaluasi program dari radio Sonora</p>	<p>Konvergensi Pada Media Radio: Adaptasi radio, bentuk perubahan di era digital</p>

	<p>si media atau perkembangannya</p>	<p>menggunakan ee lembaga riset namanya nielsen, itu kan dia lembaga yang meriset jumlah pendengar, tapi kan kita gak tau mereka satu angket itu mewakili berapa orang, itu hanya nielsen, metodologinya seperti apakah random samplingnya seperti apa</p> <p>L : Ohh begitu iya iya</p> <p>J : Nah itu mereka untuk mengetahuinya cuma per berapa bulan akan muncul nih, oh pendengarmu selama 3 bulan itu totalnya sekian ratus ribu tahun ini menarik, indikatornya apa, di jam jam nya itu dia bisa melihat itu cuma yang tau dia, tapi kalau yang lewat <i>streaming</i> tu bisa bisa dilihat misalnya itu yang jam 7 yang mendengarkan sekian, nanti yang jam 8 kalau programnya menarik dia akan ketauan real time yang nonton nah 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 nah kalau evaluasi itu aturannya sebenarnya 3 bulan program tuh 3 bulan program di evaluasi kalau tidak menarik di take down artinya kalau di tv tv itu ada 5 episode episode pertama kedua jeblok nah itu langsung di cut gitu, nah itu evaluasi itu tetep, evaluasi program itu tetep dilakukan ee secara terus menerus ya program menarik atau tidak itu di evaluasi, menarik atau tidak itu kan soal satu tetantang konten, kontennya tentang apa trus kemudian ee membawakannya trus kemudian durasi, itu kan banyak di break down, cuma kalau program yang jelas di evaluasi kalau jumlah pendengarnya banyak trus kemudian datanya jumlah pendengarnya banyak ya programnya menarik gitu, cuma kalau misalnya ga ada pendengarnya ya di take down gitu.</p>			
8	<p>Pewawancara terbata bata dalam memberikan pertanyaan dan kurang detail dalam memberikan pertanyaan. Pewawancara bertanya kepada informan terkait pengukuran</p>	<p>L : oh iya iya begitu ya mas, nah kalau buat memproduksi suatu program gitu mas gimana si pengelola ini mengukur hal apa saja yang menjadi kepentingan, ee pengelola ada gasih bahan bahan pertimbangan dalam suatu program yang baru gitu mas tolak ukurnya apa aja?</p> <p>J : Kalau Sonora itu yang jelas visi dan misinya itu adalah mencerdaskan dan mengedukasi masyarakat, seluruh program yang ada di Sonora, selau memiliki visi adalah konten program itu bermanfaat, kemudian mengedukasi, kemudian menambah nilai wawasan kepada masyarakat artinya setiap program yang mau kita bikin artinya tidak terlepas dari visi, ya masa kita bikin program ee lawak dan sebagainya itu mengedukasi tidak, tapi di satu sisi karena ini adalah kita swasta tentunya berbeda dengan RRI tadi</p> <p>L : Iya</p> <p>J : RRI kan dapet budget dari negara sudah yang penting habis programnya apa aja, kalau</p>		<p>Informan menjelaskan latar belakang radio Sonora dalam membuat suatu program. Informan juga menjelaskan bahwa program yang ada juga harus menghasilkan suatu profit</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

	<p>n kepentingan dalam menjalankan suatu program</p>	<p>kita kan pure bisnis, jadi program kita menarik terus kemudian bermanfaat bagi masyarakat, mengedukasi masyarakat, dan mendapatkan profit, caranya apa, ya biar pengukuran itu bagus program itu bagus ee, bagus itu kan ini ya ee normatif, ya bagus apanya, bagus penyiarnya, bagus suaranya, bagus membawakannya, atau bagus 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 ee 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 L : hm gitu mas, iya iya J : itu kalau kita bicara radio swasta karena kita pure bisnis, kalau RRI jangan kalau RRI kan duit dari negara gitu</p>			
9	<p>Pewawancara bertanya mengenai perkembangan dalam melakukan konvergensi media</p>	<p>L : haha iya, selanjutnya strategi dari Sonora sendiri buat berkembang dan apa terjadinya peningkatan di era digital ini atau dalam konvergensi media itu kayak gimana si mas J : ya tentunya kita terus berinovasi ya, misalnya baru kemarin kita baru menyelesaikan namanya ee Sonora Broadcast Academy, jadi Sonora yang sudah lima puluh satu eh lima puluh tahun tentunya kan juga ingin e meninggalkan eh bukan semacam legacy ya tapi jadi kami membuka sebuah program namanya Sonora Broadcast Academy tuh untuk siapa saja kalangan anak muda, untuk anak SMA atau mahasiswa untuk seperti apa sih dunia media khususnya radio, trus menjadi penyiar itu seperti apa, nah itu salah satu inovasi yang kita buat sehingga itu ada nilai manfaat tapi juga ada profit, jadi mereka kan daftar bayar trus mereka ngikutin pelatiham dapet sertifikat, dapet ilmu, dan sebagainya, nah itu juga mekanismenya kita e apa namanya belajarnya juga ada yang mengikuti lewat zoom ada juga yang memang offline trus pemaparannya lewat zoom juga bisa, kemarin gelombang pertama yang ikut udah 20 itu sudah lulus, trus ini juga lagi buka batch keduanya ada 7 orang itu salah satu pengembangan usaha menghadapi tantangan seperti ini sehingga pendapatan pendapatan lain juga masuk, nah usaha usaha lain sepertinya juga sekarang kalau hanya sonora khususnya tidak hanya bekecimpung dalam tanda kutip adalah broadcast siaran saja tidak, kami juga menjadi sebuah eo, sonora menjadi sebuah eo jadi ada sebuah produk yang harus di sosialisasikan ke masyarakat ke pasar pasar misalnya suatu produk tertentu sabun atau sampo sonora menjadi eonya sehingga mendapatkan profit, tetapi apa secara direct selling, secara penjualan langsung memang ke pasar pasar, tetapi produk ini kita abadikan dalam video, terus kemudian dibikin sebuah</p>	<p>Informan antusias dalam menjelaskan program yang dibuat oleh Sonora yaitu program Sonora Broadcast Academy</p>	<p>Informan menjelaskan mengenai inovasi dari radio sonora dengan salah satu program baru yaitu Sonora Broadcast Academy dan juga menjelaskan bahwa secara tidak langsung Sonora menjadi EO</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa: Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

		video trus kemudan activity ini juga kita naikkan di youtube trus di apa namanya di kombinasi sehingga menjadi sebuah tayangan digital yang bagus sebagai work up kepada klien ya jadi artinya penjualan langsung didokumentasikan menjadi sebuah konten			
10	<p>Pewawancara kurang detail dalam menjelaskan dan menggali pertanyaan mengenai Cross Promotion .</p> <p>Pewawancara bertanya bentuk bentuk informasi yang disampaikan melalui <i>platform</i> yang dimiliki</p>	<p>L : menjadi sebuah konten gitu iya oke, selanjutnya sonora kan punya beberapa media sosial yang disebutkan, trus juga radio yang on airnya, nah itu tuh setiap informasi yang disampaikan ada sebuah perbedaan gitu kasih mas bentuk bentuk informasinya gitu</p> <p>J : bentuknya gini kalau on air contohnya ee <i>live report</i> ya kalau <i>live report</i> kan seorang reporter mencari berita, mengolah berita, memproduksi berita, kemudian dia on air, on air suara kan ilang sekali ya, 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 tomangan, reporter datang ke situ, laporan, kemudian dia dokumentasikan video dan sebagainya untuk naikan di sosmed, dia juga nulis beritanya di sonora id.</p> <p>L : berarti itu bisa dikatakan sebagai bentuk bentuk kerja sama antara media media yang dimiliki oleh sonora ya mas</p> <p>J : iya bukan lagi kerja sama tapi wajib keharusan</p>	Informan terlihat antusias dalam menjawab pertanyaan	Informan menjelaskan mengenai produksi dan distribusi konten yang diperbanyak untuk setiap <i>platform</i> media yang dimiliki oleh radio Sonora	Konvergen Media Kontinu m: Cloning
11	<p>Pewawancara kurang mengelaborasi pertanyaan evaluasi penyebaran konten di setiap media.</p> <p>Pewawancara bertanya mengenai evaluasi dalam menyampaikan informasi pada setiap <i>platform</i> media</p>	<p>L : oh iya bener, ee terus oh iya kalau setiap media masing masing kan ada plus minus nya ya mas ee gimana sih evaluasi yang dilakuin supaya media media ini tetap maksimal gitu dalam menyampaikan informasi</p> <p>J : ya yang pertama kalau bicara media sosial ini kan sebenarnya menjadi sarana untuk publikasi yang disaat ini efektif ya, cepat, murah tetapi kita juga mengutamakan pada satu kualitas konten yang kedua tentu asas pemashlatan jadi kita menaikkan konten di sosial media juga tentu ada batasan batasannya, artinya mungkin berita berita kita tetep sortir dari berita berita yang apa ya em tidak mengedukasi, berita berita yang negatif tidak kita naikkan ya, tetapi kita mengoptimalkan semua <i>platform</i> media sosial tu sebagai sarana untuk menyebarkan informasi yang ada di sonora berbagai lintas <i>platform</i> itu. Ya tentunya juga kadang kadang menaikkan di media sosial tentunya juga sering kecolongan misalnya soal artikelnya kan harus di akurasi ketika sebelum naik itu berita terkonfirmasi atau tidak, artinya kita selalu melakukan crosscheck dulu jadi ketika mendapatkan kayak tadi contohnya ada</p>		Informan menjelaskan bagaimana upaya kemaksimalan dalam menyebarkan konten yang berkualitas	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital

		<p>mahasiswa stop jalan di tomang, jalanan macet dari segala arah, dari tomang ke grogol si Indri mahasiswa uin yang tadi wawancara kesini kebetulan ngiri gambar “mas macet ada demo” trus yasudah trus kita konfirmasi kan wawancara on air, ngobrol wawancara bahwa benar posisinya dia di jalan tomang raya, posisinya kejawab macet ada demo, jadi artinya kita konfirmasi kebenaran berita itu, nah itu baru temen temen sosmed, dia akan ee sudah memverifikasi itu baru dinaikan di media sosial</p>			
12	<p>Pewawancara bertanya mengenai hambatan atau kendala dalam menyebarkan informasi pada setiap platform media</p>	<p>L : Hm iya mas, kalau dilihat dari isi atau informasi suatu konten nih, kan itu berarti bisa dikatakan, dapat eh didistribusikannya itu di banyak media media yang dimiliki sonora ya mas, nah itu ada kasih kaya eh apa namanya hambatan hambatan gitu mas dalam mendistribusikannya, maksudnya baik di media media sosial yang dimiliki atau pas on air gitu</p> <p>J : eh kalau hambatan sejauh ini ini ya karena eh hambatan tu apa ya dalam arti hambatan apanya</p> <p>L : Pendistribusian kontennya sih mas</p> <p>J : Oh sejauh ini sih tidak ada ya karena kita memiliki tim tersendiri, 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 sosial media itu ada yang tim twitter facebook itu ada sendiri yang menaikkan, tim ig bikin story bikin reels, itu ada tim nya sendiri, jadi ga satu orang megang gitu, jadi kayak twitter facebook nah itu dah ada sendiri tim nya. Trus kemudian entah yang di ig story itu ada sendiri, yang di whatsapp pun kalau ada program itu ada tim nya sendiri yang nge share status wa, jadi selama ini tidak ada kendala mungkin kalau ada kendala tuh teknis aja misal kayak wifi, atau soal lain itu teknis</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai cara radio sonora dalam mendistribusikan konten di setiap medianya.</p>	<p>Konvergensi Media Kontinum: Cloning</p>
13	<p>Pewawancara bertanya mengenai dampak yang terjadi dari adanya platform yang dimiliki</p>	<p>L : oh iya mas, trus dari beberapa media yang digunakan em apa namanya ee siaran radio gitu, dampak atau hal apa aja sih yang pernah dicapai dari penggunaan berbagai platform yang dimiliki Sonora saat ini</p> <p>J : Ya dampak yang jelas secara ekonomi sudah sudah ada ya, artinya di ee digital ee yang digital ini misalnya kayak sonora id digital kan itu, informasinya dari siaran sonora kemudian di portal itu yang jelas sudah sudah menghasilkan uang dari dari apa namanya media digital itu kemudian youtube, youtube juga kami sudah mendapatkan silver kan,</p>		<p>Informan menjelaskan impact dari penggunaan berbagai platform</p>	<p>Konvergensi Media Kontinum: Coopetition</p>

		artinya kami sudah menghasilkan uang, jadi dari digital itu kami sudah menghasilkan uang salah satunya dari youtube, dari itu sonora id, yang kalau portal kan lebih kepada page view kan page view yang membaca yang melihat nah itu kan secara baik ee apa ya namanya sistem ya google ya tu sudah ada iklan dan sebagainya nilai positifnya kesitu, yang kedua juga brand awareness nya dikenal orang bahwa sonora itu tidak hanya radio ada sonora id nya, ada melewati media sosial, media sosial kita aktif sehingga tidak hanya mengenal sonora sebagai entitas radio broadcast tetapi juga ada digital portal digitalnya dan sebagainya			
14	Pewawancara bertanya kepada informan mengenai prioritas suatu platform media dalam menyampaikan informasi	<p>L : Iya mas, nah kalau ee pernah kasih ada suatu informasi yang didapatin misalnya tim instagram nah dari informasi tersebut tuh ada kasih prioritas prioritas dari informasi yang disampaikan terlebih dahulu, misalnya nih dari tim instagram punya informasi yang baru kayak tadi nih misalnya dari tim instagram itu ada informasi demo, nah dari informasi tersebut ee ada kasih media media yang diprioritaskan buat nyebarin informasi itu fuluan atau fleksibel gitu aja?</p> <p>J : Kalau yang jelas e ini ya biasanya kan paralel kan, jadi misalnya reporter demo, demo itu kami pernah melakukan facebook <i>live</i>, jadi facebook <i>live</i> itu memang agak ribet ya, jadi facebook <i>live</i> itu sebenarnya bisa ee ya facebook <i>live</i> jadi dia laporan dari situ kemudan bisa dilihat, kemudian apa namanya ee melihat visual jadi kalau demo demo kayak gitu memang ini em memang biasanya yang melihat banyak viewer nya banyak, tapi gini kita belum ada mekanisme yang misal facebook trus bisa siaran on air gitu nah biasanya sih temen temen pokoknya <i>live</i> dulu ee apa yang terjadi demo dan sebagainya, baru dia ngambil ini ee facebook <i>live</i> nya atau apanya karena memang sdm nya terbatas kan, kalau mungkin media lain ada yang memang khusus dia megang facebook facebook <i>live</i> misal ig <i>live</i> gitu yang fokus di reportase, cuma memang karena kami sumber daya nya terbatas, karena tim sonora id tuh hanya editor jadi semuanya misalnya kayak dilapangan ya reporter semua, karena itu berbeda ya ininya jadi reporter sonora ada demo ya dia laporan dulu apa yang terjadi misal ada demo habis itu dia baru ngambil video ya facebook <i>live</i> kalau prioritas ya apa namanya prioritas ya on air dulu baru facebook <i>live</i>, kecuali kalau tim nya cukup ya kita masing masing berjalan video facebook <i>live</i> dia sendiri, yang on air dia sendiri</p> <p>L : em begitu ya mas baik oke, trus em oh iya kalau pengolahan informasi yang disampaikan di setiap media yang dimiliki atau baik on air itu berarti bukan dipegang oleh satu orang aja ya tapi setiap timnya itu mengelola informasi buat di sampain di media masing masing</p>		Informan menjelaskan pendistribusian konten yang sama namun di repackaged dan kemudian di distribusikan pada setiap media dengan	Konvergen Media Kontinu m: Content Sharing

		<p>J : heem ya itu tadi misalnya reporter di lapangan itu di lapangan kemudian <i>live</i> ini kan <i>live</i> report kemudian dia juga dia ngirim video atau foto ke whats app group nanti ini di whatsapp itu tim sosial media yang akan ambil dia yang akan naikan jadi bukan si reporternya yang naikan di ig nya ee akunnya akun atas nama sonora</p>			
15	<p>Pewawancara bertanya kepada informan terkait suatu perencanaan program atau acara</p>	<p>L : Hmm gitu mas, nah kalau ini pernah ga sih mas kayak misalnya ada acara besar kayak ulang tahun sonora atau yang lain misalnya ada suatu acara nah di acara tersebut tentu aada perencanaan nah ada perencanaan produksi dan juga ee pelaksanaannya nah itu tuh gimana sih mas maksudnya dari segi produksinya</p> <p>J : Ah yang kemarin ini kita melakukan ini 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 ee komunitas ee komunitas tuh siaran nonstop 50 jam ya tentunya kita membuat ee 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 bener bener berjalan dengan baik</p> <p>L : Kalau dari acara itu sendiri pasti diinformasikan ya mas di media sosial di radio, nah itu tuh ada kasih misalnya di instagram kontennya harus gini gini gitu</p> <p>J : Iya pasti oh iya itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promo kan na itu jadi kayak 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</p> <p>L : berarti sudah otomatis ya mas</p> <p>J : Sudah otomatis dibuat sistem</p>		<p>Informan menjelaskan bagaimana setiap <i>platform</i> media yang dimiliki sonora telah terencana dalam menyebarkan informasi dengan menyesuaikan karakteristik dari masing masing medianya</p>	<p>Konvergensi Media Kontinum: Full Convergence</p>
16	<p>Pewawancara menutup sesi wawancara</p>	<p>L : Baik mas, sudah itu saja pertanyaannya mungkin nanti kalau misalnya aku ada pertanyaan tambahan boleh</p> <p>J : Boleh nanti di wa apa saja kekurangannya apa nanti aku kasih file file yang dibutuhkan</p> <p>L : Baik mas terima kasih banyak sudah meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara hari ini</p>			
17		<p>L : Dengan adanya konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Sonora apakah pemasukan radio sonora ini meningkat? kalau meningkat sekitar berapa persen? faktor faktor apa saja yang membuat terjadinya peningkatan pemasukan di radio sonora?</p> <p>J : Konvergensi radio dari analog/siaran konvensional ke digital dalam bentuk youtube dan sonora.id otomatis mendapatkan revenue atau pendapatan dari platform digital tersebut</p>			<p>Adaptasi perubahan</p>

18		<p>L : baik mass, selanjutnya kalau untuk program Sonora Broadcast Academy itu menjalin kerja sama dengan pihak mana saja ya mas?</p> <p>J : Full program milik sonora</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai inovasi mendapatkan income/revenew 2. Terobosan menciptakan para broscast yg siap bekerja <p>L : selanjutnya kan radio sonora ini bagian dari Kompas Gramedia ya mas, nah pernah ada ga sih mas kerja sama antara radio sonora dengan perusahaan perusahaan dibawah Kompas Gramedia lainnya gitu mas? kalau pernah mungkin boleh dijelaskan bentuk kerja samanya seperti apa...</p> <p>J: Banyak</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan Toko Buku Gramedia acara bedah buku, Toko Buku dan Penerbit Buku Kompas 2. Hotel Santika acara event semonar di hotel 3. KompasTV event off air pembagian setbox tv digital dll <p>L : kalau di acara bedah buku dan event seminar di hotel, radio sonora menyiarkan atau bagaimana ya mas?</p> <p>J : Ada yg live ada yg rekaman atau cukup naik di Youtube, Tergantung kebutuhan, durasi dan value</p> <p>L : berarti dalam acara tersebut kerja samanya dilakukan secara keseluruhan ya mas, dimulai dari perencanaan - produksi - hingga distribusi?</p> <p>J : Ya betul ada yg kerjasama sebagai support program kerjasama ada yg ada nilai uangnya. Bedah buku biasanya kerjasama barter sonora dapat konten program buku baru dan toko buku produknya tersosialisasi. Jika yg ada nilai uang semi barter kayak event di hotel atau kerjasama dgn kompastv ada nilai uang</p>			Konvergensi media kontinum Coopetition

Lampiran 16. Open Coding Informan 3

OPEN CODING INFORMAN 3

DATA INFORMAN 3

Nama : Aden Muhammad Darlian

Pekerjaan Jabatan : Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta

Keterangan : Linda (L), Aden (A)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1	Pewawancara mempersilakan informan untuk memperkenalkan diri dan mendeskripsikan tanggung jawab dari jobdesk	<p>L : Iya sebelumnya boleh pak diperkenalkan dulu nama bapak dan jabatannya di RRI apa?</p> <p>A : Saya Aden Muhammad Darlian, selaku koordinator bidang layanan umum di LPP RRI Jakarta</p> <p>L Baik pak kalau boleh tahu usia bapak berapa dan sudah bekerja berapa lama di RRI?</p> <p>A : Saya usia sudah 56 Tahun dan lamanya bekerja di rri sudah kurang lebih 28 tahun mba Linda</p>	Informan menjawab dengan posisi duduk dengan nada datar.	Informan menjelaskan memperkenalkan alkan diri	Latar Belakang Informan
2	Pewawancara bertanya kepada informan terkait latar belakang informan	<p>L : Baik pak, Kalau boleh tahu tanggung jawab di posisi bapak ini bagai ee apa aja</p> <p>A : Oke jadi di RRI jakarta itu ada 5 bidang dibawah kepala RRI yaitu bidang teknik dibawah oleh koordinator, kemudian bidang tata usaha kabag TU, kemudian itu ada produksi itu aada koordinator produksi jurnalis, ada program programa 1 2 dan 4, dibawah koordinator program ada layanan usaha dibawah koordinator bidang layanan usaha, nah salah satu ee tugas dan fungsi layanan usaha kita pada intinya adalah bagaimana menjadi jembatan informasi bagi external public relations dan juga internal public relations, dan satu hal lagi untuk menjawab kebutuhan tadi kita mempunyai 3 sesi, pertama informasi publik, komunikasi publik, dan layanan usaha, mungkin yang ditekankan adalah layanan usaha karena ini menyangkut bagaimana rri jakarta harus mendapatkan pemasukan ke kas negara berupa penerimaan bukan pajak dan segala hal pemasukan pemasukan rri jakarta baik dari program maupun penyewaan penyewaan tempat yang bisa disewakan itu melalui layanan bidang usaha dan uang tersebut itu langsung di setorkan kepada kas negara melalui mekanisme elektronik billing atau e-billing jadi fungsinya LPU ini lebih kepada business development sebetulnya kalau di luar tetapi juga sekaligus menjadi public relations yang menjembatani informasi informasi mengenai internal dan eksternal, kita ada namanya PPID juga ada juga kita memiliki apa namanya layanan layanan usaha dan juga semacam pengabdian untuk masyarakat yang bukan sifatnya konten acara seperti off air kita menyelenggarakan misalnya difabel untuk menyuarakan, kita menyelenggarakan pentas seni untuk sekolah sekolah festival pelajar kita punya ptd</p> <p>L : Oh iya kayak program program gitu ya pak</p> <p>A : Iya itu di bidang layanan usaha yang menjadi leading sektornya</p> <p>L : Berarti kalau program program tersebut diselenggarakannya oleh bidang layanan usaha?</p>	Informan secara seksamadal m menjawab pertanyaan dari pewawancara	Informan mendeskripsikan tanggung jawab pekerjaan informan sebagai Koordinator Bidang Layanan Umum di LPP RRI Jakarta.	Latar belakang pekerjaan informan

		A : Iya bidang layanan usaha, tapi bidang layanan usaha karena sifatnya radio itu tidak bisa sendiri harus berkolaborasi dengan orang program yang memiliki konten program dan juga dengan teknik supportingnya, tetapi leading sektor untuk menyelenggarakan hal tersebut adalah di bidang layanan usaha			
3		<p>L : Oke baik pak masuk ke pertanyaan selanjutnya, bagaimana sih adaptasi rri jakarta di era digital ini kan banyak nih konvergensi media yang dilakuin sama rri jakarta, terlebih lagi rri ini merupakan kayak ee apa radio yang udah lama naik ke udara gitu ya pak, terus gimana sih kalau dilihat dari layanan pengembangan usaha tentang adanya konvergensi media di era digital ini</p> <p>A : Sebetulnya keniscayaan konvergensi media setelah adanya internet, setelah adanya internet semua jadi berubah menjadi digital konvergensi media itu kan penyatuan dari berbagai macam, ini dari bidang layanan usaha sebenarnya core bisnis nya yang utama adalah tadi yang saya bilang bagaimana kita harus memberikan layanan usaha kepada negara dalam bentuk penerima negara bukan pajak yang kedua bagaimana kita menginformasikan ke sedemikian tim mengenai kegiatan di rri dan juga menjembatani keingintahuan masyarakat terhadap rri nah mengenai masalah 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 misalnya, atau mengetahui rri dari handphone mendengarkan itu lebih bagus, kemudian bagaimana lagi kita mencoba melakukan penetrasi pesan kemudian tadi layanan usaha karena ada layanan usaha berupa konten program maupun juga ee, tempat tempat yang disewakan seperti auditorium kemudian rooftop diatas untuk atm, ini bisa kita publish melalui media sosial yang lain seperti instagram kemudian tiktok, kemudian ppid yang menginformasikan semua dengan alamat websitenya jadi seungguhnya dengan digitalisasi ini sangat memudahkan kita untuk menginformasikan seluas luasnya mungkin kepada publik mengenai keberadaan, dulu kan mungkin gangerti orang tapi sekarang kan punya instagram story yang kita bisa rancang mulai dari mana nih rencana promosinya, karena saya pikir ee anak anak sekarang ini kan mulai baru lagi generasinya, mereka harus dikenalkan seperti apa, kita menyesuaikan program program instagram misalnya tergantung dari program program yang ada, pro 1 pro 2 dan pro 4 karena segmentasi pasar yang berbeda maka kita juga melakukan penetrasi pesan melalui instagram juga berbeda tapi secara keseluruhan rri jakarta seperti apa, bagaimana bentuk pesan yang disampaikan, itu kita juga memiliki team work untuk sosial media seperti itu, kemudian untuk videotron kemudian standing seperti apa namanya di depan itu ee apa namanya kalau adek datang di sebelah lift itu ada yang namanya sign in apa namanya ya istilahnya apa ya ee, digital sign it, digital sign it itu semacam yang standing itu kayak video tron kecil itu kan isinya lpu semua, jadi kalau misal ada orang baru datang bisa tau ada ppid dibawah apa yang ditanyakan ya semuanya serba digital sih gitu</p>	Informan menjawab	Informan menjelaskan mengenai adaptasi RRI Jakarta di era digital pada bagian Layanan Pengembangan Usaha, seperti memberikan pelayanan kepada negara dan juga pihak luar atau stake holder serta perubahann yadalam melakukan kegiatan promosi dari program program yang ada.	Konvergen si Pada Media Radio: Adaptasi radio, Bentuk bentuk perubahan di era digital

		lebih memudahkan dibandingkan kita harus jaman dahulu ya sifatnya masih manual masih analog, kandungan digital ini semuanya memungkinkan, mereka bisa liat instagram jadi membuka jendelanya lebih luas gitu			
4	Pewawancara kurang dalam	<p>L : oh iya begitu ya pak baik, terus untuk pertanyaan selanjutnya bagaimana strategi dari layanan atau pengembangan usaha di era digital ini</p> <p>A : Ya yang seperti yang saya sampaikan tadi kalau sebelumnya adanya handphone playstore gitu ee manual banget kan telpon sana telpon sini, sekarang kita optimalkan medsos, plus juga diantaranya kita aktif di tiktok dan instagram, kemudian untuk e-flyer kita juga aktif, kemudian kita juga ada kerja sama dengan ee sekolah sekolah, pokoknya dengan stake holder kita kita ajak kerja sama bagaimana memperkenalkan rri dan baru baru ini kita mencoba penetrasi khususnya rri jakarta ya, untuk sekolah yang ada di provinsi DKI Jakarta mengadakan event namanya festival pelajar nusantara, mereka kita buat event selama 6 hari dan merek aynag menyelenggarakan, dan itu emudahkan bagaimana rri dikenal oleh seluruh lapisan generasi millennial ini terutama generasi z ya, supaya merek paham rri, dengan apa, mereka harus mendownload aplikasi rri play go di playstore atau di iphone juga ada, nah disitu mereka melihat program program rri seperti apa, setiap mereka yang datang atau berkunjung mengisi acara selama 6 hari ada fashion show, ada festival band, ada workshop media, ada lomba tari nusantara, ada pameran, semua yang masuk rri itu harus mendownload, jadi ini salah satu cara kita, siamping kita mendapatkan digitalisasi tadi, jadi kan anak sekarang tuh pasti punya handphone ee merek membantu kira, dan akhirnya apa yang terjadi, viewer kita follower kita naik semua, itu salah satunya optimalisasi digitalisasi ala rri jakarta, belum lagi instagram instagram kita sejujurnya kita panjat juga panjat sosial menggunakan artis artis kita undang kemudian mereka harus nge tag juga supaya rri naik</p> <p>L : Oh iya pak jadi berarti boleh dikatakan dampak di era digitalisasi ini dampak nya bisa ee berdampak banget itu ya pak</p> <p>A : Sangat sangat berdampak sekali karena jujur ini hanya kreatifitas bagaimana kita mengoptimalkan kreatifitas temen temen sehingga digital ini benar benar memberikan dampak perubahan yang positif gitu, kuncinya memang ide kreatif, ide kreatif sebanyak mungkin, buat konten sebanyak mungkin di medsos sehingga dikenal, kemudia kita juga me lobby beberapa stake holder kita supaya mendownload, diantaranya tadi sekolah sekolah di jakarta mungkin, negeri tapi ya ini 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</p>		Informan menjelaskan mengenai strategi dari layanan pengembangan usaha di era digital seperti keaktifan di media sosial, dan penetrasi pesan.	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital
5		L : Oh iya benar pak, eh untuk pertanyaan selanjutnya tadi kan bapak bilang kalau ada beberapa event event yang di adakan oleh LPU ya pak nah itu gimana sih eh apa namanya perencanaannya, dimulai dari perencanaan lalu proses produksi dan juga distribusi		Informan menjelaskan mengenai bentuk dukungan kepada	Radio Sebagai Media Komunikasi Massa : Adaptasi

		<p>dari event tersebut, tapi dari proses kerja di LPU Jakarta</p> <p>A : Jadi gini dek, setiap event itu berkenan dari proses biaya anggaran dan kadang kadang ada event yang memang bisa dibiayai oleh negara, ada juga event yang tidak sama sekali bisa masuk daftar list pembiayaan negara, jadi artinya suatu kita akan membuat event ini, kita akan mencoba menggali ide kreatif apa yang kira kira bisa dimunculkan, 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, kenapa harus hari H karena akan berhubungan juga dengan nanti kita mencari sponsor, karena sponsor itu berhubungan ee 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, otomatis juga setelah kita punya ide kreatif ini kita susun lintas ee 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, lalu bagaimana perjanjian kerja sama nya, setelah mereka oke, lalu dibuat program seperti apa, lalu kita eksekusi, jadi kalau sekiranya tidak memungkinkan kita ada alternatif-alternatif lain kira kira ee program apa yang paling sesuai yang bisa kita lakukan, misalnya kita kerja sama dengan pemprov dki, kemudian sosialisasikan, sekarang ini ada kerja sama dengan pemprov dki bagaimana rri jakarta di era digital ini mampu menjembatani komunikasi antara pemngambil kebijakan di pemprov dengan dinas masyarakat, nah ini era digital yang paling enak, dan salah satunya pendengar langsung bisa bertatap muka karena rri jakarta konvergensi media bukan hanya melalui suara tapi juga kita melalui gambar ada tv</p> <p>L : Visualnya</p> <p>A : Visualnya, ini ini semakin menarik sebetulnya dengan era digital seperti ini, dan yang belum mungkin yang belum kita optimal adalah kerja sama antar media yang berbeda, ini belum kita jajaki, misalnya rri dengan tv swasta, rri dengan yang lain, ini lebih asik lagi masuk ke running text nya ditulis di rri ini kan mereka akan kita promosikan seperti apa</p>		<p>acara acara yang ada di RRI Jakarta dengan cara merencanakan, membuat, dan menjalankan suatu event yang kreatif dengan adanya kerja sama dengan stakeholder.</p>	<p>radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>
6		<p>L : Berarti kalau kalau dilihat dari internalnya misalnya kan tadi kan disebutin kalau ada tiktok instagram trus ada youtube juga ada rri net ya kalau ga salah</p> <p>A : RRI net iya</p> <p>L : Berarti kerjasamanya baru antara media media rri</p> <p>A : Iya media media yang kita miliki, tetapi untuk media ee tetapi dengan artis bisa, dengan artis dengan narasumber narasumber itu otomatis mereka nge tag dong karena kita pansos seperti itu, tapi untuk antar media, kerja sama antar media baru beberapa tapi belum menjadi sebuah kerja yang menjadi eapa ya menjadi yang paling utama ya, ee masih ada beberapa engan media lain ada, tetapi tidak menjadi sesuatu yang mutlak, mungkin kedepan kita akan menjajaki juga dengan media media lain supaya sama sama</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai kerjasama antar media yang dimiliki oleh RRI dan juga dengan stakeholder. Informan juga menjelaskan mengenai adanya batasan</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa: Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

		<p>saling menguntungkan, kecuali media partner ya dalam kegiatan off air itu pasti ada, maksud saya media yang sejenis apakah memungkinkan karena rri itu bagaimanapun juga milik ee radio publik yang masih terikat dengan aturan aturan main, kalau radio radio atau media media lain mungkin mereka lebih personal lebih profit taking, nah itu kita juga ga gabisa seperti itu karena ada misi sosial, misi pendidikan, misi budaya, yang di emban oleh rri</p> <p>L : Berarti kayak ada batasan batasan ya</p> <p>A : Sangat, batasan batasan yang tidak boleh menjadikan apa namanya ee rri betul betul profit oriented, tetapi fokus utamanya adalah bagaimana mencerdaskan kehidupan bangsa melalui radio, nah itu mungkin</p>		<p>batasan karena RRI merupakan radio publik yang berbeda dengan radio swasta lainnya.</p>	
7		<p>L : Iya berarti kalau dari event event atau acara acara tersebut itu bisa dibidang kayak suatu kolaborasi gitu ga sih pak</p> <p>A : Iya</p> <p>L : tapi hanya di rri saja gitu</p> <p>A : Iya eh kita berkolaborasi penggunaannya bukan hanya di rri acaranya, diluar juga bisa, kita buka ini off air namanya, off air itu sesuatu, ee on air juga bisa tetapi diluar sering kita lakukan, misalnya kita mengenai mangrove, kita ambil di jakarta utara, atau kita bicara mengenai kebersihan kali ciliwung kita memang spot disana masyarakat disana namanya focus group discussion ya fgd karena itu ada namanya program program yang memang kita buat setiap bulan dua kali program program yang sifatnya environmental lingkungan, kita harus bangun dengar seperti apa masyarakat, ada pemangku kebijakan, kita melakukan semua itu, lalu kita kasih mereka merhandise, nah itu biasanya kita yang punya program dan ujung ujungnya kembali mereka dipaksa untuk mendownload aplikasi gitu</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai adanya kolaborasi yang terjadi</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikasi Massa: Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital,</p>
8		<p>L : Iya gitu, trus kalau dari acara acara tersebut kan pastinya kayak ada promosi dulu lewat sosial, nah atau biasanya juga kan pas magang dulu kayak suka denger misalnya penyiarnya ngasih informasi</p> <p>A : Adlibs iya heem</p> <p>L : Iya informasi tentang acara acara di rri nah itu tuh disuruh ee bukan disuruh ya maksudnya diinformasikannya itu dari lpu nya sendiri untuk misalnya nanti penyiar ini boleh tolong minta informasikan kalau bakal ada acara ini, atau misalnya tolong informasikan tentang ini ya di media sosialnya</p> <p>A : Ada dua, ada dua mungkin banyak ya bukan dua itu berkenaan dengan program, program konten, program konten yang datangnya dari program mungkin program yang meng create sendiri, tetapi konten program yang datangnya dari pihak luar kerja sama, adanya kerja sama berkenaan dengan penerimaan bukan pajak ada klien yang masuk ke rri meng create dan 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, dipaksa juga, program tertentu harus membuat flyer ini dan kita menginformasikan bahwa ada kegiatan ini atau bintang tamu ini ini ini, jadi fleksibel, tergantung bagaimana konten program itu</p>	<p>Dalam menjawab pertanyaa, informan terlihat berpikir karena mengingat mengenai aturan PNBP, informan bertanya kepada mas Adi yang merupakan rekan kerja informan</p>	<p>Informan menjelaskan bagaimana bentuk kerja sama antar media yang dimiliki oleh RRI dalam mempromosikan suatu program atau acara yang ada.</p>	<p>Konvergen si Media Kontinum: Cross Promotion, Content Sharing</p>

		<p>berasal, kalau memang sekiranya mereka berbayar dan uangnya juga untuk negara, maka semuanya harus meng create itu menyukseskan program tersebut meskipun datangnya dari LPU, kalau datangnya program orang program sendiri yang membuat ee kontennya, promo kontennya seperti itu</p> <p>L : Oh iya pak, hm</p> <p>A : Iya ada lagi ga?, mas adi kalau pnbp itu undang undang nomor berapa, perdirut nomor 5 tahun 2023, jelas ga</p> <p>L : Iya jelas pak</p> <p>A : itu pnbp, satu lagi untuk pemerintah peraturan pemerintah nomor 68 ya, 2020 Nah itu berkenaan dengan penerimaan negara bukan pajak jadi kita juga diwajibkan oleh pemerintah untuk sumbangan uang kepada negara, nah itu yang berkenaan dengan masalah konten karena itu menyangkut klien, misalkan nanti besok ada wayang, itu kan edukasi program tetapi juga mengedukasi program tetapi juga sekaligus tontonan dan hiburan untuk masyarakat, nah itu kontennya kerja sama dengan pihak tertentu, lalu program semua program itu menyiarkan, kita membangun juga bagaimana promosinya, biasanya satu minggu sebelum acara itu berlangsung kita sudah menyiarkan atau mempromosikan hal tersebut, banyak loh antar pemerintah gitu, kerja sama banyak sekali</p>		
9		<p>L :Iya baik pak, ee kalau misalnya suatu event, event yang paling besar ni apa pak, ee maksudnya acara yang pernah di adain di rri yang sampe mulai dari perencanaannya...</p> <p>A : Oh ini festival pelajar, festival pelajar ini event yang paling gila, karena merencanakan sampai 2 bulan lebih, dan semuanya melalui kerja sama total dengan pihak luar, baik dari kepesertaan, karena pesertanya perhari harus masuk sekitar 2000 peserta</p> <p>L : Oh banyak juga ya pak</p> <p>A : Banyak sekali</p> <p>L : Berarti itu bisa dikatakan paling besar</p> <p>A : Paling besar yang memang menjadi ee rri jakarta menjadi acuan untuk nasional</p> <p>L : Berarti acara tersebut diselenggarakannya oleh RRI Jakarta</p> <p>A : RRI Jakarta, dan kami LPU jadi leading sektor saya jadi ketuanya harus meng create sebuah acara, harus mendatangkan artis, 13 artis selama 6 hari, mendatangkan peserta sekitar 10 ribu penonton ya tapi diganti ganti kemudian peserta band indie berapa puluh band, kemudian peserta tari nasional berapa puluh tari kemudian monolog SMA, mereka berkompetisi</p> <p>L : Oh Rangkaian acaranya banyak ya pak</p> <p>A : Banyak sekali, kemudian peserta, kemudian UMKM tapi dari sekolah smk smk, dan mereka ee mereka bersaing untuk mendapatkan yang terbaik, tapi itu kita kerja sama dengan pemprov dki jakarta diantaranya dinas pendidikan dan dinas perhubungan untuk mengangkut anak sekolah dari sekolah menuju kesini, tetapi bagaimana flow nya mengaturnya anak anak sekolah itu masya allah luar biasa effortnya besar, dan panitinya semuanya osis se jakarta</p> <p>L : Oh berarti panitinya diambilnya dari pihak luar ya</p> <p>A : Iya dari pihak rri kita hanya supporting menjadi mentoring bagaimana menjadikan event ini suatu</p>	Informan menjelaskan bagaimana suatu acara besar yang dilakukan oleh rri dengan kerja sama internal dan juga eksternal	Konvergen si Media Kontinum: Cross Promotion, Content Sharing,

		<p>pembelajaran menjadi event organize insya allah internasional buat anak anak yang berskala internasional jadi kita mencoba meng create mereka mencoba untuk memahami bagaimana kerja event organize dan sukses, sukses besar, keren ya</p> <p>L : Oh iya keren bener pak</p> <p>A : Sampe nginep nginep anak sekolah, kepala ketua osis dan kepala apa satu lagi yang direkrut jadi panitia</p> <p>L : MPK</p> <p>A : Iya MPK, rame se jakarta ngumpul disini, artinya mereka juga minta lagi acara yang akhirnya dibuatlah acara nasional jakarta untuk tahun ini</p> <p>L : Oh dibuat lagi program baru gitu ya pak</p> <p>A : Iya untuk tingkat nasional namanya festival pelajar nusantara dan rri jakarta menjadi tuan rumahnya host nya</p> <p>L : Berarti acara tersebut selain melibatkan pihak luar, pihak rri nya sendiri juga pasti misalnya dari apa namanya dari produksinya itu</p> <p>A : jadi gini sejujurnya kita mencoba mengenalkan bagaimana sih caranya membaut sebuah event dari mulai perencanaan mengorganize menghitung produksi konsumsi keamanan perizinan sampai terselenggara, undangan apa saja yang perlu di undang, bagaimana parameter keberhasilan kita ajarkan ke mereka mereka bagaimana menjadi mc, bagaimana membuat rundown acara, bagaimana menetapkan orang orang, bagaimana mengatur mereka supaya tidak bosan, bagaimana mendapatkan konsumsi tanpa nol budget, ini menarik nol budget jadi mereka berpikir keras bagaimana, tetapi kita tuh anak anak sma bukan untuk mencari dana tapi mereka yang penting tau di back up kita semua, yang penting paham cara mengatur lintas bidang seperti ini seperti ini, keren kamu harusnya ikutan</p>			
10	Pewawancara berterima kasih kepada informan, menutup sesi wawancara	<p>L :Iya pengen pak tapi sudah bukan waktu saya lagi, pernah diajak buat nonton tapi saya gak nonton hehe, kalau begitu terima kasih banyak ya pak atas waktunya terima kasih atas informasi yang telah diberikan</p> <p>A : Iya sama sama mba Linda, semoga bermanfaat, kalau ada yang kurang bisa hubungi saya lagi saja.</p>			

Lampiran 17. Open Coding Informan 4

OPEN CODING INFORMAN 4

DATA INFORMAN 4

Nama : Stanislaus Jumar Suidiyana

Usia :

Pekerjaan Jabatan : Bidang Pengembangan Usaha / Business Development Sonora

Keterangan : Linda (L), Jumar (J)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1	Pewawancara langsung menanyakan pertanyaan terkait adaptasi radio sonora, pewawancara tidak meminta informan memperkenalkan diri karena informan ke-4 ini sama dengan informan ke-1	L : Iya mas langsung aja ya nah pertanyaan pertama gimana sih adaptasi radio sonora ini di era digital, dilihat dari bidang layanan pengembangan usaha? J : Usaha ya, jadi layanan pengembangan usaha di era digital sebenarnya salah satunya ya itu tadi misalnya dengan mengembangkan program ee apa namanya 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 kemudian sonora id, trus kemudian podcast, kemudian ee apa namanya ee siaran yang tadi misalnya dilakukan di outdoor dengan menggunakan ee mekanisme apa namanya ee <i>live</i> youtube trus kemudian kita membuat sebuah acara <i>talkshow</i> dengan hybrid dengan zoom dan sebagainya itu kan ee pengembangan usaha di era digital dampak dari ee disruption tadi kan perubahan pola tadi		Informan menjelaskan mengenai adaptasi radio sonora di era digital jika dilihat dari perspektif bidang layanan pengembangan usaha radio sonora, seperti perubahan mekanisme siaran yang bertambah dengan menggunakan media lain dengan bentuk audio video	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan di era digital
2		L : kalau perubahan tugas tugasnya tuh gimana mas? J : Kalau perubahan tugasnya ya kita terus memaksimalkan sumber daya yang ada trus makannya kami selalu mengatakan yaitu adalah multitasking tapi meskipun multitasking adalah kayak contohnya tadi siang tadi untuk menjadi seorang operator youtube mengoperasikan youtube, ketika siaran di dalam ataupun siaran dimana kan operator youtube nya harus stand by L : Oh iyaa J : Dia yang memindahkan posisi template gambarnya atau dia mengubah running text nya atau dia mengubah judulnya nah itu dia kan ada ini tim digital yang memberikan pelatihan tim digital tuh tim sonora id, karena tim sonora id tuh tim nya kan ada tim video ada tim ee apa namanya editor video dan sebagainya, nah mereka memberika 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 ee saya yang kerjaannya harusnya menulis berita harus bisa mengoperasikan itu L : Oh iya berarti sangat memungkinkan untuk satu orang itu bisa dapet dua pekerjaan atau tanggung jawab J : Iya lebih malah bahkan itu misalnya kayak di sonora ini penyiar ya, di sonora ini dia bisa		Informan menjelaskan bagaimana adanya perubahan tugas sebagai bentuk adaptasi radio sonora	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan di era digital Konvergensi media kontinum : Cross Promotion

		reportase, bisa siaran, dia bisa laporan lalu lintas, dia bisa bikin podcast, jadi memang tuntutananya harus seperti itu harus multitasking			
3		<p>L : Kalau misalnya tadi ada acara yang ulang tahun sonora ya mas, nah itu kalau dilihat dari bidang layanan atau pengembangan usaha untuk mendukung acara tersebut tuh apa saja sih mas faktor faktornya?</p> <p>J : Mendukung bidang usaha?</p> <p>L : Engga mendukung acara tersebut kalau dilihat dari pandangan bidang layanan pengembangan usaha</p> <p>J : Eee jadi misalnya ada event gitu ya trus kemudian?</p> <p>L : eh iya trus cara mendukung event tersebut kalau misalnya saya bidang layanan pengembangan usaha nah untuk mendukung produksi event tersebut gimana, ya bentuk dukungannya tuh apa aja?</p> <p>J : Oh event berjalan ya, kalau bentuk itu pengembangan usaha ya kalau kami tuh mungkin bahasa lainnya tim business development ya ya tentunya agar berjalan itu lancar tentunya yang jelas sinergi ya, kita misalnya menggandeng mencari misalnya sonora kemarin ulang tahun, mengadakan event kita menggandeng stake holder ee pemangku kepentingan yang lain, kementerian atau lembaga untuk bisa berkolaborasi, ee 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 ee portalnya, 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.</p> <p>L : Oh begitu iya mas</p> <p>J : Ya beda si memang sama si Linda menggali dari sebuah radio swasta dengan radio negeri kalau negeri kan ada budgetnya dari pemerintah, sama pasti kan kalau dia ada anggaran mengadakan acara ya bisa menjalankan acara programnya ya duit nya udah ada, kalau kayak kami swasta kita bagaimana acara ini berjalan baik trus dapet pemasukan dapet sponsor dapet profit, kan harus ada profit, kalau RRI mah mungkin programnya maaf ya corong pemerintah, yasudah pemerintah maunya apa ikutin aja meskipun mereka juga dipantau, ini kok RRI ngangkat berita seperti ini, nanti ada telepon,</p>		<p>Informan menjelaskan bagaimana bentuk dukungan dari bidang pengembangan usaha atau business development radio sonora terhadap suara acara. Informan menjelaskan bagaimana Radio Sonora sebagai radio publik dalam bentuk pengembangan usaha yaitu dengan bekerja sama bersama dengan pihak eksternal. Sebagai radio swasta, kerja sama dengan pihak eksternal menjadi salah satu cara bagi Sonora untuk mendapatkan profit atau sponsor atas acara yang dibuat</p>	<p>Radio Sebagai Media Komunikas i Massa : Adaptasi radio, Strategi penyiaran radio di era digital</p>

Lampiran 18. Open Coding Informan 5

OPEN CODING INFORMAN 5

DATA INFORMAN 5

Nama : Syamsuri

Pekerjaan Jabatan : Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru RRI Jakarta

Keterangan : Linda (L), Syamsuri (S)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1	Pewawancara membuka sesi wawancara dan mempersilakan informan untuk memperkenalkan diri	<p>L : Sebelumnya terima kasih ya pak sudah mau meluangkan waktunya kembali, jadi gini pak boleh diperkenalkan dulu nama dan jabatan bapak serta tanggung jawab bapak sebagai apa di rri jakarta</p> <p>S : Saya pak syamsuri di rri sebagai koordinator lapangan di teknologi dan media baru</p> <p>L : Kalau boleh tau tanggung jawab pekerjaan bapak ini seperti apa sih pak</p> <p>S : Tanggung jawabnya adalah pertama saya mengkoordinasikan temen temen setiap ada rencana penyiaran itu tanggal berapa, kapan, lalu mendiskusikannya dengan teman teman agar segala sesuatunya untuk acara mulai dari persiapan teknik kami terorganisasi kebutuhan kebutuhan dari temen temen program, dan kita bicara misal mau ada apa kemudian pada saat itu segala sesuatunya ready semua siap gitu</p>		Informan mendeskripsikan tanggung jawab pekerjaannya	Latar belakang informan dan latar belakang pekerjaan informan
2		<p>L : Iya baik pak, selanjutnya pertanyaan mengenai konvergensi media ya pak jadi gimana sih adaptasi rri jakarta ini di era digital kalau dilihat dari bidang teknologi media baru</p> <p>S : Kalau dilihat digital rri tuh sudah menjalankan dari tahun 2008 nah itu belum begitu kenceng ya, tetapi perencanaannya itu dari tahu 2008, sebenarnya rri sudah mendahului waktu kami memiliki peralatan dari austria pada waktu itu sudah sebagian terorganize dan outputnya sudah dipegang, maka rri khususnya divisi TMB rri jakarta khususnya, 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</p>		Informan menjelaskan mengenai adaptasi rri jakarta dilihat dari perspektif bidang teknologi media baru seperti terjadinya perubahan pada alat alat	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan di era digital
3		L : Iya baik pak, ee trus kalau dari adanya perubahan perubahan atau adaptasi rri di era digital ini tuh dampak apa aja sih yang diberikan?		Informan menjelaskan dampak yang diberikan	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi

		<p>S : Dampak atau impact nya sih luar biasa, yakan, tentunya semua harus disegerakan, tentunya kan berbagai ada lah masalah masalah kecil alhamdulillah kami juga bisa menghadapinya, 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</p> <p>L : Iya kalau boleh tau aplikasi tersebut itu digunakannya untuk apa aja sih pak trus ada berapa aplikasi gitu yang digunakan</p> <p>S : Oh banyak pertama untuk siaran sendiri ya, untuk siaran sendiri sudah menggunakan aplikasi playback untuk apa ya memainkan kita sudah menggunakan aplikasinya, tentunya aplikasinya tidak murah, dan juga semuanya mengacu kepada standar operasional prosedur, jadi ada namanya ee resmi lah semuanya karena sebetulnya aplikasi ini kan mahal, suka tidak suka kita harus menggunakan itu, gitu multimediana juga sudah mempersiapkan segala sesuatunya untuk aplikasi aplikasi yang kita gunakan baik di broadcasting maupun di produksi rekaman, jadi ada aplikasi playback, aplikasi untuk mengconnecting satelit, aplikasi ini playback ini adalah sebuah perangkat yang menggunakan ip adress untuk di wilayah indonesia, papua jakarta umpunya, kita mau menghubungkan papua jakarta atau jakarta lampung, atau jakarta banda aceh, itu kita sudah pake alat yang namanya connecting itu juga kita pakai aplikasi</p> <p>L : Oh iya iya, trus udah itu aja ya pak</p> <p>S : Iya iya</p>		<p>dari adaptasi yang dilakukan oleh rri seperti adanya perubahan alat alat dan kemaksimalan penggunaan alat alat untuk mendukung adanya siaran radio</p>	<p>radio, bentuk bentuk perubahan di era digital</p>
4		<p>L : Oke baik trus kan kalau misalnya ada produksi kan itu suka ada <i>live</i> pake rri net gitu ya pak, trus kan suka bisa dilihatnya kan di web nya rri kan di rri.co.id sama di aplikasi juga bisa kan pak, nah kalau <i>live</i> begitu tuh yang ngatur <i>live</i> nya siapa sih pak</p> <p>S : Jadi kami punya planning mba Linda kita punya planning untk tugas rri, mulai pukul 6 pagi sampai jam 19 wib, sampai jam 7 malam, aplikasi tadi diantaranya kita pakai vmix video mixing kita sudah menggunakan aplikasi itu karena bukan standar lagi ya, luar biasa lah bagus itu kami cari aman, terus mengenai apa tadi pertanyaannya</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai dukungan siaran dari Bidang Teknologi media baru terhadap siaran yang ada seperti pembuatan planning atau</p>	<p>Konvergensi media kontinum: Cross Promotion</p>

		<p>L : em tentang itu pertanyaannya yang mengoperasikan kayak rri net</p> <p>S : Nah yang mengoperasikan rri net ini sya pribadi sebagai korlap sudah membuatkan planning mulai dari jam 6 sampai jam 19 tadi</p> <p>L : Oh iya pak</p> <p>S : Nah itu tadi kan temen temen dari multimedia itu ada 4 yang bertugas disitu dan alhamdulillah segala sesuatu kan memang perlu proses perencanaan butuh proses kegiatan dan itu karena sudah terbiasa tadi yang saya bilang akhirnya berjalan dengan lancar, dari TMB yang mengoperasikan</p> <p>L : Iya pak terus kalau misalnya di <i>live</i> gitu kan suka ada perubahan kayak misalnya nama nama dari penyiarnya atau judul judul program trus pernah ada ga sih pak kayak mencantumkan kayak misalnya logo instagramnya rri atau logo tiktoknya rri gitu gitu pak misalnya usernamenya gitu</p> <p>S : Ada dong, kita begitu, tetapi itu dikhususkan sama temen temen program</p>	perencanaan proses kegiatan TMB	
5		<p>L : Oh iya pak, terus selanjunya kalau misalnya ada suatu konten nih pak yang diperbanyak gitu, misalnya dari siaran trus misalnya hasil siarannya ini dipublikasikan di instagram atau di tiktok atau misalnya di youtube nah itu tugasnya siapa sih pak</p> <p>S : Tugasnya kami di TMB teknologi media baru, yang pertama kita kerja bareng, jadi ada dua divisi disini mba linda, di tmb sendiri itu di bidang audio dan editingnya, kemudian di teman net, ee saya suka menyebutnya teman teman di rri net yang memproduksi mulai dari penayangan sampai dari editing kemudian produksi matengnya itu dari teman teman, jadi tmb disini punya tugas untuk menyelaraskan audio supaya hasilnya baik gitu kan, jadi kerja bareng</p> <p>L : Oh iya pak berarti sebelum itu</p> <p>S : Kita rancang dulu produksi tadi kita rancang kita pilih scene to scene nya kita pilih sehingga jadi durasinya dari 1 jam itu apa aja sih yang perlu ditayangkan, itu perlu diedit</p> <p>L : Oh iya baik pak, lalu dengan adanya hal kayak gitu pak, maksudnya kayak perencanaan gitu gitu nah itu tuh gimana caranya si apa teknologi media baru ini mendukungnya, maksudnya peran dari tmb nya itu gimana sih?</p> <p>S : Peran dari kami pertama itu ee harus diskusi, harus diskusi apasih yang akan mau dikerjakan untuk katakan saja ada program siaran luar outdoor gitu nah kita diskusi bersama sama dengan temen temen rri net, butuhunya kamera berapa buah untuk angle angle nya diatur tuh</p>	Informan menjelaskan bahwa bidang teknologi media baru berperan atas diperbanyaknya suatu konten seperti melakukan proses editing video sebelum disebarluaskan	Konvergensi media kontinum: Cloning

		<p>disitu supaya hasilnya memuaskan kemudian kami terus merancang sisipan bridging-bridging kayak opening siaran gitu itu kita catat, kemudian yang ngurus yang mana nih, ya yang kayak gitu lah kita kerja bareng kemudian setelah kira produksi bersama teman teman rri net kita lihat gimana dulu hasilnya kalau 70% 80% itu masih ada perbaikan sampai dia benar benar fix baru kita tayangkan melalui youtube di youtube rri jakarta, juga sekalian produksi rekaman trus kita dokumentasikan</p> <p>L : oh iya berarti ee tapi konten tersebut tuh bisa di upload di selain di youtube itu di media lainnya kasih pak</p> <p>S : Bisa kok bisa, kami memberikan informasi untuk publik itu terbuka</p> <p>L : Oh iya berarti kalau dari yang tadi itu bisa dibidang itu suatu yang kolaboratif ya pak</p> <p>S : Iya karena kan kerja itu suatu tim ya, artinya personil masing masing itu punya tanggung jawab masing masing kemudian kita combine ee kerja dan kinerja yang baik untuk produksi tadi</p>			
6		<p>L : Iya tapi kalau misal dari hal lain nih pak misal ada bahan siaran atau misalnya suatu informasi, jadi misalnya suatu informasi itu di repackage, jadi dibuat ulang buat di upload di media lain misal dari youtube ee di cut cut lagi videonya trus buat di upload di media lain, nah itu bagaimana ya pak?</p> <p>S : Iya kami selalu, ee setelah proses keseluruhan kami utamakan untuk broadcating di youtube, untuk broadcasting <i>live</i>, 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</p> <p>L : Iya benar nah terus pernah ada ga sih pak suatu permintaan misalnya TMB disuruh bikin konten yang kayak gini, atau misalnya bahan siaran yang ini harus kayak gini gitu pak</p> <p>S : oh iya disitu kan kita kerja sama dengan temen temen program, ada pengarah acara, ada produser, untuk membuat hasil yang maksimal itu kan kita membutuhkan segala personil personil yang masing masing punya job description jadi kita kami tidak bekerja sendiri, ketika kami mengedit pun disitu ada produser teknik, ada pengarah acara, semua ter combine, semua terproduksi dengan baik gitu loh sesuai permintaan</p>		<p>Informan menjelaskan mengenai pengemasan ulang konten yaitu dengan melakukan repackage</p>	<p>Konvergensi media kontinum: Content Sharing</p>
7	Pewawancara berterima	<p>L : Iya oke baik pak untuk pertanyaan pertanyaannya sudah cukup sih pak, em</p>			

	kasih dan menutup sesi wawancara	terima kasih banyak ya pak sudah mau meluangkan waktu lagi S : Gapapa, saya lagi repot maaf ya mba kalau susah dihubungi			
--	----------------------------------	---	--	--	--

Lampiran 19. Open Coding Informan 6

OPEN CODING INFORMAN 6

DATA INFORMAN 6

Nama : Heskey
 Pekerjaan Jabatan : IT Support Radio Sonora Jakarta
 Keterangan : Linda (L), Heskey (H)

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan Observasi	Keterangan Intisari	Kategori
1	Pewawancara membuka sesi wawancara dan meminta informan untuk memperkenalkan diri	L : Iya selamat siang mas H : Siang L : Pada kesempatan kali ini saya izin mewawancarai mas sebagai salah satu narasumber saya mungkin boleh diperkenalkan diri dulu H : Oke saya Heskey saya di radio sonora sebagai IT Support L : Kalau boleh tau mas sudah berapa lama ya bekerja di Sonora? H : Saya baru sih baru 3,5 tahun lah		Informan memperkenalkan diri	Latar belakang informan
2		L : Iya boleh mas langsung aja H : Apa pertanyaannya gimana? L : Gapapa mas langsung aja H : Iya jadi kalau di radio tuh, eh ini kan membahas tentang konvergensi kan dan perkembangan teknologi di radio sendiri ya, ee kalau di radio kan pertama kita sebagai <i>platform</i> radio tuh Cuma radio konvensional kan, hanya radio berdasarkan ee dari pemancar langsung kita terima di radio konvensional, sekarang kan udah ada teknologi <i>streaming</i> , nah jadi suatu teknologi yang diadopsi di radio tuh <i>streaming</i> gitu sih baru itu ya, karena melihat em perkembangannya juga ya di radio juga akhirnya ee merambah ke dunia video juga, karena di tuntutan untuk setiap <i>talkshow</i> itu ada <i>live streaming</i> youtube juga gitu, seperti sekarang kita harus megikuti perkembangan itu dimana dulu kan radio kan oh yaudah audio gitu kan tapi sekarang tuh gabisa gitu, makannya dia ke arah sana juga gitu gitu sih intronya gitu sih L : Oke itu ee udah termasuk bisa dibilang itu ga sih adaptasi radio sonora dari segi sarana prasarananya gitu? H : Iya bener, pertama itu dulu kita Cuma hanya <i>talkshow</i> di studio orang dateng gitu kan, itu pertama, adaptasinya itu pertama sih semenjak ada zoom, kita adopsi itu ee selama pandemi tamu tuh susah untuk dateng kan iya jadi kita pake zoom dimana itu talk show bisa dijalankan melalui narasumber dimana pun, tapi penyiar harus tetap kesini gitu, itu adaptasi pertama, kedua adaptasi kedua itu tadi teknologi video tadi dimana klien kebanyakan minta oh bisa ga nih <i>live</i>		Informan menjelaskan bagaimana adaptasi radio sonora di era digital dilihat dari perspektif IT Support	Konvergensi Pada Media radio: bentuk bentuk perubahan di era digital

		youtube gitu kan, e kita juga punya <i>platform</i> youtube dan bisa menaikan adsense dan pendapatan dan lain lainnya juga dari situ gitu			
3		<p>L : Trus kalau dari hal itu ee dampak apa aja sih mas yang didapetin gitu</p> <p>H : Dampak itu dampak baik atau buruk nih</p> <p>L : E baik boleh buruk boleh</p> <p>H : Ya dampak baiknya adalah pertama dari adaptasi zoom ya pertama itu tu sangat efisiensi waktu sih dari segi dari segi talk show ya karena narasumber tidak perlu kesini dan bisa gitu, dengan kualitas audio yang mungkin kelemahannya adalah audionya karena kita gak bisa nge setting audio dari narasumber karena kan dia punya device sendiri gitu, kalau talk show di studio kan kita udah punya alat yang proper gitu itu kelemahannya tapi kelebihanannya adalah efisiensi waktu tentunya, tapi dampaknya dari youtube juga ya kita menambah <i>platform</i> baru pendapatan baru dari youtube terus juga menambah attraction juga terus menambah sebuah awareness akan sebuah produk kita youtube, kita bisa sharing juga, kita bisa kenal dengan penyiarnya gitu</p> <p>L : Iya</p> <p>H : Itu dampaknya tapi kalau dampak selain itu ya paling kita karena kita besinggungan dengan audio musik ya jadi kadang kadang ketika kita <i>live</i> di youtube kita lupa mute di youtube nya kadang kadang audio masuk trus kena copyright gitu</p>		<p>Informan menjelaskan bagaimana a dampak yang terjadi dari adanya perubahan atau adaptasi radio sonora di era digital</p>	<p>Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan di era digital</p>
4		<p>L : Oh iya, trus jadi ada nih mas yang namanya promosi gitu nah kalau dari bagian IT sendiri gimana sih cara ngedukung siarannya,</p> <p>H : 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 ketika kita ada klien <i>talkshow</i> ke kita dia pasti ngirim materi iklan trus ngirim ee 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 <i>live</i> nya biasanya kita masukin logo nya, misal logo perusahaannya atau produk yang dia mau ee sharing ka, yang mau dia bahas gitu sih</p>		<p>Informan menjelaskan bagaimana a terjadinya kerja sama dengan pihak eksternal yang memunculkan benefit atau timbal balik, karena radio sonora merupakan n radio swasta, radio sonora</p>	<p>Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk bentuk perubahan di era digital</p>

				juga berupaya untuk memenuhi kebutuhan klien	
5		<p>L : Oh iya, terus ini kan di bidang IT ya mas, kalau misalnya dari segi produksi suatu konten atau isi konten yang bakal di siarin itu perannya apa aja?</p> <p>H : 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</p> <p>L : Terus hm sonora kan punya e youtube terus punya media sosial sendiri itu dipegangnya sama siapa mas, terus si bidang IT ini bertanggung jawab juga ga atas konten konten yang dipublikasikannya</p> <p>H : Jadi kalau kita itu ada yang namanya tim digital, tim digital itu terdiri dari videographer, social media, copy writer, nama tim nya sonora id disini untuk konten konten gitu tuh biasanya mereka yang nge handle, 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 di siapin 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 ee apa namanya ee standarnya mereka gitu, ada yang ngurusin oh kontennya jangan kayak gini untuk filteringnya, tapi kalau dari tim IT sih gak gaada</p> <p>L : Berarti lebih ke apa ya produksinya</p> <p>H : Betul produksi dan alat alatnya</p>		Informan menjelaskan bagaimana bentuk dukungan dari bidang IT support terhadap berjalannya siaran	Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi radio, bentuk perubahan di era digital
6	Pewawancara berterima kasih kepada informan	<p>L : Iya jadi udah si mas itu aja, terima kasih banyak ya mas sudah mau di wawancarai hehe</p> <p>H : Iya linda sama sama santai aja</p>			

Lampiran 20. Axial Coding

AXIAL CODING

No	Kategori Konsep	Dimensi	Indikator	Keterangan Temuan	Informan 1 (Istikomah)	Informan 2 (Jumar)	Informan 3 (Aden)	Informan 4 (Jumar)	Informan 5 (Syamsuri)	Informan 6 (Heskey)
1	Latar Belakang Informan	Data demografis informan	Penjelasan mengenai latar belakang informan:	Penjelasan mengenai informan yang merupakan pekerja di RRI Jakarta dan Radio Sonora Jakarta dengan posisi yang berbeda-beda	Perempuan yang telah bekerja di RRI selama 30 tahun, saat ini menempati posisi sebagai Ketua Tim Perencanaan dan Evaluasi RRI Jakarta (Merupakan orang yang sama dengan informan 4)	Laki Laki yang telah bekerja di Radio Sonora selama 23 Tahun, saat ini menempati posisi sebagai Asistanr Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta	Laki Laki yang telah bekerja di RRI selama 28 tahun dan saat ini menempati posisi sebagai Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta	Laki Laki yang telah bekerja di Radio Sonora selama 30 tahun, saat ini menempati posisi sebagai Bidang Pngembangan Usaha/ Business Development Sonora(Merupakan orang yang sama dengan informan 1)	Laki Laki yang telah bekerja di RRI selama 33 tahun dan menempati posisi sebagai Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru RRI Jakarta	Laki Laki yang telah bekerja di Radio Sonora selama 3.5 tahun dan menempati posisi sebagai IT Support Radio Sonora Jakarta
2	Latar Belakang Pekerjaan Informan	Tugas dan tanggung jawab	Penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing informan pada posisi pekerjaannya	Keenam informan memiliki tanggung jawab masing-masing dengan posisi pekerjaannya masing-masing	Bil lerta nggung jawab atas perencanaan program dan evaluasi program.	Bertanggung jawab terhadap kualitas isi dan konten pemberitaan, melakukan koordinat or em apa namanya supervisi kepada crew redaksi dan memberikan arahnya kerjanya, lalu juga bertanggung jawab dalam berkoordinasi	LPU ini lebih kepada business development sebetulnya kalau di luar tetapi juga sekaligus menjadi public relations yang menjembatani informasi mengenai internal dan eksternal	Bertanggung jawab dalam memberikan support dan memberikan ruang atau membukakan jalan bagi tim bisnis untuk menjalin komunikasi dengan calon klien	Tanggung jawabnya adalah pertama mengkoordinasikan teman-teman rencana penyiaran itu tanggal berapa, lalu mendiskusikannya dengan teman-teman agar segala sesuatu untuk acara mulai dari	Job nya support all user needs, maintenance server dan internet, semua yang berhubungan dengan IT s

						nasi dengan divisi atau departemen lain untuk berjalannya program, serta evaluasi program juga kinerja tim				persiapan teknik kami terorganisasi kebutuhan kebutuhan dari teman-teman program	
3	Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta di Era Digital	Konvergensi Media Pada Media Radio : Adap-tasi di era digital dan Bentuk perubahaan di era digital	Bagaimana adaptasi RRI Jakarta dan Radio Sono dalam beradaptasi di era digital ini?	Keenam Informan	Di era konvergensi media digital saat ini RRI khususnya 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 mengeblast di semua media kami, aplikasi yang kita miliki menayangkan secara live program-program rri Jakarta baik program 1 program 2 dan program 4, silakan bisa	Seperti diketahui saat ini industri media, bisa dibilang media mainstream, media utama menghadapi sebuah tantangan di era media sosial, nah tentunya, ee kalau media cetak sudah punya aplikasi rri play go, kami punya kbrn, kami juga mengeblast di semua media kami, aplikasi yang kita miliki menayangkan secara live program-program rri Jakarta baik program 1 program 2 dan program 4, silakan bisa	Sebetulnya keniscayaan konvergensi media setelah adanya internet, setelah adanya internet semua jadi berubah menjadi digital konvergensi media itu kan penyatuan dari berbagai macam, ini dari bidang layanan usaha sebenarnya yang utama adalah bagaimana kita harus memberikan layanan usaha kepada negara dalam bentuk penerima negara bukan pajak yang kedua bagaimana kita menginformasikan	jadi layanan pengembangan usaha di era digital sebenarnya salah satunya dengan mengembangan program sonora id, itu kan pengembangan usaha, dari waktu itu kan audio trus kemudian konvensional berubah menjadi radio visual salah satunya kita membuat akun youtube kemudian sonora id, trus kemudian podcast, kemudian siaran yang tadi misalnya dilakukan di outdoor dengan akan mekanisme youtube	Kalau dilihat digital rri sudah menjalankan dari tahun 2008 nah itu belum begitu kenceng ya, tetapi perencanaannya itu dari tahu 2008, sebenarnya rri sudah mendahului waktu kami memiliki peralatan dari austria pada waktu itu sudah sebagian terorganisasi dan outputnya sudah dipegang, maka rri khususnya divisi TMB rri Jakarta khususnya, segalanya mengenai konvergensi tadi, tinggal bagaimana penyempurnaannya itu kan kami terus	membahas tentang konvergensi dan perkembangan teknologi di radio sendiri ya, ee kalau di radio kan pertama kita sebagai platform radio konvensional kan, hanya radio berdasarkan ee dari pemancar langsung kita terima di radio konvensional, sekarang kan udah ada teknologi streaming, nah jadi suatu teknologi yang diadopsi di radio tuh streaming gitu baru itu ya, karena melihat perkembangan juga ya di radio	

					<p><i>download</i> aplikasi kami RRI Play Go, disini ada siaran <i>live</i> pro 1 program 1 khususnya kami juga ada musik, silakan menyusun <i>playlist</i> 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, ini salah satu tanggung jawab kami sebagai media publik bagaimana informasi yang kami sampaikan itu bisa tersampaikan kepada pendengar kami, kepada masyarakat DKI jakarta khususnya, sehingga masyarakat terliterasi dalam memilih informasi, jadi sekarang</p>	<p>begitu era media sosial digital dateng dia tidak cepat take off sehingga terpuruk. Nah bagi Sonora sendiri saya selalu yakin ya bahwa radio itu tidak akan pernah mati, yang pertama. sepanjang manusia diberikan tuhan telinga pasti ia akan mendengar arkan radio, yang kedua sepanjang Jakarta khususnya ya, sepanjang Jakarta khususnya ini macet kemudian hiruk pikuk ekonomi, kemacetan dan sebagainya, orang masih akan mendengar arkan radio lewat apa namanya audio yang di mobil, tetapi itu kan mungkin bisa</p>	<p>sedemikian tim mengenai kegiatan di rri dan juga menjembatani keinginan masyarakat terhadap rri nah mengenai masalah 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 misalnya, atau mengetahui rri dari handphone mendengar arkan itu lebih bagus, kemudian bagaimana lagi kita mencoba melakukan penetrasi pesan kemudian tadi layanan usaha karena ada layanan usaha berupa konten program maupun juga,</p>	<p>trus kemudian kita membuat sebuah acara <i>talkshow</i> dengan hybrid dengan zoom dan sebagainya itu kan pengembangan usaha di era digital dampak dari disruption tadi kan perubahan pola tadi</p>	<p>berkoordinasi dengan pihak terkait gitu, kita akan aplikasi ya kan, apalagi sekarang aplikasi berbagai macam aplikasi kita sudah menggunakan sesuai dengan aturan</p>	<p>juga akhirnya merambah ke dunia video juga, karena diuntut untuk setiap <i>talkshow</i> itu ada <i>live streaming</i> youtube juga gitu, seperti sekarang kita harus mengikuti perkembangan itu dimana dulu kan radio kan yah mudah audio gitu kan tapi sekarang tuh gabisa gitu, makannya dia ke arah sana juga gitu</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	---	--	--

				<p>kan masyarakat banyak menggunakan akan media sosial untuk mendapatkan informasi yang kadang-kadang belum tentu kejelasannya, asah tu bahasa kami sudah terverifikasi dengan narasumber yang memang berkompeten di bidangnya itu menjadi tanggung jawab kami RRI sebagai media publik untuk membuat <i>platform</i> media yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat DKI Jakarta.</p>	<p>dihitung siapa yang menggunakan akan radio, tetapi di era digital saat ini tentunya kami menyadari harus mengikuti dinamika perkembangan jaman, bukan jaman mengikuti kita, tetapi kita harus mengikuti perkembangan jaman. kemudian <i>live streaming</i>, trus kemudian mengikuti dinamika yang ada lewat ig, lewat media sosial ig, whatsapp dan sebagainya, artinya Sonora secara ini tetap ada, tetap program tetap berjalan, siaran tetap ada, tetapi kami mengembankan lewat era-era lewat teknologi misalnya dengan siaran di youtube, kemudian degan</p>	<p>tempat tempat yang disewakan seperti auditorium kemudian rooftop diatas untuk atm, ini bisa kita publish melalui media sosial yang lain seperti instagram kemudian tiktok, kemudian ppid yang menginformasikan semua dengan alamat websitenya jadi seungguhnya dengan digitalisasi ini sangat memudahkan kita untuk menginformasikan seluas luasnya mungkin kepada publik mengenai keberadaan, dulukannya mungkin gangerti orang tapi sekarang kan punya instagram story yang kita bisa rancang mulai dari mana nih rencana promosinya, karena saya pikir</p>			
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

					<p>siaran di ee <i>live streaming</i> . kemudian podcast, kemudian ada media sosial ada twitter, facebook, ig, dan sebagainya, kemudian kami juga apa namanya ee siaran bisa ditangkap di aplikasi joox dan sebagainya. Kalau aplikasi Sonora app gitu kami belum ada, tetapi bisa didengar kan misalnya di ee aplikasi joox d</p>	<p>ee anak anak sekarang ini kan mulai baru lagi generasinya, mereka harus dikenalkan seperti apa, kita menyesuaikan program program instagram misalnya tergantung dari program program yang ada, pro 1 pro 2 dan pro 4 karena segmentasi pasar yang berbeda maka kita juga melakukan penetrasi pesan melalui instagram juga berbeda tapi secara keseluruhan rri jakarta seperti apa, bagaimana bentuk pesan yang disampaikan, itu kita juga memiliki team work untuk sosial media seperti itu, kemudian untuk videotron kemudian standing seperti istilahnya digital sign it,</p>			
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						digital sign it itu semacam yang standing itu kayak video tron kecil itu kan isinya lpu semua, jadi kalau misal ada orang baru datang bisa tau ada ppid dibawah apa yang ditanyakan ya semuanya serba digital sih gitu lebih memudahkan dibanding kan kita harus jaman dahulu ya sifatnya masih manual masih analog, kandengan digital ini semuanya memungkinkan, mereka bisa liat instagram jadi membukanya lebih luas gitu			
			Bagaimana bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika melakuka		kami sekarang hampir di semua lini pekerjaan kami ini sudah digital ya, baik secara administrasi, pelaporan, semua sudah digital, dan	siaran secara analog pasti tetap, siaran secara langsung pasti tetap, tapi kami mengupayakan berbagai ee bukan trobosan ya, tapi mengikut			

			<p>n adaptasi di era digital?</p>	<p>untuk siaran siaran kami ketika kami sudah menggunakan akan digital, perubahannya adalah kami semakin tertantang untuk membuat konten konten yang menarik, untuk membuat konten konten yang tadinya hanya media dengar audio, kami sekarang harus audio video karena untuk mengisi <i>platform platform</i> yang kami sediakan, yang tadinya audio sekarang jadi audio video, dan juga tulis. Itu salah satu tanggung jawab kami ketika kami sudah mengikuti bagaimana konvergensi media yang ada pada saat ini, sehingga</p>	<p>i dinamika perkembangan jaman, misalnya kami kemudian <i>live youtube</i>, kemudian <i>live streaming</i>, <i>trusmi</i> kemudian mengikuti dinamika yang ada lewat <i>ig</i>, lewat media sosial <i>ig</i>, <i>whatsapp</i> dan sebagainya, artinya Sonora secara ini tetap ada, tetap program tetap berjalan, siaran tetap ada, tetapi kami mengembangkan lewat era-era lewat teknologi misalnya dengan siaran di <i>youtube</i>, kemudian dengan siaran di <i>live streaming</i>, kemudian <i>podcast</i>, kemudian ada media sosial ada <i>twitter</i>, <i>facebook</i>, <i>ig</i>, dan sebagainya, kemudian kami juga apa namanya siaran bisa</p>				
--	--	--	-----------------------------------	--	---	--	--	--	--

					<p>ketika pendengar kami tidak bisa mengikuti siaran kami berita kami silakan buka kbrn kami, ketika pendengar kami misalnya ada hal hal ingin tau seperti apa sih penyiar kami silakan buka rri play go di rri net, akan tau seperti apa penyiar kami. Itu salah satu perkembangan yang berbeda dari tahun tahun sebelumnya, dan berikutnya adalah menjadi tantangan terbesar kami tentang bagaimana kami membuat konten konten yang memang sesuai dengan media yang kami miliki, jadi ketika kita ngomong sudah konvergen media,</p>	<p>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</p>				
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

					<p>disitu ada audio ada video, ada cetak, bagaimana a sdm kami bisa menguasai apa yang namanya ee sdm kami bisa menguasai bagaimana a cara membuat konten yang menarik ketika audio video, bagaimana a kami bisa menulis dengan baik sesuai dengan media <i>online</i> sehingga tulisan kami itu menjadi apa namanya daya tarik untuk bisa dibaca oleh pendengara kami. Sebenarnya dari situ kami pun sudah membuat apa namanya regulasi aturan bagaimana a sih ketika menulis di media <i>online</i> ri itu sudah ada aturannya, bagaimana a sih ketika</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>kami akan membuat program yang bersifat audio video di rri pun sudah punya regulasi nya itu dampak dari kami ketika kami sudah apa ya membuat diri kami itu untuk bisa tampil di semua media yang ada.</p>					
			<p>Media apa saja yang digunakan oleh RRI dan Sonora di Era Digital Ini?</p>		<p>Jadi kami kan sudah main di semua <i>platform</i>, di teresterial fm itu, kemudian audio video kita menggunakan <i>indihome</i>, <i>uc tv</i>, kemudian di kbrn sebagai media <i>online</i>, dan juga media sosial kami, yang paling main kami di <i>ig</i> sama <i>tiktok</i>, <i>ig</i> <i>tiktok</i> <i>facebook</i> kami sudah <i>engga</i>.</p>	<p>kita sudah bertransf ormasi misalnya <i>talkshow</i>, <i>talkshow</i> bisa naik di aplikasi <i>youtube</i>, bisa di share di media sosial ya <i>ig</i>, ya <i>whatsapp</i> status, kalau <i>tiktok</i> memang kami tidak konsen, ada pernah yang ngerjain anak magang tapi ee sekarang tidak di olah padahal sebenem ya <i>tiktok</i> ni potensial, Tetapi kemudian kami juga memiliki portal</p>				

						<p>berita, portal ee media namanya Sonora.id , jadi misalnya hasil dari <i>talkshow</i> ini di rewrite dibuat artikel naik ke sonora.id. Sonora.id juga bisa menyiarkan sonora <i>streaming</i> nya disitu Jadi artinya ee siaran sonora bisa masuk ke Sonora.id portal <i>online</i> nya, kemudian youtube sebagai sarana untuk ee media sosial youtube, trus kemudian juga bisa di IG di <i>live</i> ataupun apa juga bisa gitu</p>				
		<p>Konvergensi Pada Media Radio : Adaptasi di era digital dan Strategi penyiaran radio di era digital</p>	<p>Bagaimana perencanaan program di RRI Jakarta maupun Sonora Jakarta dalam beraaptasi</p>		<p>program program kami adalah dipandu oleh kami kan istiahnya ada jenjang secara apa ya istilahnya organisasi ada diatas di kami rri jakarta itu punya atasan namanya direktur utama dan disitu</p>	<p>Kalau program tentunya progrma itu sifatnya kan ini ya temporary ya, artinya program itu tidak, misalnya program di Sonora itu kan ada program pagi misalnya Sonora pagi, ada Sonora hari ini,</p>				

				<p>ada satu lagi direktur program dan produksi yang membuat semua kebijakan soal bagaimana siaran di RRI termasuk rri jakarta. Bagaimana si programanya, kami sudah punya buku panduan ya. kami sudah punya panduan ya dan kami akan dimonitoring oleh direktorat program dan produksi RRI jadi kami sudah terstruktur secara organisasi bahwa program program yang kami tayangkan program program yang kami siarkan program program yang kami tulis tuh sudah diatur oleh regulasi direksi kami, jadi bukan kepala RRI Jakarta</p>	<p>ada Sonora hits, ada Sonora malam, itu belt belt nya, artinya kapling kapling nya, jam 5 pagi atau jam 6 pagi sampai jam 10 itu Sonora pagi. Isinya apa, ya wawancara, berita, lalu lintas, lagu, <i>talkshow</i>, ada <i>talkshow</i> komersil dan sebagainya, kemudian program Sonora siang itu kan ada lagu, ada informasi, ada permintaan lagu, ada <i>talkshow</i> juga itu kan soal program budaya. Kemudian sore itu karena orang pulang kerjakan lebih informasi, lalu lintas, dan sebagainya. Kemudian di jam 7 seperti ini juga ada program programatik yaitu kayak</p>				
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

				<p>yang menyusun program kami, tapi dari direktorat dan produksi rri menyusun sebuah konsep program untuk rri seluruh Indonesia . 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 itu akan di contoh di rri seluruh indonesia , bagaimana gaya penyiarannya itu akan dicontoh, bagaimana musik musiknya pun akan dicontoh, dan kami akan mendapat pantauan langsung, dari direktur</p>	<p>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 malem itu ada program namanya spesialis program kayak kayak spesial country, lagu lagu oldiest dan sebagainya. Nah terkait dengan program kalau dulu kan yaudah program talk show, misalnya talk show kita membahas katakana h komersial talk show membahas soal rumah sakit</p>				
--	--	--	--	---	---	--	--	--	--

					<p>kami gitu kan, kami kan di evaluasi apakah sudah sesuai atau belum, nanti kami akan mendapat pembekalan lagi, termasuk musik dan lagu di siaran siaran kami. Itu sudah ada panduannya semua, jadi kan kalau kita merencanakan akan sebuah program atau mensosialisasikan program program kami di media sosial, akan kita sesuaikan 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, kalau saat ini sekarang kan facebook itu tidak</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

				terlalu banyak di ikuti oleh pendengar kami, kami lebih nge <i>blast</i> di ig sama tiktok, kalau di pro 2 tambah twitter karena cuitan cuitan di pro 2 itu sudah centang biru malahan kita, jadi kita akan mengikuti bagaimana ee gaya atau karakter media sosial tersebut				
			Bagaimana tanggapan atau respon ende ngar setelah berkonvergensi?	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	sekarang begini, dulu orang mendengar arkan 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 ciangjur udah ga tembus			

				<p>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 apa ya ee nilai plus buat kami karena semua nilai berita kami, siaran siaran kami, program program kami adalah yang sudah terverifikasi jadi nilai edukasi di rri sesungguhnya sangat tinggi ketika masyarakat paham bahwa kebutuhan informasi tidak hanya apa yang mereka inginkan sesuai frame mereka dengan mudah melihat di aplikasi aplikasi</p>	<p>kalau ke barat dulu tuh 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 <i>streaming</i>, dengan orang mendengarkan lewat <i>streaming</i> misalkan dengan aplikasi mendengarkan radio yang lain banyak radio dan sebagainya 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</p>				
--	--	--	--	---	---	--	--	--	--

				yang kadang kadang sumbernya tidak valid tidak terverifikasi dari memang sumber yang kompeten di bidangnya itu yang menjadi apa ya, sudah menjadi tanggung jawab kami, tinggal bagaimana kami meyakinkan ke publik bahwa kami sudah melakukan itu semuanya, tinggal ayolah masyarakat kita punya loh informasi yang memang sesuai sumbernya yang sangat kompeten di bidangnya,	posisi saya di Hongkong, posisi saya di United States di Amerika, posisi saya lagi di taiwan itu banyak respon, artinya dengan digital orang banyak mendengar arkan streaming mereka merasa terbantu terhibur mendapatkan informasi dari Indonesia ya, feedback nya itu biasanya mereka responnya bisa lewat komen lewat chat di youtube atau wa biasanya gitu				
			Bagaimana evaluasi program siaran dilakukan untuk mendukung terjadinya	Kami selalu melakukan evaluasi ya, karena terus terang kami itu di rri kayak saya ini udah udah susah ketika ngomong	kalau evaluasi yang jelas kalau radio itu kalau ee sonora misalnya program itu kan biasanya berdasarkan pada 2 ya, menarik atau tidaknya program				

			konvergen media?	in teknologi tentang konvergen media, tentang sosial media dibanding dengan anak-anak muda seperti Linda ya, kami tuh sudah tertinggal banget, makanya kami pun apa mempunyai sdm yang terus kita, pilih untuk anak-anak atau tim kami yang memang faham tentang bagaimana kita menyajikan sebuah program program di konvergen media ini era digital ini, kami sebagai pengambil kebijakan akan mengambil dan mencari sdm yang kompeten di bidangnya soal bagaimana kita bisa memberikan variasi program sesuai	kan ditentukan pada jumlah yang mendengarkan kalau sonora yang lewat streaming itu kan mekanisme orang yang mendengarkan itu kan ketauan, real time, misalnya sekarang program jam 7 sampai jam 8 itu yang mendengarkan dalam satu jam itu misalkan ada 100 ribu orang itu ketauan itu real time, artinya program ini diminati orang, tapi kalau program yang online itu masih menggunakan lembaga riset namanya nielsen, itu kan dia lembaga yang riset jumlah pendengar, tapi kan kita gak tau mereka satu angket itu mewakili berapa orang, itu				
--	--	--	------------------	---	---	--	--	--	--

				<p>konten sesuai dengan medianya 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 mendengar arkan mengikuti kami kan kita dengan konten sesuai dengan yang terverifikasi, bagaimana pengemannya, program itu kan perlu mengikuti kekinian sehingga kami tuh bisa masuk ke lini lini generasi milenial bahwa rri tuh berubah</p>	<p>hanya nielsen, metodologinya seperti apakah random samplingnya seperti apa, Nah itu mereka untuk mengetahui uinya cuma per beberapa bulan akan muncul nih, oh pendengar rmu selama 3 bulan itu totalnya sekian ratus ribu tahun ini menarik, indikatornya apa, di jamnya itu dia bisa melihat itu cuma yang tau dia, tapi kalau yang lewat <i>streaming</i> tu bisa dilihat misalnya itu yang jam 7 yang mendengar arkan nanti yang jam 8 kalau programnya menarik dia akan ketauan real time yang nonton nah bicara tentang evaluasi tentunya, evaluasi</p>				
--	--	--	--	---	---	--	--	--	--

				nya banyak sekali, kami terus bergerak memilih sdm sdm yang berkompeten di bidangnya sehingga program program kami yang mungkin dalam tanda kutip selama ini masyarakat at mengangap bahwa kami masih dianggap nya RRI ya karena memang kami dari tahun 45 radionya kemerdekaan, kami tuh sangat mengikuti perkembangan jaman, dan kami merekrut anak anak muda yang memang berkompeten di bidangnya untuk terus bisa perkembangan jaman ini harus diikuti bukan kita berhenti, kalau kita berhenti ya sudah tidak ada kreatifita	itu kan dari program ini menarik enggan nya kan dari pendengar, nah pendengar bagus, nah mungkin evaluasi apa istilahnya masih menarik ya on tapi kalau pendengarnya jelek ya programnya dievaluasi bahwa program ini ga menarik harus ditake down nah kalau evaluasi itu aturannya sebenarnya 3 bulan program tuh 3 bulan program di evaluasi kalau tidak menarik ditake down artinya kalau di tv tv itu ada 5 episode episode pertama kedua jeblok nah itu langsung dicut gitu, nah itu evaluasi itu tetep, evaluasi program itu tetep dilakukan				
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

				<p>s yang akan membuat program sesuai dengan jamannya begitu, mungkin seperti itu salah satunya kita akan memilih atau mencari sdm yang berkompeten di bidangnya atau sdm yang ada kita akan mengadakan pelatihan kita kan punya pusat pelatihan pusdikbangdiklat yang akan memberikan pelatihan untuk kami yang memang kadang kadang terbelakang soal bagaimana mengurus program yang tayang di seluruh platform.</p>	<p>ee secara terus menerus ya program menarik atau tidak itu di evaluasi, menarik atau tidak itu kan soal satu tentang konten, kontennya tentang apa trus kemudian ee membawakannya trus kemudian durasi, itu kan banyak di break down, cuma kalau program yang jelas di evaluasi kalau jumlah pendengarannya banyak trus kemudian datanya jumlah pendengarannya banyak programnya menarik gitu, cuma kalau misalnya ada pendengarannya di take down gitu.</p>				
			<p>Bagaimana pengelolaan seluruh hal apa saja</p>	<p>alat ukur kami tuh jelas, maksudnya gini, karena kami tuh media publik kita tentu</p>	<p>Kalau Sonora itu yang jelas visi dan misinya itu adalah mencerdas dan mengedukasi</p>				

			yang menjadi kepe nting an masyarakat sebagai patokan atau bahan untuk memproduksi program?	saja akan menyamp aikan informasi informasi yang seperti yang saya katakan tadi berkompe ten di bidang nya, kami akan menyamp aikan informasi yang A 1, mengedu kasi pendeng ar dan memilih lagu. sesuai dengan karakter media kami sebagai media publik, dan kami mempun yai tanggung jawab yang besar kepada masyarakat DKI Jakarta khususny a bagaiman a program-program kami bisa mencerdaskan, bisa mengedu kasi, disampin g itu juga harus menghib ur, karena sekarang antara hiburan dan edukasi masyarakat itu kadang kadang ketika ngomong	kasi masyarakat, seluruh program yang ada di Sonora, selalu memiliki visi adalah konten program itu bermanfaat, kemudian mengedu kasi, kemudian menamba h nilai wawasan kepada masyarakat artinya setiap program yang mau kita bikin artinya tidak terlepas dari visi, ya masa kita bikin program ee lawak dan sebagain ya itu mengedu kasi tidak, tapi 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				
--	--	--	---	---	---	--	--	--	--

				<p>soal edukasi kalau ga terhibur juga ga tertarik, kalau hanya menghibur masyarakat ga mendapatkan apa apa, jadi alat ukurnya begini kami bisa mempunyai, di sosial media kan kelihatan Pro 1 kan sudah centang biru di aplikasi udah 30 ribu pendengar kami dalam waktu 5 bulan ini, jadi tolak ukur kami karena sekarang <i>platform</i> kami bisa dilihat berapa sih sesungguhnya pendengar ri jakarta tuh kelihatan, jadi alat ukurnya dari situ, semakin banyaknya yang mengikuti kami, menjadi tantangan besar untuk membuat program program yang semakin diminati</p>	<p>at, mengedukasi masyarakat, dan mendapatkan profit, caranya apa, ya biar pengukuran itu bagus program itu bagus, bagus itu kan ini normatif, bagus apanya, bagus penyiarannya, bagus suaranya, bagus membawakannya, atau bagus isinya kontennya, kan itu normatif, nah kalau kita si harapannya programnya bagus bermanfaat, penyiarannya 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</p>				
--	--	--	--	---	---	--	--	--	--

				<p>tapi juga mencerdas kan edukasi, dan sebisa mungkin itu memberikan wawasan yang baik kepada masyarakat terkait isu atau program yang kadang kadang mereka dapatkan itu dari sumber sumber yang mungkin belum bisa dipertanggungjawabkan secara kredibilitasnya, secara kebermanfaatannya, dan akhirnya apakah informasi itu bisa mendidik mereka untuk tidak mudah terprovokasi misalnya. Itu sih tolak ukurnya ada di seberapa banyak sih sebenarnya pendengar kami saat ini ketika kami sudah menggunakan media digital eh</p>	<p>akan menjual program ini sehingga mendapatkan profit, itu kalau kita bicara radio swasta karena kita pure bisnis, kalau RRI Jangan kalau RRI kan duit dari negara</p>				
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

				apa main di semua media <i>platform</i> yang ada kita bisa melihat pendengar kami berapa yang ngikutin kami berapa yang mendengar kami berapa, itulah tolak ukur kami dan tantangan kami sesungguhnya					
			Bagaimana strategi perkembangan atau peningkatan di era digital ini dalam berkonvergensi media?	strategi peningkatan kami itu tadi, kami akan ee apa namanya, sdm kami belum berkompeten di bidangnya kami akan memberikan pelatihan, memberikan workshop, memberikan pendidikan agar mereka bisa mengikuti perkembangan yang ada, karena dunia kreatifitas itu harus banyak melihat menonton dan akhirnya mereka tau	kita terus berinovasi ya, misalnya baru kemarin kita baru menyelesaikan namanya Sonora Broadcast Academy, jadi Sonora yang sudah lima puluh satu eh lima puluh tahun tentunya akan juga ingin meninggalkan semacam legacy ya tapi jadi kami membuka sebuah program namanya Sonora Broadcast Academy untuk siapa saja kalangan anak				

				<p>bagaimana kreatifitas itu muncul sesuai dengan karakteristik media kami jadi ee ketika kita ngomong ee bagaimana strateginya itu kita harus memberikan pelatihan memberikan wadah bagi mereka untuk diskusi workshop dan akhirnya kami bisa membuat sebuah program yang memang sesuai target audiens kami, sesuai dengan karakter media yang akhirnya kami bisa ya itu tadi harapan kami bisa semakin diminati oleh pendengar kami khususnya di jakarta dan bertanggung jawab besar masyarakat terliterasi untuk membaca berita</p>	<p>muda, untuk anak SMA atau mahasiswa untuk seperti apa sih dunia media khususnya radio, trus menjadi penyiar itu seperti apa, nah itu salah satu inovasi yang kita buat sehingga itu ada nilai manfaat tapi juga ada profit, jadi mereka kan daftar bayar trus mereka ngikutin pelatihan dapat sertifikat, ilmu, dan sebagainya yaitu juga mekanismenya. Belajarnya juga ada yang mengikuti lewat zoom ada juga yang memang offline trus pemaparannya lewat zoom juga bisa, kemarin gelombang pertama yang ikut udah 20 itu sudah lulus, trus ini juga</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>yang memang sumbernya berkomp eten Al dan ee ini bisa di bagaiman a masyarakat itu tercerahk an dari informasi informasi yang ada</p>	<p>lagi buka batch keduanya ada 7 orang, itu salah satu pengemb angan usaha menghad api tantangan seperti ini sehingga pendapat an pendapat an lain juga masuk, nah usaha usaha lain sepertiny a juga sekarang kalau hanya sonora khususny a tidak hanya bekecimp ung dalam tanda kutip adalah broadcast siaran saja, kami juga menjadi sebuah eo, sonora menjadi sebuah eo jadi ada sebuah produk yang harus di sosialisas ikan ke masyarakat ke pasar pasar misalnya suatu produk tertentu sabun atau sampo sonora menjadi</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						<p> eosehing ga mendapat kan profit, tetapi apa secara direct selling, secara penjualan langsung memang ke pasar pasar, tetapi produk ini kita abadikan dalam video, terus kemudian dibikin sebuah video trus kemudan activity ini juga kita naikkan di youtube trus di apa namanya di kombinas i sehingga menjadi sebuah tayangan digital yang bagus sebagai work up kepada klien ya jadi artinya penjualan langsung didokum entasikan menjadi sebuah konten </p>				
			<p> Damp pak apa saja yang diber ikan ketik a terja diny a </p>				<p> sangat berdampa k sekali karena jujur ini hanya kreatifita s bagaiman a kita mengopti malkan </p>	<p> Tentu sangat berdampa k sekali ya, karena kan kita radio swasta mencari pemasuk an sendiri </p>	<p> Dampak atau impact nya sih luar biasa, yakan, tentunya semua harus disegerak an, </p>	<p> Ya dampak baiknya adalah pertama dari adaptasi zoom ya pertama itu tu sangat efisiensi </p>

			konvergensi media?				<p>keaktifitas teman-teman sehingga digital ini benar-benar memberikan dampak perubahan yang positif gitu, kuncinya memang ide kreatif, ide kreatif sebanyak mungkin, buat konten sebanyak mungkin di medsos sehingga dikenal, kemudian kita juga lobby beberapa stakeholder kita supaya <i>mendown load</i>, diantarannya tadi sekolah sekolah di jakarta mungkin, negeri tapi ya ini 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</p>	<p>untuk kita, kemudian juga era digital ini membuat tim kami juga semakin kreatif ya, seperti itu</p>	<p>tentunya kan berbagai masalah masalah kecil alhamdulillah kami juga bisa menghadapinya, karena ya penyesuaian dari analog ke digital, kita punya barometer ya, sedikit sedikit kita sudah menggunakan digital jadi sekarang tinggal pematangan aja aplikasi apa saja yang kita gunakan baik untuk broadcast ing maupun kebutuhan ya broadcast ing diantarannya 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, pelajarinya</p>	<p>waktu sih dari segi dari segi talk show ya karena narasumber tidak perlu kesini dan bisa gitu, dengan kualitas audio yang mungkin kelemahanya adalah audionya karena kita gak bisa nge setting audio dari narasumber karena dia punya device sendiri gitu, kalau talk show di studio kan kita udah punya alat yang proper gitu itu kelemahanya tapi kelebihanya adalah efisiensi waktu tentunya, tapi dampaknya dari youtube juga ya kita menambahkan <i>platform</i> baru pendapat baru dari youtube terus juga menambahkan attraction juga terus menambahkan sebuah awareness</p>
--	--	--	--------------------	--	--	--	---	--	--	--

									alhamdulillah kami sudah melakukan itu	s akan sebuah produk kita youtube, kita bisa sharing juga, kita bisa kenal dengan penyiarannya gitu, selain itu ya paling kita karena kita besingguan dengan audio musik ya jadi kadang kadang ketika kita <i>live</i> di youtube kita lupa mute di youtube nya kadang kadang audio masuk trus kena copyright gitu
Konvergensi Media Kontinum	Konvergensi media kontinum : Cross Promotion	Bagaimana kerjasama antara pengguna platform media yang dimiliki?	Keenam Informan	Oh iya, kami bersama seperti misalnya sekarang kita lagi ada seratus persen indonesia, kita akan <i>live</i> ig, kita akan teresterialnya otomatis, trus kita yang di jam 5 sore itu kita <i>live</i> rri play go kita, karena rri play go kita kan tonton apa yang	Iya pasti oh iya itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promo kan na itu jadi kayak promo itu mereka sudah terprogram misal beberapa jam promo itu akan naik jadi setting kontennya kalau di sharing di status ig itu sudah di	kita menyodorkan itu ke bidang program supaya orang orang menyiarkan dalam bentuk spot kah, jingle kah, atau adlibs, dari sisi siaran broadcast tapi dari sisi flyernya kita juga akan membuat, dipaksa juga, program tertentu harus	Dia yang memindahkan posisi template gambarnya atau dia mengubah running text nya atau dia mengubah judulnya nah itu dia kan ada ini tim digital yang memberi kan pelatihan tim digital tuh tim sonora id, karena tim	Jadi kami punya planning mba Linda kita punya planning untuk 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	Dari segi promosi video punya tvn 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	

					anda dengar bagaiman a radio bisa ditonton di televisi gitu kan, itu kita bersamaa n, tapi kebanyak an kita akan mengerja kannya pra e- flyer untuk mempro mosikan programn ya atau sesudah untuk basecut basecut atau ee tadi itu cross promotio n itu gitu, atau e filler bahasa radio kami	program nah waktunya itu naik jam sekian jam sekian	membuat flyer ini dan kita menginfo rmasikan bahwa ada kegiatan ini atau bintang tamu ini ini ini, jadi fleksibel, tergantun g bagaiman a konten program itu berasal	sonora id tuh tim nya kan ada tim video ada tim ee apa namanya editor video dan sebagain ya, nah mereka memberi ka pelatihan kepada para penyiar kepada para operator produksi untuk bisa mengope rasikan itu, artinya tidak menamba h sumber daya baru untuk mengope rasikan itu semua tetapi memberd ayakan karyawan yang ada diberikan pelatihan lah untuk dia bisa mengope rasikan dengan itu tadi multitask ing, itu jadi misalnya ee saya yang kerjaanny a hasrus ya menulis berita harus bisa mengope rasikan itu	menyebut kannya, tetapi itu dikhusus kan sama temen temen program	mau dong ada tvc nya, tvc tuh ada video nih kita punya video company profile tampilin ketika iklan biasanya nah di saat <i>live</i> nya biasanya kita masukin logo nya,
		Kon verg ensi medi a	Baga iman a adan ya		jadi siaran teresterial kami, teresterial	Kalau dulu kan yasudah siaran di studio				

		<p>Kontinum : Cloning</p>	<p>penyampaian konten atau isi informasi yang diperbanyak di setiap platform media?</p>	<p>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 mengambil sebagian titik dari itu yang kami share di media sosial kami sehingga masyarakat at e masyarakat at yang belum mendengar teresterial akan mengikuti di e media kami seperti itu dan juga kami memang bagaimana menyatukan sinergi antara media sosial dengan teresterial itu kami menggunakan e-flyer untuk spot promo,</p>	<p>datang selesai nah sekarang bisa dilihat di youtube, bisa nanti dipotong di naikan di podcast dan bisa juga em apa namanya ee bisa di modified, misal potongan nya bisa masuk ke ig, bisa masuk ke sosial media yang lain , Tetapi kemudian kami juga memiliki portal berita, portal ee media namanya Sonora.id , jadi misalnya hasil dari <i>talkshow</i> ini di rewrite dibuat artikel naik ke sonora.id. Sonora.id juga bisa menyiarkan <i>streaming</i> nya disitu, Jadi artinya ee siaran sonora bisa masuk ke Sonora.id portal <i>online</i> nya, kemudian youtube sebagai sarana untuk ee media sosial youtube,</p>				
--	--	---------------------------	---	--	---	--	--	--	--

					<p>kami memberikan publikasi program program kami melalui sosial media sesuai karakter media itu masing masing, tiktok dengan tiktok ee facebook sih sudah tidak main, ig dengan ig gitu kan seperti itu</p>	<p>trus kemudian juga bisa di IG di <i>live</i> ataupun apa juga bisa gitu</p>				
			<p>Bagaimana proses konten atau isi yang diperbanyak untuk didistribusikan di setiap mediaanya</p>		<p>Iya basecut basecut yang ada kami tampilkan di media sosial kami, jadi bagaimana apa ya karakter pendengar sekarang karakter pendengar sekarang itu adalah tidak suka yang terlalu bertele tele, tidak suka dengan tayangan yang panjang panjang, mereka suka tayangan yang pendek pendek namun sudah mengenai kebutuhan mereka dan disitulah diperlukan</p>	<p>kalau on air contohnya ee <i>live</i> report ya kalau <i>live</i> report kan seorang reporter mencari berita, mengolah berita, memproduksi berita, kemudian dia on air, on air suaranya kan hilang sekali ya, ya sudah karena radio itu kan sekilas namun hanya selintas, nah si reporter nya ini mempunyai kewajiban, terutama dia harus menaikkan artikel yang dia laporkan itu ke</p>				

				<p>n strategi bagaiman a membang un sebuah konten di berbagai <i>platform</i> yang tentu saja disesuaik an dengan karakter seperti apa yang sudah saya sampaika n itu tadi jangan sampai karakter misalnya A kita membuat nya B itu jangan sampai, itu pentingn ya bagaiman a kita ketika ngomong tentang impleme ntasi cross promotio n Kami akan mengamb il potongan potongan itu yang akan kami tayangka n di media sosial kami dan bisa juga e tampil di teresterial kami dalam bentuk kalau bahasany a kami tuh ini filler, filler itu sebaikny a anda tau, informasi</p>	<p>sonora id, jadi setiap dia liputan dimana, dia harus menaikan beritanya di sonora id, itu yang yang pertama, yang kedua dia juga harus mendoku mentasik an peristiwa yang dia liput itu di sosial media jadi dia harus mendoku mentasik an, jadi kayak tadi demo contohnya tadi mahasiw a trisakti memblok ir jalan di tomang kan, reporter datang ke situ, laporan, kemudian dia dokumen tasikan video dan sebagain ya untuk naikan di sosmed, dia juga nulis beritanya di sonora id.</p>				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

				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, kalau yang di teresterial kami menyamp aikannya filler ya itu tadi cross promotio n itu.					
			Dari mana sumber bahan atau konten penyiaran yang diambil?	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 websiten ya orang lain, kalau memang di kami belum ada, kami pun bisa, baru bisa mengambil di website nya	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 mengkon firmasi, kalau sumberny a dari tim, kalau sumberny a dari reporter itu tidak perlu dikonfir			Tugasnya kami di TMB teknologi media baru, yang pertama kita kerja bareng, jadi ada dua divisi disini mba linda, di tmb sendiri itu di bidang audio dan editingnya, kemudian di teman net, ee saya suka menyebut nya teman di rri net yang memprod uksi mulai dari penayang	Kalau dari segi IT sih itu kita provide alat 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, isinya sendiri, terus

				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 e media <i>online</i> dan juga sosial media, jadi kbrn kami itu memang sebagai salah satu sumber informasi penyiar kami ketika siaran begitu	masi diverifikasi karena itu hasil dia posisi dilapangan, tetapi kalau sumbernya dari orang lain kan dikonfirmasi dulu ini sumbernya dari mana, nah kemudian tim sosial media itu ada yang tim twitter facebook itu ada sendiri yang menaikkan, tim ig bikin story bikin reels, itu ada tim sendiri			an sampai dari editing kemudian produksi matengnya itu dari teman teman, jadi tmb disini punya tugas untuk menyelaraskan audio supaya hasilnya baik, Kita rancang dulu produksi tadi kita rancang kita pilih scene to scene nya kita pilih sehingga jadi durasinya dari 1 jam itu apa aja sih yang perlu ditayangkan, itu perlu diedit	kalau dibutuhkan ee kalau dia membutuhkan ya pasti kita siapin device device nya, lebih ke menyiapkan device sih kalau disegi IT
		Konvergensi Media Kontinum : Coopetition	Bagaimana terjadinya kerjasama antar platform media yang dimiliki komunitas	iya jadi kerja sama kami dengan pemprov dki jakarta harus dengan semua konten media kita, waktu itu harus <i>live</i> harus tayang di youtube, di ig, itu ya jadi e sekarang menjadi	informasinya dari siaran sonora kemudian di portal itu yang jelas sudah sudah menghasilkan uang dari dari apa namanya media digital itu kemudian youtube, youtube juga kami sudah				

			yang bera maan juga berk omp etisi (den gan tujui an yang sama)?	tanggung jawab kami atau menjadi kerja kami ketika kita bekerja sama akan ditanyaka n bagaiman a konten kami akan ditayangk an dimana seperti apa, itu sudah menjadi pertanyaa n semua narasumb er kami dan klien klien kami gitu kan, dengan pemprov dki jakarta seperti itu e- flyer nya, narasumb ernya, tayangny a di mana di ig di youtube gitu kan, ini lagi berproses misalnya sama pln yang untuk layanan juga ditanyaka n seperti itu, jadi semuany a seperti itu mba, jadi semua yang ketika kerja sama ee mereka dan kami pun akan mengatak an bahwa siaran	mendapat kan silver kan, artinya kami sudah menghasi lkan uang, jadi dari digital itu kami sudah menghasi lkan uang salah satunya dari youtube, dari itu sonora id, yang kalau portal kan lebih kepada page view kan page view yang membaca yang melihat nah itu kan secara baik ee apa ya namanya sistem ya google ya tu sudah ada iklan dan sebagain ya nilai positifny a kesitu				
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

					<p>kami sudah multiplatform, tidak hanya di terrestrial menggunakan akan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari apa namanya dari rri net kami, semuanya seperti itu menjadi satu kesatuan ketika kita menghubungi narasumber ketika kita 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 menyasar semua segmen program kami sesuai dengan pendenga</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

					r karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu					
		Konvergensi media kontinum: Content Sharing	Bagaimana prioritas penyampaian konten? apakah terdapat platform media yang diprioritaskan untuk menyampaikannya konten atau informasi?		Iya harus, karena kita menggunakan perencanaan, kita sesuai dengan perencanaan, kita sesuai dengan program segmen pendengar kita dan karakter bahasa kami dapat, aktual jadikan kami akan mencari narasumber narasumber yang memang aktual, narasumber yang memang isu diluar sana yang sedang dinantikan, ingin tau seperti apa sih perkembangan sebuah isu sebuah informasi, atau sebuah kebijakan yang memang masyarakat kadang sudah tau tapi kejelasannya belum	Kalau yang jelas biasanya akan paralel, jadi misalnya reporter demo, demo itu kami pernah melakukan facebook live, jadi dia laporan dari situ kemudian tapi gini kita belum ada mekanisme yang misal facebook trus bisa siaran on air gitu nah biasanya sih temen temen pokoknya live dulu apa yang terjadi demo dan sebagainya, baru dia ngambil ini facebook live nya atau apanya karena memang sdm nya terbatas, kalau mungkin media lain ada yang memang khusus dia				

				<p>ada itu lah tugasnya kami, jadi kami membagi kedalam 4 depart, depart pagi lebih aktual, siang sudah lebih soft bagaimana kita memberikan informasi tapi tidak terlalu setajam di pagi di sore tu tajam sekali, biasanya tuh mbadiah tuh mengemas antara pagi depart pagi dan depart sore itu ada sinerginya, kalau pagi kita mengambil segmen yang memang secara aktual, kalau yang sore itu dengan topik yang sama tapi lebih ke human interest nya, jadi memang sesuai perencanaan dan sesuai karakter waktu dan pendengar kami, kalau pagi masyarakat sibuk</p>	<p>megang facebook facebook live misal ig live gitu yang fokus di reportase, cuma memang karena kami sumber dayanya terbatas, karena tim sonora id tuh hanya editor jadi semuanya misalnya kayak dilapangan ya reporter semua, karena itu berbeda ya ininya jadi reporter sonora ada demonya dia laporan dulu apa yang terjadi misal ada demo habis itu dia baru mengambil video ya facebook live kalau prioritas ya on air dulu baru facebook live, kecuali kalau timnya cukup ya kita masing masing berjalan video facebook live dia sendiri, yang on air dia sendiri</p>				
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

					kepingin denger berita yang begini, kalau siang sudah agak apa istirahatnya kita mengemangnya lebih ke soft, lalu malam kita lebih banyak menyajikan yang ringan ringan kalau malam, hiburannya sesuai apa namanya situasinya seperti itu, perencanaan kami, sangat menyesuaikan dengan apa namanya karakter pendengar di pagi, siang, sore, dan malam itu berbeda, itu seperti itu					
			Bagaimana proses dalam pengemasan ulang mengenai suatu konten atau informasi? Misa		kami semua informasi satu satu informasi yang kami garap untuk semua media, untuk <i>multiplatform</i> itu, jadi tidak misalnya MLC di mba Ade di pro 2, oh enggak pro 1 lah	misalnya reporter di lapangan itu di lapangan kemudian <i>live</i> ini kan <i>live</i> report kemudian dia juga dia ngirim video atau foto ke whatsapp group nanti ini di whatsapp			setelah proses keseluruhan kami utamakan untuk broadcasting di youtube, untuk broadcasting <i>live</i> , kemudian nanti kita repackaging ke instagram bisa ke mana lagi facebook bisa,	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 disiapkan

			<p> I suatu infor masi telah di samp aikan di <i>platf</i> <i>orm</i> medi a A, nam un di <i>platf</i> <i>orm</i> medi a B juga disa mpai kan nam un deng an bent uk peng emas an ulan g atau repac kage ? </p>	<p> seratus persen Indonesia kami tidak ketika kami on air beda topik beda narasumb er enggak, jadi kami semuanya a satu kesatuan semuanya a saling menguat an dan membesa rkan jadi satu program kami, karena kan memang rri tu kan audio teresterial , ketika teresterial kami siaran, otomatis didukung oleh multi<i>platf</i> <i>orm</i> kami, jadi yang teresterial itu menjadi tujuan utama, didukung sepenuhnya ya disiarkan di multi<i>platf</i> <i>orm</i> nya kami di media sosial kami, rapi siaran utamanya kami ya di FM yang di teresterial ini, jadi kami tidak membuat program yang </p>	<p> itu tim sosial media yang akan ambil dia yang akan naikan jadi bukan si reportern ya yang naikan di ig nya ee akunnya akun atas nama sonora </p>		<p> tiktok bisa, Cuma kan dia punya durasi pendek ya, ya kita promosik an lah bahasanya, kita kerja sama dengan temen temen program, ada pengarah acara, ada produser, untuk membuat hasil yang maksimal itu kan kita membut hkan segala personil personil yang masing masing punya job descriptio n jadi kita kami tidak bekerja sendiri, ketika kami mengedit pun disitu ada produser teknik, ada pengarah acara, semua ter combine, semua terproduk si dengan baik gitu loh sesuai perminta an </p>	<p> jadi dalam segi konten itu tuh kita Cuma nyiapin alat gitu doang tapi untuk responsib ility akan kontenny a itu bukan kita, karena mereka punya tim sendiri dan mereka punya apa namanya standarny a mereka gitu gitu </p>
--	--	--	---	--	--	--	---	--

					berbeda dengan di teresterial , semuanya yang didukung untuk membesarkan di teresterial , walaupun kita membuat konten konten yang berbeda tapi semua tujuannya sama untuk membesarkannya di teresterial , jadi semuanya sudah terintegrasi ke teresterial begitu, karena memang rri sesuai dengan amanah UU NO 32 TAHUN 2002					
		Konvergensi Media Kontinum : Full Convergence	Berdasarkan platform media yang dimiliki, bagaimana terjadinya pembuatan suatu konten yang kolaboratif (dimulai dari		Semua jadi kami bagaimana merencanakan, membuat programnya, bagaimana kami menyiarkannya, sosial media kami, sebenarnya itu kan melalui perencanaan semuanya, kayak mbakasturi misalnya ada	kemarin ini kita melakukan ini 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	kita akan mencoba menggali ide kreatif apa yang kira kira bisa dimunculkan, kita membangun tim dulu internal, kita ada panitia inti yang mencoba merumuskan kira kira misalkan ulang tahun rri jakarta 11 september apa	tim business development ya ya tentunya agar berjalan itu lancar tentunya yang jelas sinerginya, kita misalnya menggan deng mencari misalnya sonora kemarin ulang tahun, mengadakan event kita menggan deng stake		

			<p>perencanaan, produksi, hingga distribusi)?</p>	<p>informasi dari produser A besok siapa narasumbernya ABCD akan tumbak dibuatkan e-flyer nya akan disampaikan pada kita ada yang menyusun daftar acara siaran yang menjadi panduan penyiar di studio. jadi semua yang kerja sama mereka dan kami pun akan mengatakan bahwa siaran kami sudah <i>multiplatform</i>, tidak hanya di terrestrial menggunakan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari apa namanya dari rri net kami, semuanya seperti itu menjadi satu kesatuan ketika kita</p>	<p>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 puncak nya puncak acaranya seperti itu jadi melalui beberapa tahap tahapan sehingga acara itu benar benar berjalan dengan baik. itu sudah secara otomatis terprogram misalnya promo kayak promo itu mereka sudah terprogram misal beberapa jam promo itu akan naik jadi sudah di setting kontennya kalau di sharing di status ig itu sudah di program nah waktunya</p>	<p>yang akan kita buat, biasanya 4 bulan sebelum hari H itu sudah kita buat perencanaan, kenapa harus hari H 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 menyebar sponsor sponsor yang sifatnya nanti bisa membantu kegiatan tersebut, otomatis juga setelah kita punya ide kreatif ini kita susun lintas bidang untuk supportin g acara tersebut, misalkan dari program karena mereka membuat konten</p>	<p>holder ee 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 menggendeng 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,</p>		
--	--	--	---	--	---	--	---	--	--

					<p>menghubungi narasumber ketika kita 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 menasar semua segmen program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu</p>	<p>itu naik jam sekian jam sekian</p>	<p>programnya, membuat isi acaranya seperti apa, lalu bagaimana supportin g teknik, lalu bagaimana a sponsor, lalu bagaimana a perjanjian kerja sama nya, setelah mereka oke, lalu dibuat program seperti apa, lalu kita eksekusi, jadi kalau sekiranya tidak memungkinkan kita ada alternatif-alternatif lain kira kira program apa yang paling sesuai yang bisa kita lakukan, misalnya kita kerja sama dengan pemprov dki, kemudian sosialisasikan, sekarang ini ada kerja sama dengan pemprov dki bagaimana a rri jakarta di era digital ini mampu menjembatani</p>	<p>misalnya, mereka di promosikan di media sosial selama event ini, di on air, kemudian di ee portalnya, 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.</p>		
--	--	--	--	--	---	---------------------------------------	--	--	--	--

							<p>komunikasi antara pemngambil kebijakan di Pemprov dengan dinas masyarakat, nah ini era digital yang paling enak, dan salah satunya 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, dipaksa juga, program tertentu harus membuat flyer ini dan kita menginformasikan bahwa</p>			
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

							ada kegiatan ini atau bintang tamu ini ini, jadi fleksibel, tergantung bagaimana konten program itu berasal			
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

Lampiran 21. Selective Coding

SELECTIVE CODING

1. Latar Belakang Informan

- a) Pada penelitian ini informan 1 bernama Istikomah, biasa dipanggil Ibu Isti. Ibu Isti merupakan seorang perempuan yang telah bekerja di RRI selama 30 tahun dan saat ini menempati posisi sebagai Ketua Tim Perencanaan Program dan Evaluasi RRI Jakarta. Ibu Isti bertanggung jawab atas perencanaan dan evaluasi konten program.
- b) Pada penelitian ini informan 2 bernama Stanislaus Jumar Sudiyana, biasa dipanggil Mas Jumar. Mas Jumar merupakan seorang laki-laki yang telah bekerja di Radio Sonora selama 23 tahun, saat ini Mas Jumar menempati posisi sebagai Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta. Mas Jumar juga bertanggung jawab atas posisi Business Development. Sebagai Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta, Mas Jumar bertanggung jawab terhadap kualitas isi konten pemberitaan, melakukan koordinasi, supervisi kepada crew redaksi, memberikan arahan kerja, dan bertanggung jawab dalam berkoordinasi dengan departemen lain.
- c) Pada penelitian ini informan 3 bernama Aden Muhammad Darlian, biasa dipanggil Pak Aden. Pak Aden merupakan seorang laki-laki yang telah bekerja di RRI selama 28 tahun dan saat ini menempati posisi sebagai Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta. Sebagai Koordinator Bidang Layanan Umum RRI Jakarta, Pak Aden bertanggung jawab atas bidang business development sekaligus public relations yang menjembatani informasi mengenai internal dan eksternal.
- d) Pada penelitian ini informan 4 bernama Stanislaus Jumar Sudiyana, biasa dipanggil Mas Jumar. Mas Jumar merupakan seorang laki-laki yang telah bekerja di Radio Sonora selama 23 tahun, saat ini Mas Jumar menempati posisi sebagai Business Development Radio Sonora. Mas Jumar juga bertanggung jawab atas posisi Assistant Manager Program dan Content Radio Sonora Jakarta. Sebagai Business Development Radio Sonora, Mas Jumar bertanggung jawab dalam supporting dan memberikan ruang ataupun membukakan jalan bagi tim bisnis untuk menjalin komunikasi dengan stake holder ataupun calon klien.
- e) Pada penelitian ini informan 5 bernama Syamsuri, biasa dipanggil Pak Syamsuri. Pak Syamsuri merupakan seorang laki-laki yang telah bekerja di RRI selama 30 tahun. Saat ini Pak Syamsuri menempati posisi sebagai Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru RRI Jakarta. Sebagai Koordinator Lapangan Teknologi Media Baru, Pak Syamsuri bertanggung jawab atas mengkoordinasikan tim saat penyiaran sesuai dengan planning yang ada, berkoordinasi dengan tim dalam persiapannya serta memenuhi kebutuhan dari bidang program.
- f) Pada penelitian ini informan 6 bernama Heskey, biasa dipanggil Mas Heskey. Mas Heskey merupakan seorang laki-laki yang telah bekerja di Radio Sonora Jakarta selama 3,5 tahun. Mas Heskey saat ini menempati posisi sebagai IT Support di Radio Sonora Jakarta. Sebagai seorang IT Support, Mas Heskey bertanggung jawab atas support all user needs atau kebutuhan untuk penyiaran, maintenance server dan internet, serta hal-hal yang berhubungan dengan IT.

2. Latar Belakang Pekerjaan Informan (udah di label informan)

3. Konvergensi Media Pada Radio Siaran Publik dan Radio Siaran Swasta di Era Digital (konvergensi pada media radio -Adaptasi Radio di Era Digital, dan Radio Sebagai media komunikasi massa - Strategi Perencanaan Konten)

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 penjelasan 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”. (Informan 1, 9 Mei 2023)

Disamping itu Informan 2 menjelaskan dari mengenai adaptasi Radio Sonora di era digital ini lalu mengenai kepercayaannya bahwa radio tidak akan pernah mati dengan terus mengikuti perkembangan zaman. Berikut penjelasan 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, terus kemudian 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”. (Informan 2, 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. 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, kedua bagaimana kita menginformasikan ke sedemikian tim mengenai kegiatan kegiatan di rri dan juga menjembatani keingintahuan masyarakat terhadap rri nah mengenai masalah 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 yang menginformasikan semua dengan alamat websitenya jadi seungguhnya dengan digitalisasi ini sangat memudahkan kita untuk menginformasikan seluas luasnya mungkin kepada publik mengenai keberadaan RRI, kita menyesuaikan program program instagram misalnya tergantung dari program program yang ada, pro 1 pro 2 dan pro 4 karena segmentasi pasar yang berbeda” (Informan 3, 12 Mei 2023)

Lalu informan 4 menjelaskan bahwa adaptasi radio 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 kemudian sonora id, trus kemudian podcast, kemudian siaran yang tadi misalnya dilakukan di outdoor dengan menggunakan mekanisme live youtube trus kemudian kita membuat sebuah acara talkshow dengan hybrid dengan zoom dan sebagainya itu kan pengembangan usaha di era digital dampak dari disruption tadi kan perubahan pola tadi” (Informan 4, 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 terorganize 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.” (Informan 6, 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 ee 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” (Informan 6, 17 Mei 2023)

Penjelasan informan mengenai bentuk perubahan tugas yang terjadi ketika melakukan adaptasi di era digital ini. Penjelasan informan 1 dan 3 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 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 ee tanggung jawab kami ketika kami sudah mengikuti bagaimana konvergensi media, menjadi tantangan terbesar kami tentang bagaimana kami membuat konten konten yang memang sesuai dengan media yang kami miliki, 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” (Informan 1, 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 fi 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” (Informan 2, 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” . (Informan 1, 9 Mei 2023)

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, ada pernah yang ngerjain anak magang tapi sekarang tidak di olah padahal sebenarnya tiktok ni potensial, 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 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” (Informan 2, 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 adanya perencanaan atau aturan aturan maupun regulasi yang terstruktur atau terorganisasi. 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 lingkun 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 atasan namanya direktur utama dan disitu ada satu lagi direktur program dan produksi yang membuat semua kebijakan soal bagaimana siaran di RRI termasuk rri jakarta. Bagaimana si programanya, kami sudah punya buku panduannya. Kami sudah punya panduannya dan kami akan dimonitoring oleh direktorat program dan produksi RRI jadi kami sudah terstruktur secara organisasi bahwa program program yang kami tayangkan dan siarkan program program yang kami tulis tuh sudah iatur oleh regulasi direksi kami, jadi bukan kepala RRI Jakarta yang menyusun pro5gram kami, tapi dari direktorat rogram dan produksi rri menyusun sebuah konsep program untuk rri seluruh Indonesia. 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, bagaimana gaya peniarannya itu akan dicontoh, musik musiknya pun akan dicontoh, 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” (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan mengenai program yang sudah terencana berdasarkan pembagian pembagian waktu waktunya disesuaikan dengan keadaan pendengar. 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 kaplingnya, jam 5 pagi atau jam 6 pagi sampai jam 10 itu Sonora pagi. Isinya ya wawancra, 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 oldiest dan sebagainya. Nah terkait dengan program kalau dulu kan yaudah program talk show, misalnya talk show kita membahas katakana lah komersial talk show membahas soal rumah sakit” (Informan 2, 12 Mei 2023).

Penjelasan informan terkait tanggapan atau respon dari pendengar setelah adanya konvergensi media, informan 1 dan informan 2 menyampaikan bahwa terjadinya perluasan audiens, atau 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 pada 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 menjadi ee apa ya, sudah menjadi tanggung jawab kami, tinggal bagaimana kami meyakinkan ke publik bahwa kami sudah melakukan itu”. (Informan 2, 12 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. 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 ingat 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, feedbacknya itu biasanya mereka responnya bisa lewat komen lewat chat di youtube atau wa” (Informan 2, 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 pendengarannya, 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 medianya itu yang paham sesungguhnya pendengar kami, penonton kami pembaca kami, pengikut sosial media kami sesungguhnya pengen seperti apa sih, bukan berarti kami 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” (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa evaluasi program akan dilihat dari jumlah pendengarannya 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*. 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, misalnya sekarang program jam 7 sampai jam 8 itu yang mendengarkan dalam satu jam itu misalkan ada 100 ribu orang itu ketauan itu real time, artinya program ini diminati orang, tapi kalau program yang on air itu masih menggunakan lembaga riset namanya nielsen, itu kan dia lembaga yang riset jumlah pendengar. Nah itu mereka untuk mengetahuinya cuma per beberapa bulan akan muncul nih, oh pendengarmu selama 3 bulan itu totalnya sekian ratus ribu tahun ini menarik, indikatornya apa, di jam jam nya itu dia bisa melihat itu cuma yang tau dia, tapi kalau yang lewat streaming tu bisa bisa dilihat misalnya itu yang jam 7 yang mendengarkan sekian, nanti yang jam 8 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”. (Informan 2, 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 mendidik 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, mendidik pendengar dan memilih lagu. Sesuai dengan karakter media kami sebagai media publik, dan kami mempunyai tanggung jawab yang besar kepada masyarakat DKI Jakarta khususnya bagaimana program-program kami bisa mencerdaskan, bisa mendidik, 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 tolok 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 tolok ukur kami dan tantangan kami sesungguhnya” (Informan 1, 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 mendidik masyarakat, seluruh program yang ada di Sonora, selalu memiliki visi adalah konten program itu bermanfaat, mendidik, 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 dapat budget dari negara kalau kita kan pure bisnis, jadi program kita menarik terus kemudian bermanfaat bagi masyarakat, mendidik masyarakat, dan mendapatkan profit, biar pengukurannya itu bagus program itu bagus, bagus itu kan ini normatif, bagus apanya, bagus penyiarnya, bagus suaranya, bagus membawakannya, atau bagus 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” (Informan 2, 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:

“Sdm kami yang belum berkompeten di bidangnya kami akan memberikan pelatihan, workshop, memberikan pendidikan agar mereka bisa mengikuti perkembangan yang ada, karena dunia kreatifitas itu harus banyak melihat menonton dan akhirnya mereka tau bagaimana kreatifitas itu muncul sesuai dengan karakteristik media kami jadi ee ketika kita ngomong bagaimana strateginya itu kita harus memberikan pelatihan atau wadah bagi mereka untuk diskusi dan akhirnya kami bisa membuat sebuah program yang memang sesuai target audiens kami, sesuai dengan karakter media yang akhirnya kami bisa ya itu tadi harapan kami bisa semakin diminati oleh pendengar kami khususnya dki jakarta dan bertanggung jawab besar masyarakat terliterasi untuk membaca berita berita yang memang sumbernya berkompeten A1 dan ee ini bisa di bagaimana masyarakat itu tercerahkan dari informasi informasi yang ada” (Informan 1, 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 pelatihannya dapat 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” (Informan 2, 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” (Informan 3, 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” (Informan 4, 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 penyesuaiannya. 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” (Informan 5, 19 Mei 2023)

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

“Ya dampak baiknya adalah dari adaptasi zoom sangat efisiensi waktu sih dari segi dari segi talk show, 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” (Informan 6, 17 Mei 2023).

4. Penerapan Konvergensi Media Kontinum Pada radio siaran publik dan radio siaran swasta / SUB JUDUL - KONVERGENSI MEDIA RADIO SIARAN PUBLIK DAN RADIO SIARAN SWASTA YANG TELAH BERUSIA LEBIH DARI 50 TAHUN (Konvergensi Media (Kontinum))

Keenam informan menjelaskan pengetahuan mereka terkait dengan tahapan konvergensi media kontinum. Tahapan pertama mengenai Cross Promotion. Cross Promotion merupakan terjadinya kerja sama antara dua pihak platform media yang memberikan ruang untuk dapat memperkenalkan konten satu sama lain, dapat berupa kata kata, iklan, maupun elemen visual. Informan 1 menjelaskan bahwa kerja sama anatara penggunaan platform yang dimiliki yaitu penggunaan platform media secara bersamaan, media lain mempromosikan adanya konten yang akan datang seperti memposting di instagram mengenai informasi bahwa akan ada siaran dengan program yang ada. 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 atau sesudah untuk basecut basecut itu cross promotion itu gitu, atau e filler bahasa radio kami” (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa juga terdapat promosi yang dilakukan sebelum berlangsungnya siaran teresterial. 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” (Informan 2, 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 juga di teresterial dan juga melalui media sosial, promosi melalui teresterial dilakukan dengan bentuk spot ataupun adlibs, atau dapat juga penyiar membacakan mengenai informasi tersebut. 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 flyernya 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” (Informan 3, 12 Mei 2023)

Informan 4 menjelaskan bahwa peran Business Development dalam kegiatan kerja sama antar platform media ini adalah dilihat dari teknisnya seperti editing. Berikut merupakan penjelasan informan 4:

“Dia yang memindahkan posisi template gambarnya atau mengubah running text nya atau judulnya, 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 harusnya ya menulis berita harus bisa mengoperasikan itu” (Informan 4, 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. Berikut merupakan penjelasan informan 5:

“Jadi kami punya planning mba Linda kita punya planning untuk 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 teman-teman program” (Informan 5, 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” (Informan 6, 17 Mei 2023)

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. Informan 1 dan 2 menyampaikan bahwa baik di RRI maupun di radio Sonora, terdapat informasi atau konten yang didapatkan dari hasil siaran teresterial untuk disebarluaskan atau diunggah 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 media sosial kami, bagaimana menyatukan sinergi antara media sosial dengan teresterial itu kami menggunakan e-flyer untuk spot promo, kami memberikan publikasi program-program kami melalui media sosial sesuai karakter media itu masing-masing, tiktok dengan tiktok, facebook sih sudah tidak main, ig dengan ig seperti itu” (Informan 1, 9 Mei 2023)

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

“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. 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” (Informan 2, 12 Mei 2023)

Penjelasan informan mengenai proses atau isi konten yang diperbanyak untuk didistribusikan di setiap medianya. Informan 1 menjelaskan bahwa hasil dari siaran teresterial akan diunggah 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 buat nya B itu jangan sampai. Kami akan mengambil potongan-potongan itu yang akan kami tayangkan di teresterial kami dan bisa juga e-tampil di media sosial 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, kalau yang di teresterial kami menyampaikannya filler ya itu tadi cross promotion itu". (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa produksi konten di setiap platform media yang dimiliki berbeda. 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" (Informan 2, 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 4 dan 5 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 diwajibkan, 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" (Informan 1, 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" (Informan 2, 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, Kita rancang dulu produksi tadi kita rancang kita pilih scene to scene nya kita pilih sehingga jadi durasinya dari 1 jam itu apa aja sih yang perlu ditayangkan, itu perlu diedit" (Informan 5, 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" (Informan 6, 17 Mei 2023)

Penjelasan informan mengenai tahap konvergensi media kontinum tahap Coopetition. Informan 1 dan 2 menjelaskan bagaimana kerja saia Berikut merupakan penjelasan informan 1:

"jadi kerja sama kami dengan pemprov DKI Jakarta harus dengan semua konten media kita, harus live harus tayang di youtube, di ig, e-flyer nya, narasumbernya, tayangnya di mana, jadi semuanya seperti itu mba, jadi semua yang ketika kerja sama mereka dan kami pun akan mengatakan bahwa siaran kami sudah multiplatform, tidak hanya di teresterial menggunakan FM itu tapi semua media kami seperti itu, media digital kami, dari sosial media, dari apa namanya dari rri net kami, semuanya seperti itu menjadi satu kesatuan ketika ketika kita menghubungi narasumber ketika kita 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 menyasar semua segmen program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media" (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa dengan adanya multiplatform atau perbanyak konten media dengan kerja sama dan sekaligus kompetisi, menunjukkan bagaimana setiap platform media yang dimiliki dapat menghasilkan profit. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

"informasinya dari siaran sonora kemudian di portal itu yang jelas sudah sudah menghasilkan uang dari dari apa namanya media digital itu kemudian youtube, youtube juga kami sudah mendapatkan silver kan, artinya kami sudah menghasilkan uang, jadi dari digital itu kami sudah menghasilkan uang salah satunya

dari youtube, dari itu sonora id, yang kalau portal kan lebih kepada page view yang membaca yang melihat nah itu kan secara sistem ya google ya tu sudah ada iklan dan sebagainya nilai positifnya kesitu” (Informan 2, 12 Mei 2023)

Penjelasan informan terkait dengan konvergensi kontinum tahap content sharing. Penjelasan informan terkait bagaimana prioritas *platform* media yang diutamakan dalam penyampaian konten. Informan 1 menjelaskan bahwa harus menggunakan perencanaan dalam penyampaian konten, informan 2 menjelaskan bahwa teresterial merupakan prioritas penyebaran konten atau informasi utama. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“Iya harus, karena kita menggunakan perencanaan, kita sesuai dengan perencanaan” (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa penyampaian konten secara paralel 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 yang jelas biasanya kan paralel, jadi misalnya reporter demo, demo itu kami pernah melakukan facebook live, jadi dia laporan dari situ kemudian baru dia ngambil ini facebook live nya atau apanya karena memang sdm nya terbatas kan, kalau mungkin media lain ada yang memang khusus dia memang facebook facebook live misal ig live gitu yang fokus di reportase, cuma memang karena kami sumber daya nya terbatas, karena tim sonora id tuh hanya editor jadi semuanya misalnya kayak dilapangan ya reporter semua, karena itu berbeda ya ininya jadi reporter sonora ada demo ya dia laporan dulu apa yang terjadi misal ada demo habis itu dia baru ngambil video ya facebook live 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” (Informan 2, 12 Mei 2023)

Penjelasan informan terkait dengan proses repackaging 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 repackaging kembali untuk di unggah di media lainnya. Berikut merupakan penjelasan informan 1:

“ketika teresterial kami siaran, otomatis didukung oleh multiplatform kami, jadi yang teresterial itu menjadi tujuan utama, didukung sepenuhnya disiarkan di multiplatform nya kami di media sosial kami, tapi siaran utamanya kami ya di FM yang di teresterial ini, jadi kami tidak membuat program yang berbeda dengan di teresterial, walaupun kita membuat konten konten yang berbeda tapi semua tujuannya sama untuk membesarkannya di teresterial, jadi semuanya sudah terintegrasi ke teresterial begitu, karena memang rri sesuai dengan amanah UU NO 32 TAHUN 2002” (Informan 1, 9 Mei 2023)

Informan 2 menjelaskan bahwa proses pengemasan ulang mengenai informasi yang ada dapat dilakukan dan diunggah di *platform* media yang dimiliki oleh radio Sonora. Berikut merupakan penjelasan informan 2:

“misalnya reporter di lapangan itu di lapangan kemudian live ini kan live report kemudian dia juga dia ngirim video atau foto ke whats app group nanti ini di whatsapp itu tim sosial media yang akan ambil dia yang akan naikan jadi bukan si reporternya yang naikan di ig nya ee akunnya akan atas nama sonora” (Informan 2, 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 *broadcasting* di youtube, untuk *broadcasting* live, kemudian nanti kita repackaging ke instagram trus bisa ke mana lagi facebook bisa, tiktok bisa, Cuma kan dia punya durasi pendek ya, ya kita promosikan lah bahasanya” (Informan 5, 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” (Informan 6, 17 Mei 2023)

Penjelasan informan 1, informan 2, informan 3, dan informan 4, terkait dengan konvergensi media kontinum tahap Full Convergence. 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. kami pun akan mengatakan bahwa siaran kami sudah multiplatform, 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 menyasar semua segmen program kami sesuai dengan pendengar karakter pengguna sosial media, dan karakter konten digital begitu” (Informan 1, 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 ini 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 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 promo kan na itu jadi kayak 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” (Informan 2, 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. 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” (Informan 3, 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, bh, 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 yang dia harus bersinergi dengan pihak lain, mencari sponsor dan sebagainya” (Informan 4. 12 Mei 2023)

Lampiran 22. Bukti Upload Jurnal



INTERNATIONAL COMNEWS 2023
CONFERENCE ON COMMUNICATION & NEW MEDIA STUDIES

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT CONFERENCES ANNOUNCEMENTS

Home > User > Author > Active Submissions

Active Submissions

ACTIVE ARCHIVE

ID	MM-DD SUBMIT	TRACK	AUTHORS	TITLE	STATUS
195	—	MCI	Ningrum	UNTITLED	AWAITING UPLOAD
196	—	MCI	Ningrum	UNTITLED	AWAITING UPLOAD
197	07-08	MCI	Ningrum	COMPARISON OF MEDIA CONVERGENCE STRATEGY ON PUBLIC...	Awaiting assignment

1 - 3 of 3 Items

Start here to submit a paper to this conference.
STEP ONE OF THE SUBMISSION PROCESS

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 3.0 License](#).

Copyright 2023 — FIKOM UMN. All right reserved

OPEN CONFERENCE SYSTEMS
[Conference Help](#)

USER
You are logged in as...
lindasetyan

- [My Profile](#)
- [Log Out](#)

NOTIFICATIONS

- [View](#)
- [Manage](#)

AUTHOR
Submissions

- [Active \(3\)](#)
- [Archive \(0\)](#)
- [New Submission](#)

CONFERENCE CONTENT
Search

All

Conference Information

- [Overview](#)
- [Call for Papers \(May 24, 2023 - October 5, 2023\)](#)
- [Program](#)



INTERNATIONAL COMNEWS 2023
CONFERENCE ON COMMUNICATION & NEW MEDIA STUDIES

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT CONFERENCES ANNOUNCEMENTS

Home > User > Author > Submissions > #197 > Summary

#197 Summary

SUMMARY REVIEW

Submission

Authors Linda Setya Ningrum

Title COMPARISON OF MEDIA CONVERGENCE STRATEGY ON PUBLIC BROADCAST RADIO AND PRIVATE BROADCAST RADIO (Descriptive Study on RRI Jakarta and Radio Sonora Jakarta 2022-2023)

Original file [197-250-1-SM.PDF](#) 2023-07-08

Supp. files None [ADD A SUPPLEMENTARY FILE](#)

Submitter Linda Setya Ningrum 

Date submitted July 8, 2023 - 05:02 PM

Track Media, Communication and Innovation

Director None assigned

Status

Status Awaiting assignment

Initiated 2023-07-08

Last modified 2023-07-08

Submission Metadata

[EDIT METADATA](#)

Authors

Name Linda Setya Ningrum 

Affiliation Pemanouan Java University

OPEN CONFERENCE SYSTEMS
[Conference Help](#)

USER
You are logged in as...
lindasetyan

- [My Profile](#)
- [Log Out](#)

NOTIFICATIONS

- [View](#)
- [Manage](#)

AUTHOR
Submissions

- [Active \(3\)](#)
- [Archive \(0\)](#)
- [New Submission](#)

CONFERENCE CONTENT
Search

All

Conference Information

- [Overview](#)
- [Call for Papers \(May 24, 2023 - October 5, 2023\)](#)
- [Program](#)
- [Presentations](#)
- [Conference Schedule](#)
- [Timeline](#)

Browse

**COMPARISON OF MEDIA CONVERGENCE STRATEGY
ON PUBLIC BROADCAST RADIO AND PRIVATE
BROADCAST RADIO (Descriptive Study on RRI Jakarta and
Radio Sonora Jakarta 2022-2023)**

Linda Setya Ningrum, Isti Purwi Tyas Utami, Clara Evi
University of Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan
Linda.setyaningrum@student.upj.ac.id, Isti.purwityas@upj.ac.id,
Clara.citraningtyas@upj.ac.id

Abstract: Media convergence in radio broadcasting stations is a necessity for radios to continue reaching an audience that has changed their way of consuming radio broadcasts. This applies to both public and private radio stations that are over 50 years old, such as RRI and Radio Sonora. This research aims to understand the comparison of media convergence strategies applied in RRI and Sonora. The main concept of the Continuum Convergence by Dailey, Demo, and Spillman, consisting of five stages: Cross Promotion, Cloning, Cooperation, Content Sharing, and Full Convergence, serves as the main framework. The research adopts a constructivist paradigm with a qualitative approach and interview methods. The research informants are six employees from RRI and Sonora Jakarta. The results show that RRI Jakarta and Radio Sonora Jakarta have implemented all stages of continuum convergence. The difference between public and private radio stations in media convergence lies in the innovation of produced programs. Private radio stations produce programs with a focus on seeking benefits that align with their business orientation, whereas RRI, whose main source of funding comes from government subsidies, differs in this aspect.

Keywords: Media Convergence, Public Broadcast Radio, Private Broadcast Radio, Continuum Media Convergence

Sub-themes: Media, Communication and Innovation

Author's Bio:

1st author is a student at Universitas Pembangunan Jaya. Her research interest is related to media convergence carried out by mass media, namely radio. The researchers

wanted to know about the media convergence strategy carried out by radio media, both public radio and private radio, which has been more than 50 years old.

2nd author is a lecturer of Communication Science in Universitas Pembangunan Jaya. Her interest is in media studies related to broadcasting, broadcasting ethics, development of communication technology, public relations.

3rd author is a lecturer of Communication Science in Universitas Pembangunan Jaya. Her interest is in media studies related to literature study.