

**MEDIA RADIO MERESPON ERA CYBER;  
STUDI KONVERGENSI DI KARTIKA RADIO  
(K-RADIO) JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Oleh :

**DWI SUGESTI MEGAMUSLIMAH**  
NIM : D20191101

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS DAKWAH  
JUNI 2024**

**MEDIA RADIO MERESPON ERA CYBER;  
STUDI KONVERGENSI DI KARTIKA RADIO  
(K-RADIO) JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**DWI SUGESTI MEGAMUSLIMAH**  
**NIM : D20191101**

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**MOHAMMAD DAWUD, S.Sos, M.Sos**  
**NIP : 197907212014111002**

# MEDIA RADIO MERESPON ERA CYBER; STUDI KONVERGENSI DI K-RADIO JEMBER JEMBER

## SKRIPSI


Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari : Jumat  
Tanggal : 21 Juni 2024

Tim penguji

Ketua


Sekretaris

  
Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.  
NIP.198710182019031004

  
Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan, S.E, M.I, Kom.  
NIP. 201603109

Anggota :

1. Dr. Minan Jauhari, M.Si.
2. Mochammad Dawud, S.Sos, M.Sos

  
Menyetujui,

Dekan Fakultas Dakwah



  
Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.

NIP. 19730227 200003 1 001

**MOTTO**

“Hidup yang tidak pernah dipertaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan”

-Najwa Shihab-



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERSEMBAHAN

Penulis Menyadari betul dalam proses pengerjaan skripsi ini tidak luput dari bantuan Allah Subhanahu Wata'ala dan Nabi Muhammad SAW, serta beberapa pihak yang terlibat didalamnya. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ibu saya tercinta, Ibu Suwarti juga Bapak Sugianto yang telah percaya dan terus mendukung penuh dengan do'a, semangat, omelan serta dedikasi luar biasanya untuk menguliahkan saya selama ini. Kasih dan cintanya selalu kebersamai saya sehingga saya bisa terus bangkit berkali-kali dan sampai pada tahap ini.
2. Saya persembahkan khusus untuk kakak saya satu-satunya, Rofiatul Jannah Desy Sabatini yang meskipun tidak banyak bicara tapi selalu siap siaga tiap saya membutuhkan. Yang meskipun sedikit garang tapi cintanya luar biasa dan seluas samudra. Role mode kehidupan saya dan akan terus begitu. Yang akan terus saya hormati sampai kapan pun.
3. Saya persembahkan untuk Dosen Pembimbing saya yaitu Bapak Mochammad Dawud S.Sos, M.Sos yang telah penuh sabar dan ketelatenan membimbing saya dalam penyelesaian tugas skripsi ini, sehingga banyak membuka pengalaman serta wawasan keilmuan baru yang akan bermanfaat bagi saya hingga ke depan.
4. Last but not least, skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Dwi Sugesti Megamuslimah, gadis kecil pemberontak yang akhirnya berhasil menyelesaikan tugas skripsi ini setelah mangkrak berbulan-bulan. Saya ingin berterimakasih kepada diri sendiri karena sudah tidak menyerah dan berani menerima resiko dari segala keputusan sulit yang telah terjadi. tidak apa-apa sedikit terlambat dari teman yang lain, kamu luar biasa dan harus bangga dengan hal itu. U did it mee, congrast!
5. Kepada semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pengerjaan skripsi ini. Semua teman yang

senantiasa mendengarkan semua keluh kesah selama pengerjaan skripsi ini.

6. Kantor tempat saya bekerja, Tatatoday.com serta seluruh jajaran redaksi, khususnya kepala biro Jember yang telah memberikan saya pengalaman luar biasa di dunia kerja yang tidak pernah saya dapat selama saya mengenyam bangku perkuliahan. Kantor yang memahami serta mengerti kondisi saya saat kebingungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman KPI O2 angkatan 2019 yang telah menemani perkuliahan mulai dari awal hingga akhir. Semoga pertemanan ini terus terjalin dan menjadi abadi di dunia dan di akhirat.
8. Segenap anggota grup wartawan bocil yang senantiasa memberikan semangat serta dukungan dalam tiap diskusi sehingga skripsi ini bisa selesai.
9. Seluruh teman, senior, dan rekan wartawan jember yang saya ajak diskusi terkait skripsi ini dan terus memotivasi agar saya bisa menyelesaikan lembar demi lembar naskah skripsi ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## ABSTRAK

Dwi Sugesti Megamuslimah, 2024: *Media Radio Merespon Era Cyber; sStudi Konvergensi di K Radio Jember*

**Kata Kunci: Media radio, Era Cyber, Konvergensi,**

Penelitian ini mengkaji pengaruh konvergensi media terhadap eksistensi radio dalam era digital, dengan studi kasus di K-Radio Jember Jember. Konvergensi media, yang didefinisikan sebagai integrasi berbagai bentuk media ke dalam satu platform digital, telah menjadi fenomena penting dalam dunia penyiaran. Radio, sebagai salah satu media tradisional, menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansinya di tengah maraknya media baru berbasis internet. Penelitian ini mendalami transformasi yang dilakukan oleh K-Radio Jember Jember, yang berupaya menggabungkan media audio dengan visual melalui platform website untuk tetap mengudara dan mempertahankan eksistensinya.

Hasil studi Polling Indonesia dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, mencapai 221,5 juta jiwa pada tahun 2024. Fenomena ini menandakan adanya pergeseran preferensi masyarakat dari media tradisional ke media berbasis internet. Meskipun radio masih menjadi sumber informasi yang kredibel, persentase pendengar radio melalui internet tetap rendah dibandingkan dengan konsumsi konten lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi konvergensi yang diterapkan oleh K-Radio Jember Jember. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi media di K-Radio Jember Jember belum sepenuhnya mampu menarik pendengar yang signifikan. Namun, transformasi ini memberikan potensi untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pendengar melalui penyatuan teknologi informasi dan komunikasi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa konvergensi media merupakan langkah penting untuk mempertahankan eksistensi radio dalam era digital, namun perlu adanya strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik dan engagement pendengar. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika konvergensi media dan implikasinya terhadap industri penyiaran, serta menawarkan rekomendasi bagi radio lain yang ingin melakukan transformasi serupa.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, pengerjaan dan pelaksanaan dalam penyelesaian tugas skripsi yang menjadi syarat menyelesaikan program sarjana dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat peneliti peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, M.M. selaku rector Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa UIN Kiai Haji Achmas Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Fawaizul Umam M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah yang telah memberikan bimbingan terbaik kepada para mahasiswanya.
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I selaku Ketua Program Studi (prodi) Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada mahasiswanya.
4. Bapak Mochammad Dawud S,Sos, M.Sos, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta tenaganya sehingga bisa memberikan arahan serta bimbingan demi terealisasi dan terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Mbak Supianik, S.Pd, M.Pd selaku General Manager (GM) dari K-Radio Jember Jember yang telah mengizinkan saya melangsungkan penelitian ini dan membantu dan memberikan arahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisannya skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga segala amal baik yang telah bapak/ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Jember, 28 Mei 2024

Dwi Sugesti Megamuslimah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Definisi Istilah.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
A. Penelitian Terdahulu.....	16
B. Kajian Teori.....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A. Pendekatan Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian .....	30
C. Subjek Penelitian .....	30
D. Teknik Penelitian .....	31

E. Analisis Data.....	32
F. Keabsahan Data .....	34
G. Tahapan Penelitian.....	35
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	37
B. Penyajian Data Analisis .....	49
C. Pembahasan Temuan .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran-saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memengaruhi dunia penyiaran utamanya radio, yang kemudian memunculkan fenomena baru yakni Konvergensi.

Para ahli sepakat, pengertian umum dari konvergensi media adalah datang bersama-sama dari dua atau hal-hal lebih, walau belum jelas apa yang datang dan hal apa saja yang dimaksudkan Grant dan Wilkinson. Di lain pihak konvergensi dapat dipandang sebagai “datang bersama-sama dari peralatan yang berbeda dan alat-alat untuk memproduksi dan mendistribusikan berita” Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai “aliran konten di *platform* beberapa media”. Jenkins menilai, konvergensi media adalah proses yang berkelanjutan yang tidak boleh dilihat sebagai perpindahan dari media lama, melainkan sebagai interaksi antara bentuk media yang berbeda *platform*.<sup>1</sup>

Burnett dan Marshall, menjelaskan konvergensi sebagai campuran media, telekomunikasi dan industri komputer atau dengan kata lain, sebagai proses mengaburkan batas-batas antara *platform* media yang berbeda dan menyatukan mereka dalam satu sistem digital.

---

<sup>1</sup> Jenkins, Henry, (2006). *Convergence Culture, Where Old and New Media Colide*, New York University Press.

Dari beberapa pengertian di atas, konvergensi berpengaruh dalam hal interaksi antara bentuk-bentuk lama dan media baru. Konsep ini dapat dijelaskan dengan menggunakan contoh industri radio dan pengembangannya selama bertahun-tahun. Ide transisi dari media radio konvensional yang berbasis audio ke media digital berdiri di inti perdebatan konvergensi media. Penggabungan ini membentuk sebuah media baru. Media baru menciptakan produk aplikatif atau beragam, sekaligus fungsi audio dan visual yang bisa diakses melalui internet.

Hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 1,4% pada 2024 dibanding tahun 2023. Secara keseluruhan pada tahun 2024 sebanyak 221,5 juta jiwa atau sekitar 79,5% masyarakat Indonesia dari total 278,6 juta jiwa penduduk Indonesia sudah terhubung ke Internet.<sup>2</sup> Jumlah pengguna internet tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini cenderung beralih atau menggunakan media baru, yakni berbasis internet. Kemunculan internet sebagai media baru membuat beberapa perubahan terhadap media tradisional atau konvensional.<sup>3</sup>

Konvergensi media menjadi salah satu langkah utama yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi radio ditengah banyaknya media baru yang bermunculan. Radio sebagai salah satu media lama memiliki PR serta tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi serta

---

<sup>2</sup> Hasil Survey Profil Internet Indonesia 2024 oleh APJII

<sup>3</sup> Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, Vol. 6 (NO.1): hal.91

bersaing dengan banyak media baru. Internet menjadi pendorong utama tumbuhnya konvergensi media yang memungkinkan menyatunya berbagai ragam media konvensional yang kemudian dapat diakses melalui internet. Situasi ini disebut juga dengan “Era Cyber”.

Memasuki era cyber, masa kejayaan radio pun mulai memudar. Dunia digital telah menguasai hampir seluruh sektor kehidupan manusia, tak terkecuali dalam hal komunikasi. Radio dianggap ketinggalan zaman. Berdasarkan data yang dihimpun oleh APJII, jumlah pengguna internet yang memanfaatkan internet untuk mendengarkan radio masih presentase yang rendah daripada konsumsi konten lainnya di internet.

Radio mampu bertahan ditengah gempuran media baru hingga sekarang, karena radio menjadi garda terdepan dalam penyampaian informasi secara aktual dan faktual. Radio juga mejadi penyalur informasi yang terbebas dari hoax yang sering muncul pada media baru karena proses penyampaiannya langsung dari narasumber dalam bentuk siaran langsung atau rekaman.<sup>4</sup> Radio dalam konvergensi memiliki sifat *Incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.<sup>5</sup>

Menurut James Carey, konvergensi merupakan suatu upaya atau usaha menuju sebuah kontruksi sosial untuk membangun sesuatu, atau

---

<sup>4</sup> <https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35908-menjadi-media-minim-hoax-radio-harus-bisa-manfaatkan-peluang>

<sup>5</sup> Sugiya, A. *Tranformasi Konvergensi Media : Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas*. Universitas Indonesia (2012)

mewujudkan sesuatu yang sebelumnya tidak ada. Kontruksi sosial sendiri menurut James carey dilakukan melalui empat tahapan, yaitu kontruksi, perawatan, perbaikan, dan perubahan.<sup>6</sup>

Merespon hal itu, K-Radio Jember Jember melakukan konvergensi sebagai trobosan baru untuk tetap mengudara dan mempertahankan eksistensi. K-Radio Jember Jember menjadi radio swasta pertama di Jember yang bertransformasi menjadi radio berbasis visual. Bentuk konvergensi atau transformasi yang di lakukan K-Radio Jember diantaranya adalah dengan membuat website yang dapat diakses melalui <https://kradiojember.com>. Penyatuan teknologi informasi dan komunikasi ini menghasilkan formula baru bagi dunia kepenyiaran. Namun transformasi ini belum mampu sepenuhnya menggaet pendengar. Masyarakat sekarang lebih memilih menggunakan sosial media untuk mencari informasi dan hiburan, daripada melalui siaran radio. Selain menggeser pola perilaku manusia, kemajuan teknologi internet pun menyebabkan pesan dan arus balik dapat timbul secara cepat, karena pengirim dan penerima dapat berkamuikasi secara bersamaan dalam lingkungan digital saat ini.

Namun dalam proses transisi menjadi radio digital atau proses konvergensi media, K-Radio Jember mengalami beberapa kendala yang

---

<sup>6</sup> Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, (Jakarta, 2015), *Contruktion Of Social Reality As Thought Movement*, hal. 15

berkaitan dengan pelaksanaan konvergensi pada media radionya. K-Radio Jember mengalami masa terberat pada saat itu

Terdapat beberapa kendala yang dialami K-Radio, yakni terkait kendala teknis/peralatan, kendala yang berkaitan dengan sumberdaya manusia, serta kendala terkait dengan pendanaan atau finansial.<sup>7</sup>

Pada bagian kendala teknis, pada masa awal-awal K-radio memulai proses konvergensi. Pasalnya, device atau peralatan yang mereka gunakan masih merupakan peralatan lama saat masih mengelola radio konvensional. Pihak K-Radio Jember bahkan harus menyewa beberapa peralatan penunjang seperti kamera, mixer hingga transmisi penghubung siaran radio konvensional menjadi radio streaming.

Selanjutnya pada kendala sumberdaya manusia, para crew K-Radio Jember yang masih belum terbiasa menjalankan radio digital atau melakukan konvergensi memerlukan waktu lebih untuk memahami serta pelatihan tambahan untuk mampu mengoperasikan siaran radio yang sudah melakukan konvergensi. Para crew berpacu dengan waktu serta gerak cepat digitalisasi pada saat itu.

Kendala paling utama pada saat proses peralihan dari radio konvensional ke digital adalah terkait finansial perusahaan. Tidak bisa dipungkiri, segala proses yang terjadi selama peralihan memerlukan sokongan dana yang tentu tidak sedikit. K-radio Jember dihadapkan dengan berbagai gejolak yang terjadi di internal mereka.

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Direktur Utama K-radio Jember pada 24 November 2023

## B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa fokus dari penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana Strategi bertahan K-Radio Jember di era siber?
2. Bagaimana konvergensi yang dilakukan K-Radio Jember?

## C. Tujuan

1. Untuk mengetahui strategi K-Radio Jember dalam mempertahankan eksistensinya di era cyber
2. Mengetahui formula apa saja yang dilakukan K-Radio Jember Jember dalam melakukan konvergensi dari radio konvensional menjadi radio visual

## D. Manfaat

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi yang akan di berikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan yang bersifat teoritis dan praktis. Seperti kegunaan bagi penulis dan instansi bagi masyarakat keseluruhan.

1. Secara teoritis

Peneliti diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk memperluas wawasan pengetahuan tentang Kesiapan Radio Merespon Era Cyber, Studi Konvergensi di K-Radio Jember Jember dan mampu menjadi jembatan informasi secara digital serta mampu mempermudah khalayak dalam memperoleh pengetahuan terkait konvergensi media.



## 2. Secara praktis

### a. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pemahaman kepada peneliti tentang Kesiapan Radio Merespon Era Cyber, Studi Konvergensi di K-Radio Jember Jember untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar. Penelitian ini juga sebagai bagian dari study untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

### b. Bagi lembaga yang diteliti

Sebagai bahan evaluasi terhadap Media Radio Merespon Era Cyber serta Studi Konvergensi Media dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar yang selama ini dilakukan oleh K-Radio Jember Jember. Serta dapat di jadikan bahan pembelajaran di masa yang akan datang mengingat pentingnya media radio sebagai salah satu kontrol sosial yang ada di masyarakat.

### c. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi informasi dan Bahasa edukasi. Penjelasan terkait Media Radio Merespon Era Cyber; Studi Konvergensi di K-Radio Jember Jember dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendengar agar khalayak lebih paham dan mengerti strategi serta formulasi, manfaat serta dampak atau pengaruh-pengaruh yang

dirasakan oleh pembaca untuk meningkatkan kualitas media radio dimasa mendatang.

### E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti.<sup>8</sup>

#### a. Radio

Secara estimologi radio menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah “siaran(pengiriman)” suara atau bunyi melalui udara”.<sup>9</sup> Menurut Ton Kertapati, pada dasarnya radio adalah medium untuk bercerita yang dalam permulaannya segala apa yang disiarkan mempunyai bentuk cerita<sup>10</sup> Siaran Radio pada dasarnya merupakan kegiatan penyampaian informasi yang disajikan melalui audio, dengan suara sebagai elemen utamanya. Serta dan dengan suara, membawa imajinasi pada pendengar untuk memvisualisasikan fakta-fakta. Jadi, pada dasarnya, radio merupakan seni memainkan imajinasi melalui perantara kata dan suara.

Sementara menurut Anwar Arifin, radio adalah alat komunikasi massa berupa saluran yang menyalurkan gelombang yang berbunyi dalam bentuk program-program yang teratur dengan isi yang aktual dan meliputi berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat. Salah satu keunggulan dari

<sup>8</sup> Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (UIN Khas Jember Press, 2022)*

<sup>9</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*(Jakarta: Balai Pustaka 1989), Cet. Ke 1, H.179

<sup>10</sup> Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik Pendekatan Teori dan Praktik*, Jakarta: Logos, 1999, h.

medium dengar ini adalah kemampuannya untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan beragam bentuk sajian seperti dramatisasi, diskusi, ceramah atau dialog.<sup>11</sup>

Dapat dikatakan dengan melihat berbagai pernyataan para ahli, radio merupakan suatu teknologi yang dapat menyalurkan gelombang bunyi, serta memiliki karakteristik tersendiri dibanding media massa lainnya, yakni bersifat audial. Suara untuk didengar yang tidak dapat diulang. Penyampaian pesan melalui radio menggunakan lisan atau kata-kata saja. Adapun komunikasi yang berlangsung dari radio ini bersifat satu arah, dimana komunikasi terjadi hanya dari penyiar kepada pendengar, dan penyiar tidak mengetahui tanggapan pendengar. Jadi, pada dasarnya, radio merupakan seni memainkan imajinasi melalui perantara kata dan suara.

#### Sejarah Radio

Radio sebagai media massa elektronik muncul setelah adanya beberapa penemuan teknologi telepon, fotografi, (yang bergerak dan tidak bergerak), dan rekaman suara.<sup>12</sup> Penemuan ini adalah hasil dari ketekunan tiga cendekiawan muda. Salah satunya adalah seorang ahli teori alam berkebangsaan Inggris James Maxwell yang mendapat julukan *scientific father of wirelas* berhasil memecahkan rumus-rumus yang diduga

---

<sup>11</sup> Anwar Arifin, Strategi Komunikasi, (Bandung: ARMICO, 1984), hlm. 81

<sup>12</sup> Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1984), edisi ke-2, h.15

mewujudkan gelombang elektromagnetis pada tahun 1865 ketika ia berusia 29 tahun.<sup>13</sup>

Kemudian pada tahun 1874-1973, Guglielmo Marconi seorang ilmuwan asal Italia menemukan adanya gelombang elektromagnetik yang tak tampak oleh mata dan bergerak lewat udara dengan kecepatan suara. Gelombang tersebut kemudian dimanfaatkannya untuk mengirim sinyal morse atau tanda-tanda dan berhasil melintasi Samudra Atlantik pada tahun 1901. Kondisi inilah yang mendasari lahirnya perangkat yang disebut radio.<sup>14</sup>

#### b. Era Cyber Media

Cyber era adalah sebuah masa dimana perkembangan hubungan antar manusia sudah tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu. Pada era ini, hubungan antar manusia sudah mengandalkan *cyberspace* atau dunia maya dengan mengandalkan kecanggihan jaringan teknologi yang tidak kasat mata.

Kemunculan internet sebagai bentuk komunikasi massa yang paling baru pun membawa pengaruh yang tidak sedikit. Internet telah mengambil peran revolusi komunikasi yang kian kompleks.<sup>15</sup> Dengan hadirnya teknologi internet dunia komunikasi manusia seakan menemukan babak baru dalam kehidupannya. Sehingga para ahli menyebut kondisi ini adalah sebuah revolusi. Meskipun kemajuan tersebut

<sup>13</sup> Onong Unchjana Effendy, *Radio Siaran: Teori dan Praktek*(Bandung: Alumni, 1978),h. 24

<sup>14</sup> Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi* Ed. Revisi, (Kencana, 2018) hal. 2

<sup>15</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 61

masih akan terus berkembang, berdasarkan hal tersebut, sejak hari ini sudah dapat diperkirakan bahwa akan terjadi perubahan yang sangat besar. Khususnya dibidang komunikasi dan bidang-bidang yang memiliki hubungan dengan kecanggihan teknologi khususnya dunia media, utamanya radio.<sup>16</sup>

Munculnya arus baru media massa melalui online ini mampu merubah masyarakat global. Dunia saat ini seolah “tanpa penghalang”. Arus informasi begitu deras menyerbu seluruh umat manusia diberbagai belahan dunia.

Di abad *modern* seperti sekarang, komunikasi telah mencapai pada tingkatan dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak.<sup>17</sup> Kehadiran media massa khususnya yang berbasis internet dan semua pernak pernik yang ada didalamnya telah menjadikan bertambahnya kebutuhan primer sebagian besar masyarakat dunia. Kebutuhan akan informasi melalui media massa menjadi sebuah keharusan yang tidak boleh terlupakan.<sup>18</sup> Hal ini menunjukkan bahwa era *cyber* dengan kecanggihan yang ada didalamnya mempunyai pengaruh begitu kuat dalam aspek kehidupan. Lebih jauh, didalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama, masyarakat *modern* sudah tidak hanya mengandalkan kehidupan nyata tetapi sudah merambah ke dunia maya atau *cyberspace*.

---

<sup>16</sup>Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Media Massa Di Era Cyber* (Volume III Nomor 2, Agustus 2020), h.79

<sup>17</sup>Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 184

<sup>18</sup>Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Media Massa Di Era Cyber* (Volume III Nomor 2, Agustus 2020), h. 85

Dapat dipastikan bahwa hampir seluruh aktivitas masyarakat *modern* terhitung sejak membuka mata usai bangun tidur hingga kembali tertidur lagi telah mengikuti apa yang dilihatnya di media melalui gawainya. Secara tidak langsung semua kehidupan dan tatanan yang ada didalamnya telah dikendalikan oleh media yang bernaung dibawah payung *era cyber*. Sehingga tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan yaitu kehidupan masyarakat dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*)<sup>19</sup>

### c. Konvergensi Media

Pengertian Konvergensi secara harfiah adalah dua benda atau lebih bertemu/bersatu di suatu titik atau pemusatan pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat. Secara umum, konvergensi adalah menyatukan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi (ICTS- Information and Communication Technology and Services).<sup>20</sup>

Konvergensi media juga bisa diartikan sebagai penggabungan sifat-sifat teknologi telekomunikasi konvensional yang bersifat massif dengan teknologi komputer (internet) yang bersifat interaktif. Atau secara sederhana, konvergensi media adalah bergabungnya komunikasi tradisional dengan teknologi modern berupa internet dengan seluruh elemen dan kecanggihan di dalamnya.

Adanya konvergensi menyebabkan perubahan radikal dalam penanganan penyediaan distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk

---

<sup>19</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2008), 160

<sup>20</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Grasindo, 2016), 131

informasi baik visual, audio, data dan sebagainya. Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari bentuk analog ke format digital.<sup>21</sup>

Konsep umum konvergensi mengacu pada tindakan menyatu dan khususnya bergerak menuju persatuan atau keseragaman. Konvergensi dapat diidentikkan dengan kemampuan untuk menyampaikan saluran media yang berbeda melalui satu platform digital. Media penyiaran sebelumnya seperti radio, televisi dan Internet, serta media cetak didistribusikan melalui platform yang berbeda dan terkenal. Saat ini konten menjadi semakin terdigitalisasi apa pun jenis sinyalnya, konten apa pun bisa diubah menjadi bit data yang tidak terdiferensiasi yang menyatu ke dalam platform yang sama.<sup>22</sup>

Dengan demikian, konvergensi media tidak hanya mengacu pada pergeseran teknologi tetapi mencakup perubahan di dalamnya seperti paradigma industri, budaya dan sosial lingkungan kita mencerminkan proses konvergensi dan divergensi media dari keduanya. Konvergensi media mengubah hubungan antara teknologi, industry, audiens, genre, dan pasar. Menurut Rheingold, kemajuan teknologi memungkinkan konvergensi teknologi yang pada gilirannya memiliki “efek samping sosial” dalam kehidupan sehari-hari bahwa “dunia maya, sosail dan fisik bertabrakan menyatu dan berkoordinasi”.

---

<sup>21</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Grasindo, 2016), 134

<sup>22</sup> *Media Convergence Handbook - Vol. 1 Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence*, hal 3, Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2016

Audiens saat ini memainkan peran penting dalam membuat dan mendistribusikan konten, oleh karena itu konvergensi harus dikaji dalam kaitannya dengan perubahan sosial dan teknologi dalam masyarakat. Berkat teknologi baru ini, audiens/konsumen didorong untuk aktif mencari informasi baru dan melakukan personalisasi hubungan antar konten media yang tersebar. Oleh karena itu, diperlukan konvergensi pada perusahaan media untuk memikirkan kembali asumsi yang ada tentang media dari sudut pandang konsumen, karena hal ini tidak hanya mempengaruhi pemasaran tetapi juga keputusan produksi.<sup>23</sup>

Dengan menjamurnya berbagai saluran media dan peningkatan portabilitas telekomunikasi baru serta teknologi komputasi, saat ini telah memasuki era di mana media selalu ada mengelilingi kehidupan. Selain itu, teknologi tidak hanya memberdayakan konsumen mengonsumsi konten dari berbagai sumber tetapi juga berpartisipasi dan berkontribusi dalam produksi konten. Kelebihan pasokan dan komoditas konten media telah menyebabkan penurunan efisiensi bisnis model media tradisional.<sup>24</sup>

Sebagai konsekuensi langsung dari revolusi awal. Pergeseran paradigma digital menganggap media lama semakin tergantikan oleh media baru. Namun, paradigma konvergensi yang muncul saat ini menunjukkan hal baru dan media lama akan berinteraksi dengan cara yang lebih kompleks dari perkiraan sebelumnya. Jenkins melihat konvergensi media sebagai sebuah proses yang berkelanjutan tidak boleh dianggap sebagai

---

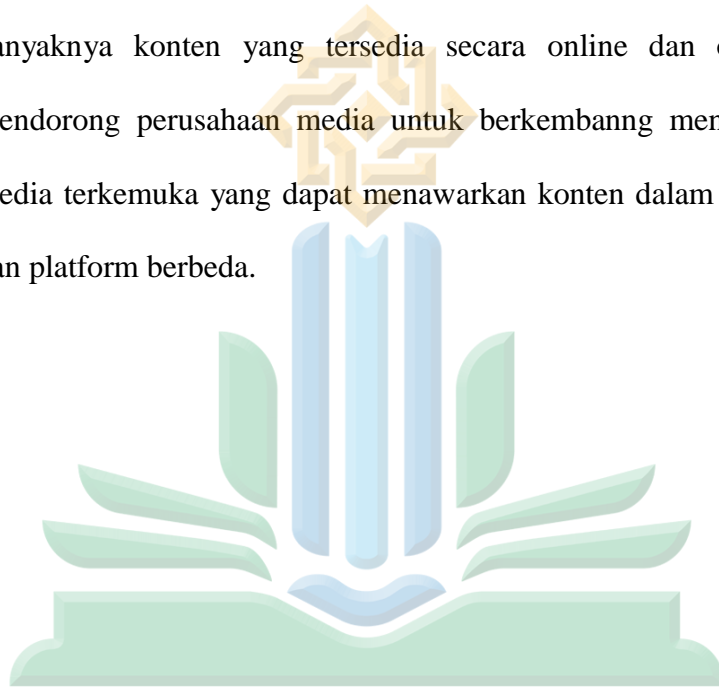
<sup>23</sup> Krumsvik, 2013;Urban & Bodoky, 2013)

<sup>24</sup> Dal Zotto, Dichamp, & Sommer, 2012; McPhillips & Merlo, 2008; Picard,2000; Picard& Dal Zotto, 2006)



perpindahan media lama, melainkan sebagai interaksi antara berbagai bentuk platform media.

Mendukung argumen tersebut, Deuze menyebutkan bahwa konvergensi media harus dipandang sebagai “kerja sama dan kolaborasi” antara bentuk-bentuk media yang sebelumnya tidak berhubungan. Karena banyaknya konten yang tersedia secara online dan offline. Hal ini mendorong perusahaan media untuk berkembang menjadi perusahaan media terkemuka yang dapat menawarkan konten dalam berbagai bentuk dan platform berbeda.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

*Kesaatu*, penelitian terdahulu yang pertama adalah skripsi yang dibuat oleh Bayu Nurullah, Universitas Pasundan Bandung yang berjudul “Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung Tahun 2019. Penelitian itu bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik konvergensi kontinum di Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung pada era konvergensi media. Dalam Konvergensi kontinum ini meliputi lima tahapan, yaitu *cross promotion*, *cloning*, *content sharing*, *coopetition*, dan *Full Convergence*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam praktik konvergensi kontinum telah mencapai tahapan akhir yaitu *full convergence*. Dalam pengembangan produk Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung telah disesuaikan dengan perkembangan teknologi dengan melakukan adaptasi dan mengedepankan karya inovatif serta kreatif.

Perbedaan dengan penelitian penulis terdapat dalam praktik penelitian. Bayu Nurullah menggunakan praktik konvergensi kontinum. Sedangkan peneliti menggunakan konsep dimensi pengembangan Grant & Wilkinson. Pertanyaan penelitian yang digunakan juga berbeda. Serta

Subyek penelitian yang digunakan peneliti adalah radio swasta bukan radio pemerintah.

*Kedua*, penelitian berikutnya merupakan skripsi yang dibuat oleh Miftahurrahmah yang berjudul “Penerapan Konvergensi Dalam Upaya Mempertahankan Pembaca Pada Media Tribun Jambi”. Penelitian tersebut mengangkat penggabungan yang terjadi pada media cetak dan media digital seiring dengan perkembangan era digital.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan konvergensi Tribun Jambi dalam upaya mempertahankan pembaca. Kemudian untuk mengetahui strategi konvergensi Tribun Jambi dalam upaya mempertahankan pembaca. Lalu terakhir adalah untuk mengetahui kendala yang dihadapi Tribun Jambi dalam upaya mempertahankan pembaca.

Penelitian yang dilakukan oleh Miftahurrahmah memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dimana topik yang diangkat sama-sama perubahan konvergensi media konvensional. Perbedaannya hanya nampak dari subjek yang digunakan Miftahurrahmah berbeda dengan penulis, dimana subjek penelitian Miftahurrahmah adalah Tribun Jambi yang notabennya adalah media cetak sehingga membahas konvergensi dengan media baru, sedangkan subjek penelitian peneliti adalah K-Radio Jember Jember yang membahas tentang konvergensi media elektronik dan media baru.

Miftahurrahmah juga menjelaskan bagaimana 5 dimensi konvergensi media menurut Grant dan Wilkinson dan strategi-strategi yang diterapkan oleh Tribun Jambi dalam menjawab tantangan untuk mempertahankan pembaca di era digitalisasi, seperti perubahan sirkulasi distribusi koran Tribun Jambi kepada para pembacanya.

*Ketiga*, penelitian selanjutnya adalah jurnal yang dibuat oleh Khasna' Lathifa dan Ismandianto Tahun 2021 yang berasal dari Universitas Riau dengan judul Jurnal "Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19". Dalam penelitian tersebut, penulis ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya dibawah gempuran era digital serta covid-19.

Penulis mendapati, RRI Pekanbaru telah mengikuti perkembangan zaman dalam mempertahankan eksistensinya. RRI Pekanbaru bahkan tidak segan menggandeng instansi pendidikan baik tingkat kota maupun provinsi untuk menjalin kerjasama. Mereka menggunakan metode pendekatan positif penyiar. Di mana penyiar semakin mudah berinteraksi dengan banyak pendengar dan narasumber. RRI Pekanbaru memanfaatkan segala platform digital diantaranya, aplikasi zoom meeting, youtube streaming serta Instagram.

Perbedaan dengan penelitian yang saat ini ditulis adalah pada konsep yang digunakan. Di mana peneliti menggunakan Konsep

Mediamorfosis Roger Fidler sementara penelitian saat ini menggunakan konsep dimensi pengembangan Grant & Wilkinson.

*Keempat*, adalah skripsi yang ditulis Nurrahma mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2017 dengan judul “Kovergensi dari Media Konvensional ke Digital studi kasus di Harian Ujung Pandang Ekspres”.

Penelitian tersebut menjawab tentang tantangan yang dihadapi surat kabar Harian Ujung Pandang Ekspres dalam melakukan konvergensi media ditengah maraknya penggunaan telepon pintar. Peneliti menemukan, E-Paper menjadi jawaban atas permasalahan tersebut. E-paper dinilai bisa mengikat dan menjangkau pembaca lebih luas lantaran lebih efisien dan bisa diakses dimana pun dengan syarat jangkauan internet yang masih bisa diakses.

Penelitian ini lebih memperdalam tentang proses dan peluang dalam perubahan dari media cetak ke media digital. Yang menjadi subyek penelitian adalah media cetak sedangkan penelitian saat ini adalah meneliti media radio.

*Kelima*, penelitian selanjutnya yang menjadi rujukan penulis adalah skripsi Isnaini Kamilah, Universitas Islam Negeri Kiai Hj Achmad Siddiq Jember, 2022 dengan judul “Konvergensi media cetak lokal radar jember(Studi Kualitatif Deskriptif Jurnalisme Online Radar Jember untuk mempertahankan Eksistensi di tengah media Kompetitor)”.

Penelitian ini bertujuan mengangkat bagaimana media cetak Radar Jember berhasil mempertahankan posisinya sebagai surat kabar terbesar di Kabupaten Jember ditengah persaingan dengan banyak competitor. Peneliti penemuan bahwa Radar Jember memanfaatkan jaringan komunikasi konvergensi yang mereka lakukan. Sehingga menghasikan jaringan antar perusahaan dimana dalam pemanfaatan jaringan ini Radar Jember mampu menghasilkan kemudahan dalam menggali informasi dalam memuat sebuah berita dan memperluas jaringan tayang.

Pada penelitian ini membahas tentang konvergensi media cetak dalam menghadapi kompetitor, sementara penelitian saat ini membahas tentang media konvensional radio menghadapi era cyber untuk terus mempertahankan audiens. Pada penelitian ini menggunakan media cetak sebagai subyek penelitian, sementara peneliti menggunakan media radio.

Tabel Perbandingan

Nama Peneliti	Bayu Nurullah, 2019, Universitas Pasundan Bandung, Repository
Judul Penelitian	Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung
Hasil Penelitian	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Republik Indonesia (RRI) Bandung dalam pelaksanaan Konvergensi kontinun studi sudah mencapai tahapan akhir yaitu full convergence, dalam pengembangan produk Radio Republik.Indonesia.(RRI) Bandung, menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dengan melakukan adaptasi dan mengkedepankan karya inovatif dan kreatif.
Perbedaan Penelitian	Dalam praktik penelitian tersebut, menggunakan praktik konvergensi kontinun. Sedangkan peneliti menggunakan konsep dimensi pengembangan Grant & Wilkinson. Pertanyaan penelitian yang digunakan juga berbeda. Serta Subyek peneltian yang digunakan peneliti adalah radio swasta bukan radio pemerintah.

Persamaan Penelitian	Kedua penelitian ini sama-sama membahas konvergensi media. Teori yang digunakan pun sama, yakni teori Konvergensi Media.
----------------------	--

Nama Peneliti	Miftahurrahman, 2019, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Repository
Judul Penelitian	Penerapan Konvergensi Dalam Upaya Mempertahankan Pembaca pada Media Tribun Jambi
Hasil Penelitian	Pada Penelitian ini, konvergensi diharapkan mampu mempertahankan pembaca, sehingga memiliki strategi bagaimana masyarakat untuk tetap bertahan terhadap surat kabar dan media online Tribun Jambi
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini membahas konvergensi antara media cetak dan media baru, sedangkan penulis membahas konvergensi antara media elektronik dan media baru.
Persamaan Penelitian	Metode dan Teknik pengumpulan data. Kedua penelitian ini juga sama-sama membahas terkait konvergensi media.

Nama Peneliti	Khasna' Lathifa, Ismandianto, 2021, Universitas Riau
Judul Penelitian	Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini adalah diketahui bahwa RRI Pekanbaru dalam mempertahankan eksistensinya di era digitan dan covid-19 adalah dengan mengikuti perkembangan teknologi. Langkah meningkatkan pendengar dilakukan dengan bekerjasama dengan Dinas Pendidikan tingkat Kota maupun tingkat provinsi. Konvergensi yang dilakukan adalah positif penyiar yang semakin mudah untuk berinteraksi dengan banyak pendengar dan narasumber dengan menggunakan aplikasi zoom meeting, youtube

	streaming dan Instagram.
Perbedaan Penelitian	Teori dan objek penelitian yang berbeda. Peneliti menggunakan Konsep Mediamorfosis Roger Fidler sementara penulis menggunakan konsep dimensi pengembangan Grant & Wilkinson.
Persamaan Penelitian	Terletak pada teknik pengumpulan, dan sumber data penelitian. kemudian penelitian ini juga sama-sama membahas mengenai Media Radio di era digital.

Nama Peneliti	Nurrahmah, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017
Judul Penelitian	Kovertensi dari Media Konvensional ke Digital studi kasus di Harian Ujung Pandang Ekspres
Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa e-paper menjadi jawaban atas tantangan dan perkembangan teknologi bagi surat kabar cetak agar tetap eksis di tengah maraknya penggunaan smartphone. E-paper bisa mengikat dan menjangkau pembaca yang lebih luas dengan syarat jangkauan internet masih bisa diakses.
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini lebih memperdalam tentang proses dan peluang dalam perubahan dari media konvensional ke media digital dalam proses perusahaan media. Penelitian ini meneliti media cetak sedangkan peneliti adalah meneliti media radio.
Persamaan Penelitian	Sama-sama membahas tentang kovertensi media. Serta sama-sama ingin mengetahui proses kovertensi yang dilakukan media konvensional menjadi media digital.

Nama Peneliti	Isnaini Kamilah, Universitas Islam Negeri Kiai Hj Achmad Siddiq Jember, 2022
Judul Penelitian	Kovertensi media cetak lokal radar jember(Studi Kualitatif Deskriptif Jurnalisme Online Radar Jember untuk



	mempertahankan Eksistensi di tengah media Kompetitor)
Hasil Penelitian	Hasil penelitian diketahui bahwa Radar Jember mampu bersaing ditengah banyaknya competitor adalah berkat pemanfaatan jaringan komunikasi konvergensi yang mereka lakukan. Sehingga menghasilkan jaringan antar perusahaan dimana dalam pemanfaatan jaringan ini Radar Jember mampu menghasilkan kemudahan dalam menggali informasi dalam memuat sebuah berita dan memperluas jaringan tayang.
Perbedaan Penelitian	Pada penelitian ini membahas tentang konvergensi media cetak dalam menghadapi competitor, sementara penulis membahas tentang media konvensional radio menghadapi era cyber untuk terus mempertahankan audiens. Pada penelitian ini menggunakan media cetak sebagai subyek penelitian, sementara peneliti menggunakan media radio.
Persamaan Penelitian	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

### B. Kajian teori

Pembahasan tentang teori yang di jadikan sebagai perspektif dalam penelitian. Pembahasan terkait teori yang terkait secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperluas wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak di pecahkan sesuai dengan fokus penelitian dan tujuan.<sup>25</sup>

<sup>25</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*(Jember : UIN Khas Jember Press, 2022)

## 1. Konvergensi Media

Kunci terbentuknya sebuah konvergensi adalah digitalisasi. Karena dengan perkembangan yang semakin pesat membuat media lama atau media konvensional harus mampu berubah dan beradaptasi agar supaya mampu bertahan dan berkembang. Media konvensional perlahan menarik diri dan melakukan peralihan ke internet.<sup>26</sup>

Kemajuan teknologi telah secara fundamental mengubah cara industri media beroperasi. Konsumen dan platform media sama-sama telah bergeser secara online dengan kelebihan dan konsekuensinya.<sup>27</sup>

Kehadiran konvergensi media berpengaruh pada perubahan sebuah proses produksi dalam sebuah media, di mana terjadi suatu proses kerjasama untuk mengelola dan menyatukan beberapa *platform* agar tercipta suatu sistem yang terintegrasi secara digital. Tak hanya itu, konvergensi media juga turut andil dalam merubah konsumsi masyarakat dalam bermedia, penyebaran informasi hingga literasi media.

Bagi media konvensional seperti radio, televisi dan surat kabar, konvergensi menjadi suatu hal penting yang perlu diterapkan, mengingat masyarakat yang sudah beralih ke kehidupan digital. Kehadiran internet juga menjadi faktor kuat yang ikut mendorong terjadinya konvergensi media. Hal ini dikarenakan konvergensi media

---

<sup>26</sup> Soekartono, *Konvergensi Media dan Masa Depan Bangsa*, Puslitbangdiklat RRI (Jakarta 2010)

<sup>27</sup> Dr. Jokhanan Kristiyono, *Konvergensi Media, Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*, (Jakarta, Kencana) hal.67

dalam penerapannya merupakan bentuk perkembangan media yang melibatkan banyak faktor teknologi didalamnya. Internet mempermudah khalayak atau konsumen media dalam memilih media mana yang ingin dikonsumsi hanya dengan membuka satu *platform* yang sudah dikonvergensi.

Adanya konvergensi juga menjadikan beberapa media massa konvensional seperti televisi, koran, tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi. Mereka sekarang harus berjuang untuk didengar, dilihat atau dibaca diantara kebisingan informasi online. Namun, media informasi dan publikasi konvensional yang gesit dan menganggap internet merupakan tantangan, maka mereka pasti memiliki peluang sangat besar.<sup>28</sup>

Konvergensi juga mempengaruhi fungsi media khususnya radio yang awalnya sebagai media elektronik berbasis audial, kini mendapat peran ganda yakni juga menjadi media elektronik yang juga berbasis digital.

Grant dan Wilkinson dalam bukunya *Understanding Media Convergence* menyebutkan bahwa konvergensi media meliputi beberapa dimensi dasar, yaitu:

a. Konvergensi Teknologi

Perkembangan teknologi yang menjadi kunci dasar konvergensi media adalah teknologi digital dan jaringan computer.

---

<sup>28</sup> Dr. Jokhanan Kristiyono, *Konvergensi Media, Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*, (Jakarta, Kencana) hal.70

Perkembangan teknologi memberikan ruang bagi manusia untuk terus berinovasi. Konvergensi media selalu beriringan dengan perkembangan teknologi yang bersifat dinamis. Kecenderungan sistem teknologi yang berbeda-beda berevolusi menuju pelaksanaan tugas serupa karena digitalisasi.

b. Konten Multimedia

Pada tahap ini, media konvensional akan mengalami perubahan menuju bentuk digital sehingga menciptakan cyberspace, seperti pengelolaan newsroom dan website contohnya pada media konvensional radio yang fungsi utamanya menyebarkan berita dan informasi yang hanya dapat didengar melalui suara sepiintas kini beralih ke bentuk *streaming* online dan menciptakan ruang tersendiri serta dapat menyajikan informasi berita tersebut dalam bentuk konten melalui jejaring sosial sehingga tidak hanya mampu di dengar tetapi juga bisa dilihat oleh para pendengarnya. Konten ini bisa disajikan dalam sebuah media digital, bisa berupa teks, gambar bahkan video. hal ini bertujuan pula untuk memperluas jangkauan pendengar sehingga dinilai dapat menguntungkan.

Dengan memperkaya produk telekomunikasi seperti internet akses atau komunikasi suara dengan konten. Konvergensi tingkat produk atau konten dapat mengarah pad akonvergensi tingkat bisnis ketika perusahaan menyadari bahwa akan lebih menguntungkan jika mengintegrasikan konvergensi bidang usaha

baik di dalam perusahaan maupun melalui kerjasama dengan pihak luar.

c. Kolaborasi

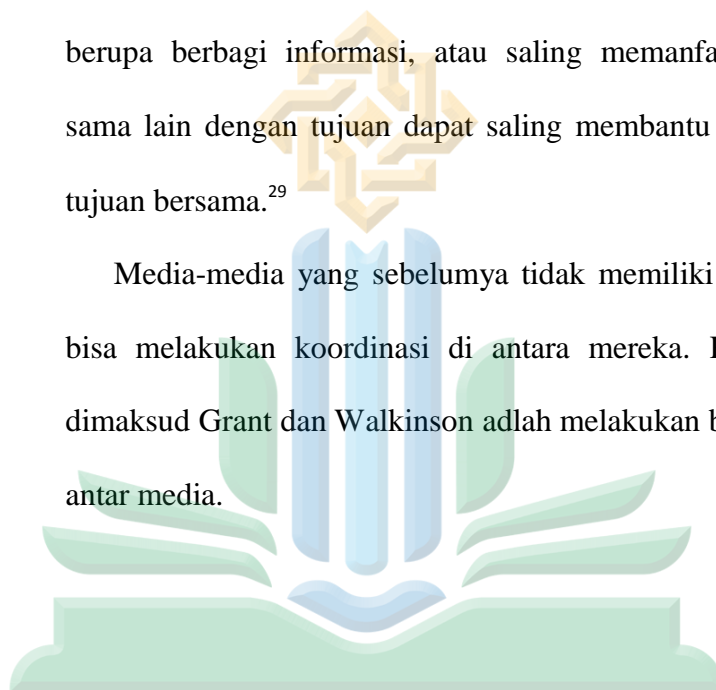
Kolaborasi merupakan kerjasama yang terjalin dengan media yang berbeda atau perusahaan luar yang dapat saling membantu serta tentunya menguntungkan antara satu sama lain. Menurut Dr. drs. Choirul Shaleh, M.Si. kolaborasi berasal dari kata “co” dan “labor” yang berarti sebagai penyatuan tenaga atau meningkatkan kemampuan yang dimiliki secara bersamaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan bersama. Dimensi kolaborasi ini merupakan dimensi yang berasal dari konvergensi media yang berfokus kepada konten yang disuguhkan. kerjasama antar lini platform media membagikan konten yang telah produksi bersama sehingga platform lain juga dapat menggunakan konten tersebut pada platformnya.

Grant dan Wilkinson menegaskan bahwa kolaborasi yang terjadi di antara beberapa media seharusnya menimbulkan sifat simbiosis mutualisme. Yang seharusnya saling menguntungkan kedua belah pihak. Kolaborasi dan kerjasama dapat juga dilakukan beberapa kali tergantung pada kesepakatan antar pihak yang berkolaborasi.

d. Koordinasi

Koordinasi merupakan dimensi konvergensi yang mengartikan bahwa suatu lembaga atau perusahaan media baik antar pekerja atau lintas divisi didalamnya dapat saling bekerjasama dengan membangun komunikasi walaupun setiap pekerja memiliki tugas masing-masing. Konvergensi yang dilakukan dalam hal ini dapat berupa berbagi informasi, atau saling memanfaatkan fitur satu sama lain dengan tujuan dapat saling membantu untuk mencapai tujuan bersama.<sup>29</sup>

Media-media yang sebelumnya tidak memiliki kerjasama, juga bisa melakukan koordinasi di antara mereka. Koordinasi yang dimaksud Grant dan Walkinson adalah melakukan berbagi peliputan antar media.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>29</sup> Grant A. E. & Wilkinson, J. S. (2009), *Understanding Media Convergence: The State Of The Field*, NY: Oxford University Press

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono Pengertian metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia.<sup>30</sup>

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif sendiri adalah metode penelitian yang berdasarkan dengan filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, sehingga pada penelitian ini hanya disuguhkan data berupa narasi.

Pendekatan kualitatif deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah dimana peneliti memposisikan diri sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif adalah lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

---

<sup>30</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D" (Bandung : Alfabeta.2014)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data secara rinci, dan mengandung makna. Membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, akurat mengenai fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki dengan banyak penajaman.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah kantor K-Radio Jember Jember. Alasan memilih lokasi penelitian tersebut adalah karena setelah dilakukan riset, peneliti menilai lokasi tersebut sangat sesuai dengan apa yang peneliti inginkan. Selain itu, K-Radio Jember Jember juga merupakan radio swasta pertama di Jember yang melakukan konvergensi media. Hal ini menjadikan K-Radio Jember sebagai pelopor konvergensi media radio di Kabupaten Jember sehingga sesuai dengan fokus penelitian dan layak untuk diteliti.

## **C. Subjek Penelitian**

Penentuan subjek penelitian yang digunakan adalah purposive, yaitu penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai yang dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Menurut Sugiyono, penentuan sumber data pada narasumber yang akan diwawancarai dilakukan secara purposive yaitu dipilih dengan pertimbangan tertentu.<sup>31</sup> Oleh karena itu, penulis memilih dengan menetapkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang harus dipenuhi oleh informan yang digunakan dalam penelitian ini.

---

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 216



1. Direktur Utama K-Radio Jember Jember
2. Stasion Manager K-Radio Jember Jember
3. Penyiar K-Radio Jember Jember
4. Tim Marketing K-Radio Jember Jember

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar daya yang ditetapkan.<sup>32</sup>

##### **1. Observasi**

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan terhadap situasi yang meliputi lokasi, aktivitas dan perilaku.<sup>33</sup> Berdasarkan penjelasan diatas, maka tempat yang menjadi subjek penelitian oleh peneliti adalah Kantor K-Radio Jember Jember.

##### **2. Wawancara Tidak Terstruktur**

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.

---

<sup>32</sup> Ibid, 224

<sup>33</sup> Ibid, 226

Pedoman yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>34</sup>

Peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur karena peneliti ingin mendapatkan informasi dan data dengan sebebasmungkin tanpa ada pedoman yang digunakan tetapi tidak keluar dari garis besar permasalahan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Peneliti menggunakan dokumentasi karena peneliti ingin mendapatkan kebenaran yang diteliti melalui berbagai dokumentasi yang ditetapkan dalam penelitian.

### E. Analisis Data

Pada bagian ini diuraikan bagaimana prosedur analisis data yang hendak dilakukan sehingga memberikan gambaran bagaimana peneliti akan melakukan pengolahan data seperti proses pelacakan, pengaturan, dan klasifikasi data yang akan dilakukan.<sup>35</sup>

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban narasumber. Bila jawaban dirasa belum memuaskan,

---

<sup>34</sup> Ibid, 140

<sup>35</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*(Jember : UIN Khas Jember Press, 2022)

peneliti dapat melanjutkan pertanyaan sampai tahap tertentu dan diperoleh data yang kredibel.<sup>36</sup>

Adapun tahapan analisis data Kualitatif adalah sebagai berikut:

#### 1. Kondensasai Data

Kondensasi data berkaitan dengan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstrak dan transformasi data yang muncul dalam korpus (bahan) catatan lapangan. Kondensasai membuat data lebih kuat. Kondensasi terjadi terus menerus sepanjang penelitian yang berorientasi kualitatif. Sebelum data benar-benar dikumpulkan, kondensasai data partisipatif terjadi ketika peneliti memutuskan kerangka kerja konseptual, kasus mana, pertanyaan mana dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilih saat pengumpulan data berlanjut.

Adapun episode selanjutnya dari penulisan kondensasai data adalah: penulisan ringkasan, pengkodean, pengembangan tema, pembuatan kategori dan penulisan memo analitik. Proses kondensasi/transformasi data berlanjut setelah kerja lapangan selesai, sampai laporan akhir selesai. Kondensasi data adalah analisis yang menajamkan, dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 246

<sup>37</sup> Mathew B.Milles & A, Michael Huberman, *Qualitative dan Analysis A Methods Sourcebook* (American: Sage Publication, 2014), 12

## 2. Penyajian data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagian, hubungan antar kategori atau dengan teks yang bersifat naratif. Penyajian data yang baik merupakan suatu cara yang utama sebagai analisis kualitatif yang valid.

## 3. Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan menurut Milles dan Huberman merupakan kesimpulan awal yang di kemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditentukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa gambaran berupa deskripsi suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi lebih jelas.

## F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan satu dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi kualitas penelitian. maka hal yang perlu dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik triangulasi data (gabungan data). Triangulasi data sendiri adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan data dari sumber data yang telah ada.<sup>38</sup> Triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 83

berbagai cara dan berbagai waktu. Maka terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi teknik bertujuan untuk menguji kredibilitas suatu data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data-data yang telah diperoleh dari sumber data seperti hasil arsip, wawancara maupun dokumen lainnya.

#### 2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas suatu data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang diperoleh dengan sumber sama menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dari hasil observasi kemudian dicek dengan wawancara.

#### 3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara dipagi hari saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih kredibel. Untuk harus dilakukan pengecekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu dan situasi yang berbeda sampai mendapat data yang kredibel.

### **G. Tahapan-tahapan Penelitian**

#### 1. Tahap Pra-Lapangan atau Persiapan

Pada tahap ini peneliti melakukan persiapan sebelum terjun ke lapangan dengan mempersiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan-

pertanyaan yang akan diberikan pada informan, melakukan observasi atau melakukan penjadwalan wawancara dengan informan terlebih dahulu.

## 2. Tahapan proses lapangan/Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti mengunjungi lokais penelitian lalu memberikan lembar persetujuan kepada pihak informan untuk melakukan penelitian dan bertanya terkait kesedian narasumber menerima dan bersedia untuk diwawancarai. Dalam prosesnya, peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan dan foto bersama informan.

## 3. Tahap Analisis Data

Pada proses ini, peneliti melakukan transkrip hasil wawancara, menyusun data yang terkumpul secara sistematis agar dapat dipahami oleh khalayak.

## 4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan menjadi tahap terakhir di mana peneliti akan membuat laporan hasil kesimpulan selama proses dilapangan yang kemudian akan disajikan dalam bentuk teks nartif, laporan ini akan disajikan dalam bentuk skripsi.

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Obyek Penelitian**

##### **1. K-Radio Jember Jember**

###### **a. Sejarah K-Radio Jember Jember**

K-Radio Jember merupakan stasiun radio pertama di Tapal Kuda yang merambah segala platform digital (Multiplatform) dan siaran Live dengan format news, music dan entertainment. Dengan format ini mengantarkan K-Radio Jember tetap eksis dan menjadi pilihan sumber informasi masyarakat Jember, khususnya kalangan masyarakat menengah keatas yang menysar pendengar di kendaraan dan perkotaan, K-Radio Jember Jember berusaha menjadi rujukan hiburan dan ruang kreasi melalui program-programnya yang menarik dan kreatif.<sup>39</sup>

Keterbukaan dan transformasi teknologi akan menjadi warna baru yang akan menjadi daya tarik tersendiri bagi radio untuk dapat survive di Era Digital melalui inovasi dan pengembangan kemasan radio di era disrupsi saat ini. Menjalin Kolaborasi dan sinergitas dengan para steakholder dan swasta menjadi salah satu cara K-Radio Jember Jember bertahan sampai saat ini.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Hasil wawancara dengan direktur K-radio Jember, 23 November 2023

<sup>40</sup> Hasil temuan dalam company profile K-radio Jember, diakses 23 November 2023

Konvergensi media menjadi kunci utama stasiun penyiaran ini mampu bertahan bahkan di era *cyber* seperti saat ini. K-Radio Jember telah melihat hal tersebut sebagai sebuah bentuk pertahanan paling sesuai. Berangkat dari hal tersebut, K-Radio Jember telah menyajikan siaran radio secara visual yang menampilkan secara realtime situasi siaran dan kondisi di ruang siar yang dapat ditonton. Siaran K-Radio Jember dapat diakses melalui beberapa platform digital, yakni melalui *website* [www.K-Radio\\_Jemberjember.com](http://www.K-Radio_Jemberjember.com), media sosial Instagram di @kradiojember, kanal Youtube K Radio Jember, serta media sosial facebook, Tiktok, Spotify di @kradiojember.<sup>41</sup>

Sepak terjang K-Radio Jember diawali pada 1960 atau setengah abad yang lalu, proses perjalanan yang panjang dengan dinamika perubahan jaman dan teknologi. Direktur K-Radio Jember, Supianik menjelaskan sejarah panjang yang telah dilewati K-Radio Jember, dimulai dari radio amatir milik seorang tentara bernama Karno yang memiliki hobi musik keroncong. K-Radio Jember sendiri semula bernama Radio Kartika, siaran atau kontennya lebih banyak lagu-lagu keroncong.<sup>42</sup>

Namun, karena ketidakmampuan keluarga penggagas dalam mengelola manajemen radio, Radio Kartika akhirnya berpindah kepemilikan. Sehingga pada tahun 2016 PT. Radio Suara Kartika secara resmi menggunakan nama udara K-Radio Jember dengan badan

---

<sup>41</sup> Hasil temuan dalam company profile K-Radio Jember, diakses pada 23 November 2023

<sup>42</sup> Hasil wawancara direktur K-Radio Jember, 23 November 2023



usaha yang sama. Selain mengubah nama udara, K-Radio Jember juga mengubah format *branding* serta konten. Oleh karenanya, segmentasi yang pada awalnya menasar kaum menengah ke bawah, mulai menasar para kaum menengah ke atas hingga saat ini.<sup>43</sup>

Berbeda pada saat bernama Kartika Radio, K-Radio Jember memiliki target dan *positioning* kelompok di usia 25 tahun hingga 45 tahun yang berdomisili di kawasan perkotaan dengan *Tagline: Sound of Knowledge*

#### **b. Program K-Radio Jember Jember**

Adapun program *on-air* di K-Radio Jember Jember terangkum dalam beberapa program reguler yang berisifat tetap dan program khusus yang beraifat tentatif.

##### a) K-Perspektif

Daily program ini menyajikan informasi aktual, dialog interaktif dan ruang partisipasi pendengar untuk mengabarkan peristiwa dan serba serbi pelayanan public. Acara ini juga diselengi oleh lagu pop hits mancanegara dan dalam negeri. K-Perspektif hadir tiap Senin-Jumat tayang dalam tiga sesi yakni pagi pukul 06.00-11.00, siang pukul 13.00-17.00, dan malam pukul 18.00-21.00.<sup>44</sup>

##### b) K-Live Report

Laporan langsung dari reporter K-Radio Jember di lokasi kejadian, peristiwa, kegiatan penting, atau perkembangan terkini

<sup>43</sup> Wawancara General Manager K-Radio Jember Jember, 25 April 2024

<sup>44</sup> Company Profile K-Radio Jember, diakses 25 April 2024

penangkapan dan pemeriksaan tersangka kasus korupsi di Gedung KPK Kuningan Jakarta & Informasi eksklusif seputar parlemen dari Gedung DPR RI Senayan, setiap jamnya. K-Live Report hadir setiap hari dengan tiga sesi. Pagi pukul 06.00-11.00, Siang 13.00-17.00, dan malam pukul 18.00-21.00<sup>45</sup>

c) Easy K-Music

Memutarakan lagu lagu pilihan pendengar serta informasi ringan dari Broadcaster menemani setiap malam pendengar . Pendengar diberikan ruang interaksi bersama broadcaster melalui nomor whatsapp official K-Radio Jember Jember.hadir Setiap hari Sabtu-Minggu pukul 16.00-17.00.<sup>46</sup>

d) Radiologi-K

Program ini merupakan program baru K-Radio Jember berupa intimate live music session dan talkshow. Program ini akan mendatangkan musisi lokal (no-major label) saat berbincang terkait perkembangan music indie. Radiologi-K hadir setiap hari Minggu pada pukul 19.00-20.00.

e) K-Talkshow

Program dialog interaktif dengan narasumber yang tangan menjadi perbincangan baik dalam ranah politik, kesehatan, perempuan, dan bidang lainnya. Dikemas dalam program K-News Maker Rabu

<sup>45</sup> Company Profime K-Radio Jember, diakses 25 April 2024

<sup>46</sup> Company profile K-Radio Jember, diakses 25 April 2024

pukul 14.00-15.00, K-Psikologi setiap Kamis pada pukul 16.00-17.00 serta ladies Corner setiap hari Jumat pukul 16.00-17.00<sup>47</sup>

**c. Visi Misi K-Radio Jember Jember**

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam meningkatkan perusahaannya, yang dapat dicapai melalui aktivitas kerja yang diwujudkan secara optimal oleh seluruh sumberdaya yang ada di dalam perusahaan tersebut. Sesuai Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, yakni penyampai informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertaint*), serta melakukan pengawasan sosial (*social control*). K-Radio Jember memiliki visi menyajikan konten program yang paling kreatif, sedangkan misi K-Radio Jember adalah melayani publik dengan siaran yang berkualitas tinggi, mencerdaskan, menghibur dan mampu mendorong terciptanya upaya-upaya perubahan agar segala aspek kehidupan masyarakat menjadi lebih baik.<sup>48</sup>

**d. Frekuensi**

Siaran K-Radio Jember Jember mengudara di frekuensi 102.9 FM yang dapat diakses secara audio streaming pada beberapa platform radio nasional.

**e. Struktur Organisasi K-Radio Jember Jember**

**1) Direktur**

<sup>47</sup> Company Profile K-Radio Jember, diakses 25 April 2024

<sup>48</sup> Agus Alnul Yaqin, Jurnal Mediamorfosis K-Radio Jember Jember di Era New Media, 2022

Kedudukan direktur dalam organisasi adalah memimpin, mengelola dan mengendalikan semua lini atau aktifitas operasional produksi yang terdiri dari *On-Air* dan *Off-air* program, beserta *staff* dan *crew*.

Adapun tugas dan tanggungjawab direktur antara lain:

- a) Memberikan rekomendasi, masukan konstruktif dan saran timbang pemikiran untung ruginya tindakan/kebijakan yang diambil oleh perusahaan, umumnya hal ini dilakukan untuk tujuan, citra dan kemajuan perusahaan, khususnya untuk hal yang berkaitan dengan kepentingan program atau produksi
- b) Merekomendasikan tujuan dan target kerja direktorat produksi, untuk dipakai sebagai landasan kerja
- c) Mengorganisasi, mengendalikan dan mengawasi semua aktivitas pekerjaan yang ditangani direktorat produksi dan jajarannya.
- d) Menyusun rencana program dan pola kerja direktorat produksi beserta bagian di bawahnya atas dasar tujuan dan target kerja perusahaan, per satuan waktu
- e) Membangun kearah pengembangan struktur organisasi direktorat produksi untuk mencapai tujuan perusahaan serta menyediakan sistem penilaian kerja staf direktorat produksi.
- f) Memberikan evaluasi dan pengarahan kepada semua unsur pelaksana di direktorat produksi, baik secara langsung maupun

melalui forum rapat yang diselenggarakan secara tertib dan teratur per satuan waktu.

- g) Mengayomi dan menegakkan segala bentuk aturan dan tata tertib perusahaan kepada semua jajaran staf atau sumberdaya manusia dibawahnya.<sup>49</sup>

## 2) Station Manager

Adapun tugas dan tanggung jawab station manager antara lain:

- a) Bertanggung jawab secara penuh kepada semua pelaksana program atau acara radio siaran yang sudah disepakati dan disahkan sesuai dengan visi dan misi perusahaan
- b) Bertanggung jawab secara langsung untuk mengawasi kinerja bagian *music director*, produser, divisi redaksi dan *public relation* agar melaksanakan kerja secara maksimal, professional, tepat waktu dan sesuai dengan *Standard Operating Procedure (SOP)*
- c) Membuat startegi kreatif program serta memberikan otoritas penuh kepada bagian-bagian yang telah disebutkan agar menjalankan operasional pekerjaan program on-air dengan target menghasilkan tujuan sebagai radio dengan program acara yang paling banyak pendengarnya dibandingkan radio lain

<sup>49</sup> Company Profile K-radio Jember, diakses 25 April 2024

- d) Memberi masukan atau usulan program yang harus dijalankan kepada produser
- e) Membagi tugas sesuai dengan jobdeks masing-masing dengan membuat sistem kerja yang efisien, praktis dan terkontrol.<sup>50</sup>

### 3) Penanggungjawab Bidang Usaha

- a) Merancang, mengatur strategi dan melaksanakannya bersama dengan team marketing yang ada.
- b) Melakukan penetrasi pasar secara optimal dengan memperhatikan positioning dan station image
- c) Mengorganisasai tim bidang marketing dan sales
- d) Merencanakan dan menyusun strategi penjualan sampai pada tingkat pencapaian secara konseptual.
- e) Menciptakan, mengembangkan dan mengelola sales format terutama setelah menganalisis pasar potensial (Tradisional dan non tradisional)
- f) Berupaya mencapai target penjualan/stasion billing goal.<sup>51</sup>

### 4) Marketing dan Sales

Melaksanakan segala bentuk aktivitas procedural, berdasarkan kertas kerja, sistem pelaporan dan senantiasa mengacu pada fungsi pelayanan. Adapun tugas pokok dari marketing dan sales adalah sebagai berikut

<sup>50</sup> Company profile K-Radio Jember, diakses 25 April 2024

<sup>51</sup> Company profile K-radio Jember, diakses 25 April 2024

- a) Terlibat langsung dalam team kerja departemen marketing/sales
- b) Menghadiri dan mengikuti secara aktif sales meeting secara periodic dan kontinyu
- c) Berusaha melampaui standart minimal persyaratan kinerja team marketing
- d) Mengutamakan prioritas penjualan, penekanan fokus aktivitas, sebagai acuan kerja utama
- e) Mengikuti dan mencermati ragam penjualan, sponsorship, packages, retailing, sales, promotion disamping adlibs dan komersial spot.<sup>52</sup>

#### **5) Penanggungjawab Bidang administrasi/ Keuangan**

Bidang ini bertugas memastikan kegiatan administrasi keuangan yang merupakan pwnopang kelancaran operasional, serta terkoordinasi dengan baik. Tugas pokok bidang ini antara lain :

- a) Menyusun rencana kas perusahaan /cash flow
- b) Melaksanakan pembinaan administrasi keuangan perusahaan.
- c) Mengelola keuangan perusahaan dengan cara yang tepat agar operasional perusahaan dapat dibiayai dengan lancar
- d) Mengawasi dan memastikan kebenaran/keabsahan penerimaan dan pengeluaran harta perusahaan.

<sup>52</sup> Company profile K-Radio Jember. Diakses 25 april 2024

## 6) Penanggungjawab Siaran

Pada dasarnya tugas penanggungjawab siaran adalah menyusun rinci seluruh program harian, program mingguan, program bulanan maupun yang lain-lain yang berhubungan dengan aktivitas off air, serta pengaturan penyelenggaraannya meliputi *scheduling* sampai ke eksekusinya. Adapun uraian tugas dari bidang ini diantaranya :

- a) Bertanggungjawab atas konsisten terjaganya format siaran.
- b) Memantau air product quality dan peran radio sebagai media massa
- c) Mewasapadai competitor, mengambil sikap dan mengantisipasi bila dirasa perlu
- d) Aktifitas on air mengakomodasikan aktivitas off air serta koordinasi dengan depaartemen lain.
- e) Ikut memacu kinerja redaktu music serta redaktur berita.
- f) Melakukan supervise dan mencermati kinerja staff dibawahnya dan kualitas bunyi.<sup>53</sup>

## 7) Penyiar

Bertanggungjawab atas kelancaran operasional siaran harian yang berkaitan dengan tugas kepenyiaran. Mengakomodasikan materi materi siar sampai ke audiens dengan kesadaran tinggi untuk melaksanakannya secara antusias, ekspresif, cermat, rapi, indah menawan sesuai dengan guidense yang diberikan oleh penja siaran.

<sup>53</sup> Company profile K-radio Jember, diakses 25 April 2024



Adapun uraian tugas dari bidang ini antara lain :

- a) Melakukan tugas dan tanggungjawab sebagai penyiar sebagaimana jadwal yang telah diatur
- b) Memastikan bahwa kualitas modulasi siaran, mixing, pemutaran pemutaran iklan hingga kelangsungan tayangan acara sesuai konsep dan standart siaran
- c) Menjaga konsistensi air personality, positioning dan gaya siaran yang komunikatif akrab, cerdas dan ekspresif.
- d) Membuat laporan kegiatan yang dilakukan secara periodic
- e) Mengikuti rapat mingguan programming dan general meeting.

#### **8) Penanggungjawab Bidang Berita**

Bidang ini bertugas atas kelancaran pemasokan atau pelaporan berita sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan atau disepakati.

Adapun uraian tugas bidang ini antara lain :

- a) Membuat laporan kegiatan yang dilakukan secara periodic
- b) Melakukan tugas dan tanggungjawab sebagai pemasok informasi reporter dan penyaji berita dan ikut megamati kualitas modulasi siaran
- c) Memelihara dan mengemabngkan hubungan yang telah terjalin secara komunikasi koordinasi integral dengan semua devisi perusahaan, untuk mempertahankan positioning program.

- d) Menyusun, merekam, membuat dan menyiarkan berita sebagaimana program yang telah ditetapkan.<sup>54</sup>

### 9) Reporter

Adapun tugas pokok dari reporter diantaranya :

- a) Berkonsultasi dan menerima pengarahan dari penanggungjawab berita.
- b) Melakukan tugas dan tanggungjawab sebagai reporter dan menyaji berita. Dan ikut serta mengamati kualitas modulasi siaran.
- c) Membuat laporan kegiatan yang dilakukan secara periodic kepada penanggungjawab Berita.
- d) Menjalin komunikasi yang baik dengan sumber-sumber berita dengan memperhatikan standart professional jurnalis
- e) Menyusun, merekam dan menyajikan berita dari hasil liputan di lapangan

### 10) Penanggungjawab Bidang teknik

Bertanggungjawab penuh kepada direktur melalui Station Manager memastikan kesempurnaan fungsi dan kualitas aspek teknis siaran berjalan sebagaimana mestinya. Adapun uraian tugas dari bidang ini antara lain :

- a) Melakukan kontrol dan pengawasan terjadwal dan incidental kesemua alat siar dan pendukungnya

<sup>54</sup> Company profile K-Radio Jember, diakses 25 Apri 2024

- b) Melakukan koordinasi dengan bagian siaran dan pemberitaan jika memerlukan pengaturan dan fasilitasi khusus siaran
- c) Melakukan perbaikan atau memberi solusi penanganan gangguan peralatan
- d) Bertanggungjawab kepada direktur melalui Station Manager tentang tugas dan tanggungjawab sebagai penanggungjawab teknik.<sup>55</sup>

## **B. Penyajian Data dan Analisis**

Peneliti menyajikan sebuah data terkait dengan apa yang menjadi suatu konteks penelitian atau rumusan masalah. Dalam hal ini peneliti menyajikan sebuah data yang memiliki relevansi dengan kebutuhan data yang mampu menjawab berbagai persoalan dan pertanyaan yang telah diajukan. Dengan tujuan memudahkan proses penyajian data dan berbagai jenis indikator untuk di masukkan sesuai dengan data pada masing-masing rumusan masalah.

### **1. Awal mula konvergensi**

K-Radio Jember Jember tidak serta merta langsung melakukan konvergensi. Terdapat tahapan serta langkah yang mereka tempuh sebelum akhirnya memutuskan melakukan konvergensi. Terdapat beberapa pihak yang terlibat dan turun langsung dalam perumusan strategi konvergensi yang dilakukan K-Radio Jember Jember. Meskipun tidak menyebutkan secara mendetail, General Manager

<sup>55</sup> Pedoman dan Struktural K-Radio Jember 2023

(GM) K-Radio Jember Jember, Supianik, menyebut bahwa hampir seluruh crew terlibat didalamnya. Perempuan yang karib disapa Anik itu mengaku, pihaknya sangat menyadari bahwa perubahan adalah sesuatu yang pasti akan datang. Sejak 2016, Anik dan timnya telah mempersiapkan diri untuk melakukan perubahan besar itu. Terlebih berubah dari media radio konvensional menjadi media digital yang mengikuti perkembangan zaman dengan melakukan konvergensi media.

a) Tahap perencanaan

Pada tahap ini, K-Radio Jember Jember melakukan riset mendalam tentang apa itu konvergensi media. Mulai dari tahapan, dinamika, implementasi sampai manajemen resiko yang akan dihadapi oleh K-Radio Jember Jember. K-Radio Jember Jember melakukan survey pendengar dan menggandeng instansi/lembaga survey swasta untuk mengetahui selera pasar, hingga jangkauan pendengar.<sup>56</sup>

b) Tahap Persiapan

Setelah mengetahui selera serta jangkauan pendengar, K-Radio Jember Jember kemudian meramu strategi konvergensi yang akan mereka terapkan. K-Radio Jember melakukan pembredelan terhadap isi konten serta merambah dunia digital untuk

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan direktur K-Radio Jember, 25 April 2024

menjangkau pendengar yang lebih luas. Tentunya dengan banyak melewati banyak percobaan dan masalah.

c) Tahap Implementasi

Setelah *trial and error*. Pada tahap ini, K-Radio Jember Jember mulai melancarkan strategi konvergensi yang telah disepakati. K-Radio Jember Jember mulai merambah ke sosial media seperti *website, youtube, Instagram*, serta laman *facebook* dalam penyebaran konten-konten yang di produksi. Tentu saja, peralihan tersebut bukanlah hal yang mudah. K-Radio Jember perlu penyesuaian untuk beradaptasi dengan konvergensi media yang sedang dilakukan. Kerjasama serta dukungan dari seluruh crew menjadi kunci utama terlaksananya konvergensi media di K-Radio Jember sampai hari ini.<sup>57</sup>

## 2. Konvergensi Media Di K-Radio Jember Jember

Konvergensi media yang dilakukan K-Radio Jember tentunya memberi dampak terhadap beberapa hal mendasar. Seperti jumlah pendengar, jangkauan pendengar, cara berkomunikasi dengan pendengar hingga berpengaruh pada banyaknya jumlah iklan yang masuk ke K-Radio Jember Jember. tentu ada perbedaan signifikan dari sebelum hingga saat ini konvergensi dilakukan. Radio yang memiliki sifat dasar komunikasi satu arah atau teristrial, kini bersifat

---

<sup>57</sup> Hasil wawancara direktur K-radio Jember, 25 April 2024

lebih interaktif dan bisa melakukan komunikasi dua arah bahkan multiarah.

Hal itu lantaran, kini penyebaran konten dilakukan secara masif di beberapa platform secara bersamaan sehingga menimbulkan reaksi berbeda pada tiap platformnya. Misalnya saja pada media Instagram. Para pendengar atau viewers atau followers bisa melakukan interaksi dengan penyiar bahkan pada konten yang diproduksi dan dibagikan melalui kolom komentar dan fitur *mention*. Nantinya, admin social media atau yang bertanggungjawab terhadap isi konten yang dibagikan melalui laman Instagram bisa memilih untuk membalas dan berinteraksi atau dengan followers atau justru mengabaikan dan mematikan kolom komentar.

a. Radio Terrestrial

Radio terrestrial atau radio lebih dikenal sebagai radio konvensional di K-Radio Jember Jember telah mengalami konvergensi. Adapun dampak dari konvergensi media yang dilakukan K-Radio Jember terhadap siaran konvensional yang telah lama dilakukan adalah adanya interaksi yang lebih intens antara pendengar dengan penyiar. Penyiar dituntut untuk lebih proaktif berinteraksi dengan pendengar lantaran siaran bisa dilihat dan diakses melalui online. Komunikasi yang terjalin pun berubah dari yang awalnya hanya satu arah, kini menjadi bentuk komunikasi dua arah.

b. Website

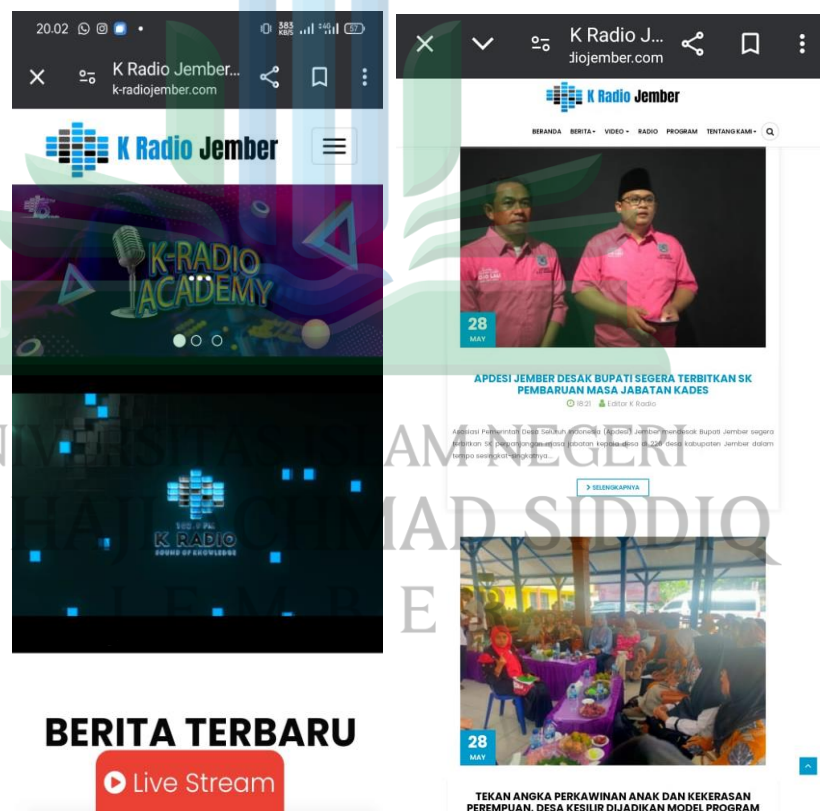
Konten di K-Radio Jember Jember bisa diakses melalui media website di <https://K-Radio Jemberjember.com>. Selain konten berita dengan jangkauan lokal seperti Jember dan Nasional. Berita dan artikel terangkum dalam rubric seperti politik, ekonomi, hingga entertain. Melalui website tersebut K-Radio Jember menampilkan pengalaman siaran radio secara streaming yang bisa diakses dimanapun dan kapan pun selama memiliki koneksi internet yang memadai. Website ini menjadi media digital yang pertama kali dijamah oleh K-Radio Jember untuk melakukan konvergensi. Mereka menjalankan konvergensi teknologi dengan menjalankan website. Menggabungkan siaran radio konvensional dengan dunia digital. Pendengar bisa melihat secara langsung situasi di ruang siar, penyiar dan narasumber juga bisa dilihat secara nyata. K-Radio Jember menjadi media radio pertama yang melakukan konvergensi media di Jember.

Setelah adanya konvergensi media, segala informasi yang berkaitan dengan K-Radio Jember, mulai dari siaran langsung saat on air, alamat dan informasi kontak yang bisa dihubungi hingga informasi harga pemasangan iklan bisa diakses lebih mudah melalui online cukup dengan satu kali klik.

K-Radio Jember Jember memilih melakukan konvergensi pertama kali melalui website lantaran menilai dapat menjangkau

pendengar dan pembaca lebih banyak. Website juga dipilih sebagai salah satu upaya menjadi media radio yang lebih profesional dari penyebaran data dan informasi serta konten yang diproduksi dengan memiliki alamat website pribadi. Website ini terhubung langsung pada media lainnya yakni akun youtube resmi milik K-Radio Jember. Sehingga pendengar dan pembaca selain melihat konten berita serta live streaming, bisa juga langsung beralih ke akun youtube yang juga memuat konten-konten seperti podcast.

Tampilan website K-Radio Jember Jember



Gambar 1 tampilan website K-Radio Jember Jember



### c. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri.<sup>58</sup> Sistem sosial yang terbangun di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut pada akun Instagram. Adapun komunikasi yang terjalin antara masing-masing pengguna Instagram dengan memberikan komentar atau memberikan tanda suka (like) dan juga meninggalkan komentar foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Selain itu, komunikasi juga bisa terjalin melalui pesan DM atau *direct message*.

Arah komunikasinya pun tidak lagi satu atau hanya dua arah. Pada media Instagram, bisa terjalin komunikasi multi arah karena melibatkan banyak pihak. Mulai dari pemilik akun (admin) dengan netizen pengguna Instagram yang berkomentar, atau bahkan antar netizen pun bisa bebas berkomunikasi melalui kolom komentar.

Belakangan, Instagram menjadi salah satu media sosial yang digandrungi banyak kalangan. Tak hanya anak muda, bahkan kalangan pjabat, artis, public figure, bahkan presiden pun memiliki akun Instagram pribadi yang bisa diakses serta memungkinkan tejalannya sebuah komunikasi. Didalamnya terdapat berbagai konten gambar sehingga aktivitas berselancar di media Instagram sebagai aktivitas seru yang digemari pengguna internet. Sehingga tidak mengherankan jika para pebisnis online mulai memanfaatkan Instagram untuk pengembangan bisnisnya. Tak terkecuali K-Radio Jember Jember. Instagram berperan

<sup>58</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/instagram>, 27/05/24

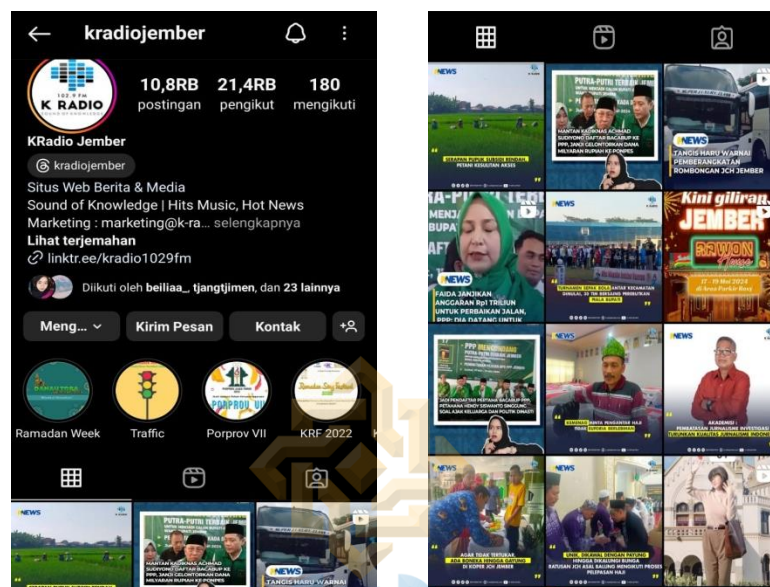
besar dalam penyaluran konten yang diproduksi K-Radio Jember Jember mengingat Instagram saat ini menjadi salah satu media sosial yang banyak diminati masyarakat.

Di Instagram resminya @kradiojember setidaknya memiliki jumlah pengikut atau followers sebanyak 21,4 ribu pengikut. Dengan rincian *audience gender* 51% laki-laki dan 48,5% perempuan. Sementara untuk rentang usia pengikut Instagram K-Radio Jember Jember berada para rentang 13-64 tahun. Berdasarkan data, domisili para pengikut K-Radio Jember Jember tersebar di beberapa kota yakni Jember 76%, Jakarta 15%. Surabaya dan sekitarnya sebanyak 9%. Melalui fitur *insight* atau statistik dan data tentang akun Instagram, tercatat setidaknya konten yang diproduksi K-Radio Jember mampu menjangkau sebanyak 33,4 ribu akun dengan rata-rata 1200 akun yang berinteraksi. Sementara untuk impresi atau jumlah total tampilan atau penayangan konten baik foto, video atau cerita sebanyak 210.825 akun. Konten yang di unggah dalam akun Instagram bervariasi. Terdapat konten foto, video, serta *reels* atau video singkat.<sup>59</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>59</sup> Company profile K-Radio Jember Jember 2023



Gambar 2 tampilan instagram K-Radio Jember Jember

#### d. Youtube

K-Radio Jember Jember juga merambah ke platform Youtube sejak tahun 2017. Per hari ini, akun Youtube K-Radio Jember Jember telah memiliki 7,16 ribu subscriber dengan jumlah konten sebanyak 473 video dan total tayangan sebanyak 1.117.291 kali ditonton.<sup>60</sup> Konten yang diunggah merupakan video dengan durasi beragam. Mulai dari 10- 60 detik untuk video berita. Terdapat juga tayangan yang disiarkan secara langsung di Youtube channel @KRadioJember yang bekerjasama dengan berbagai instansi, baik pemerintahan maupun swasta. Terdapat beberapa daftar putar yang disediakan oleh K-Radio Jember Jember melalui akun Youtubanya. Yakni, K-News, Berbagi tips kesehatan (bts), K-Psikologi, sobat sambat. Dakwah milenial, K Radio Podcast, Ladies corner serta

<sup>60</sup> Akun youtube K-Radio Jember Jember (28/5/24)

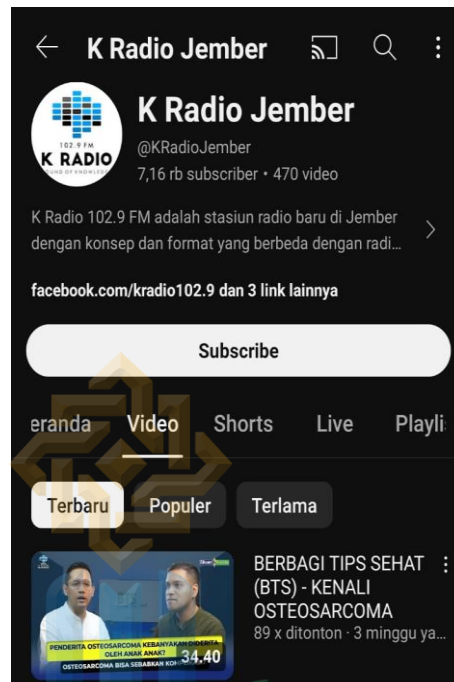
beberapa lainnya. Konten K-Radio Jember Jember dikemas serupa *talk show* dengan tema berbeda di tiap minggunya.

Melalui akun Youtube pribadinya konvergensi yang dilakukan K-radio Jember bisa dilihat hampir dalam tiap programnya. salah satu contohnya adalah acara streaming yang mendatangkan narasumber dari dua tempat yang berbeda. Satu narasumber berasal dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) di dalam studio sementara satu narasumber lainnya adalah salah satu anggota komisi XI DPR RI yang berada di Senayan, Jakarta. Keduanya melakukan siaran dalam acara yang sama dengan memanfaatkan konvergensi yang telah diterapkan oleh K-radio Jember.

Tak hanya itu, para audiens juga dapat menyaksikan secara langsung acara siaran tersebut melalui laman youtube @kradiojember serta dapat berinteraksi melalui kolom komentar yang disediakan.

Tampilan laman youtube K-Radio Jember Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Gambar 3

Tampilan Youtube K-Radio Jember saat melakukan siaran streaming youtube dengan dua narasumber di lokasi berbeda

e. Facebook

Pada laman Facebook, konten-konten yang diunggah dan disebarluaskan terhubung langsung dengan konten yang diupload melalui platform Instagram. Sehingga konten yang berada di laman Facebook merupakan terusan atau lanjutan dari Instagram. Laman fanpage

facebook K-Radio Jember Jember di @KRadioJember102.9 FM telah setidaknya memiliki 7,1 ribu pengikut dengan 6,5 ribu jumlah suka.

f. K-Radio Jember apps

K-Radio Jember Jember juga meluncurkan aplikasi android berbasis radio streaming yang memungkinkan pendengar mengakses siaran K radio Jember lebih mudah dimanapun dan kapanpun. K-Radio Jember Apps juga tersedia fitur-fitur yang memudahkan pendengar mengakses konten-konten menarik seperti berita, podcast, talkshow visual, dan beraga, lagu hits pilihan K-Radio Jember. Didalamnya terdapat beberapa fitur yakni, radio streaming, visual talkshow, Top chart hits music, k radio podcast dan news content.

Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti, K-Radio Jember Jember telah melakukan konvergensi media dengan memperhatikan banyak aspek. Dalam pelaksanaannya, K-Radio Jember Jember juga telah melakukan konvergensi teknologi, konten multi media, kolaborasi serta koordinasi dengan baik. Hal tersebut tergambar dari keberhasilan yang ditorehkan selama melakukan konvergensi dengan adanya peningkatan jumlah followers yang signifikan pada beberapa platform media sosial. Jangkauan pendengar juga semakin luas dengan adanya konvergensi ini.

Dari temuan peneliti, adanya peningkatan pengikut serta jangkauan yang lebih luas itu berdampak pula pada bagian iklan.

Jika sebelumnya, radio hanya bisa menjual iklan melalui kegiatan siaran atau saat on air saja, dengan konvergensi yang telah dilakukan oleh K-Radio Jember maka semakin banyak platform yang digunakan untuk menyebarkan iklan. Luasnya jangkauan yang kini dimiliki K-Radio Jember memiliki nilai jual tersendiri dibandingkan dengan media radio serupa. Setidaknya, pendapatan iklan di K-rado Jember naik sebesar 20 persen sejak melakukan konvergensi.

Adapun daftar harga iklan yang ditawarkan K-Radio Jember adalah sebagai berikut:

Jenis Iklan		Harga
Ads Menu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spot Iklan (60 detik)</li> <li>• Adlib (60 detik)</li> <li>• Bumper in &amp; out (30 detik)</li> <li>• Bloking time</li> <li>• Time signal</li> <li>• Insert (2 menit)</li> <li>• Quiz visual On-Air (2 menit)</li> </ul>	IDR 270.000 IDR 300.000 IDR 300.000 IDR 7.500.000 IDR 350.000 IDR 300.00 IDR 350.000
Advetorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Advetorial Package on-air &amp; website</li> </ul>	IDR 1.000.000
Talkshow	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talkshow Live On-Air</li> <li>• Talkshow Live Youtube &amp; On Air</li> <li>• Live Podcast media sosial K-Radio Jember (Youtube,</li> </ul>	IDR 2.000.000 IDR 3.500.000 IDR 2.500.000

	facebook, instagram <ul style="list-style-type: none"> <li>• Live Podcast visual radio on air</li> <li>• Live Podcast visual radio dan media sosial</li> <li>• Live Podcsast On the spot</li> </ul>	IDR 3.000.000 IDR 3.500.000 IDR 4.000.000
Production & Social Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Production Company profile video (3 menit)</li> <li>• Rekaman Podcast</li> <li>• Postingan Instagram</li> <li>• Story Instagram</li> <li>• Produksi Spot Iklan (max 3 talent)</li> </ul>	IDR 3.500.000 IDR 2.000.000 IDR 350.000 IDR 250.000 IDR 500.000

Table 1 Pricelist iklan di K-Radio Jember Jember

Peneliti juga telah melakukan pendekatan melalui wawancara dengan subyek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Terdapat empat narasumber yang peneliti temui dengan beberapa pertanyaan terkait Media Radio Merespon Era Cyber: Studi Konvergensi Di K-Radio Jember Jember.

### 1. Strategi K-Radio Jember Jember mempertahankan eksistensinya di era cyber dan bersaing dengan banyak *platform* lain

Penelitian pada tahap awal, peneliti dalam proses pengumpulan data melakukan wawancara bersama dengan General Manager K-Radio Jember Jember, Supianaik, S.Pd, M.Pd Berikut yang disampaikan general Manager K-Radio Jember Jember :



“K-Radio Jember selama mempertahankan eksistensinya di era cyber dan bersaing dengan platform lain adalah dengan melakukan konvergensi dan memperluas jaringan, baik audiens, konten yang berdampak pada naiknya pendapatan iklan, pendapatan iklan yang bertambah membuat K-Radio Jember mampu bertahan dan berdiri sampai hari ini meskipun pesaing dari platform lain terus bermunculan. Selain itu, K-Radio Jember Jember mengembangkan bagian bisnis lain seperti Event Organizer (EO) yang berisi pelatihan tentang jurnalistik, broadcasting, public speaking. K-Radio Jember Jember juga memiliki mobil brading yang digunakan sebagai alat promosi diluar kantor agar K-Radio Jember lebih mudah dikenali masyarakat luas,”<sup>61</sup>

Sementara itu, Penyiar senior K-Radio Jember Jember, Reza Pasha juga mengatakan hal serupa, berikut wawancara penulis dengan Reza Pasha

“Strategi yang diterapkan K-Radio Jember adalah berinovasi bukan hanya di channel radio konvensional, tapi juga di platform lain. Membuat program yang kekinian dan mengikuti pasar, konten yang lebih menarik di sosmed untuk disuguhkan ke pendengar. Harus ada sesuatu yang baru yang disajikan ke pendengar dan adanya evaluasi program secara berkala, mendengar dan mengkaji request program dari pendengar. Kami tidak idealis yang stuckkan berpikir bahwa hanya radio konvensional, kita membuka pikiran dan pintu untuk terjun juga di era digitalisasi (konvergensi),”<sup>62</sup>

Selain melakukan konvergensi dalam isi konten, dalam mempertahankan eksistensinya, K-radio Jember juga menyadari bahwa konvergensi bukan hanya perkara konten. Tapi juga soal sumberdaya manusia serta peralatan yang memadai. Oleh karenanya, pihak K-radio Jember juga melakukan penyesuaian tariff atau gaji para krew sebagai

<sup>61</sup> Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

<sup>62</sup> Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

bentuk upaya pensejahteraan karyawan. Hal itu dikatakan sebagai berikut oleh Direktur utama K-Radio Jember, Supianik:

“Kami sadar konvergensi bukan hanya perkara konten, tapi juga tentang sdm. Kesejahteraan karyawan juga harus diutamakan sebab beban kerjanya juga makin banyak ya. Meskipun tidak signifikan, kami berupaya memberi gaji atau sallery sebaik mungkin. Para crew juga akan mendapat fee tambahan dari beberapa program yang tengah mereka ikuti. Misal, dalam satu bulan kita ada dua kerjasama atau siaran, nah crew seperti cameramen, editor, penyiar yang bertugas akan mencatat dan diakumulasikan tiap akhir bulan dan dapat fee dari banyaknya acara yang mereka ikut,”

## **2. Strategi K-Radio Jember Jember dalam melakukan konvergensi**

Mengikuti perkembangan zaman serta tidak menutup diri dengan adanya perubahan menjadi salah satu kunci utama K-Radio Jember Jember mampu tetap eksis serta bertahan di era cyber dan bersaing dengan platform lain. Konvergensi yang dilakukan K-Radio Jember Jember mengantarkannya menjadi salah satu media massa paling diminati khususnya di wilayah Jember kota (Patrang, Sumpalsari, Kaliwates)<sup>63</sup> K-Radio Jember Jember bertransformasi menjadi radio berbasis digital pertama yang ada di Kabupaten Jember.<sup>64</sup> Konvergensi dinilai mampu membawa perubahan bagi

<sup>63</sup> Hasil Survey Pendengar K-Radio Jember Jember Tahun 2022

<sup>64</sup> Publikasi Pemkab Jember

sebuah instansi. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan

Supianik S.Pd, M.Pd sebagai berikut :

”Konvergensi itu bagaimana kreatifitas sebuah pelaku media dituntut untuk tidak lagi menggunakan teknologi yang itu-itu saja (konvensional) tapi harus mau mengkolaborasikan dengan teknologi saat ini dimana itu yang menjadi basis kebutuhan masyarakat. Radio akan tertinggal dan ditinggalkan apabila tidak bisa memenuhi hal itu,”<sup>65</sup>

Pendapat serupa juga disampaikan Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha terkait makna konvergensi bagi perusahaan sebagai berikut :

“Gimana cara media bisa keep up tentang perkembangan zaman, seperti transformasi media, atau inovasi yang diberikan, bagaimana mereka mampu bertahan di era digital sekarang karena radio adalah media lama dan sekarang banyak media baru yang lebih rising, konvergensi di radio bagaimana radio tetap bisa didengarkan dan ditonton masyarakat,”<sup>66</sup>

Kemudian muncul pertanyaan baru terkait bagaimana K-Radio Jember Jember mampu melakukan konvergensi. Seperti diketahui bersama, K-Radio Jember Jember merupakan media massa berbasis audio. Melakukan Konvergensi tentu bukan sesuatu yang mudah untuk dilakukan. Perusahaan harus menyusun formulasi serta pertimbangan matang didalamnya. Diperlukan pula kesadaran dari perusahaan untuk mengikuti pangsa pasar dan menghindari terjadinya gulung tikar. Seperti yang dikatakan Supianik, S.Pd, M.Pd kepada penulis sebagai berikut :

<sup>65</sup> Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

<sup>66</sup> Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

“K-Radio Jember sangat aware dan sangat sadar, konvergensi bagi media massa sebuah kewajiban, salah satu penyebab mereka (media lain) gulung tikar adalah saat mereka tidak mau mengikuti perkembangan zaman. Radio pernah mengalami masa keemasan pada sekitar tahun 80-90an dimana belum ada media cyber atau tidak ada pesaing. Berbeda dengan saat ini, dimana era cyber siapapun mengakses informasi dengan cepat. Ketika tidak mengikuti dan tidak konvergensi akan bernasib sama dengan radio lain yang sudah kolaps. Sejak awal berdiri dengan manajemen yang baru sekitar 2016, K-Radio Jember sudah sadar bahwa melakukan siaran dengan format konvensional (pesawat radio), K-Radio Jember telah melakukan persiapan konvergensi sejak saat itu, melalui media sosial fb, ig, twitter, youtube dan streaming. Pihaknya sadar bahwa 2023 merupakan era cyber, apapun yang disajikan radio ketika tidak bisa masuk dalam era cyber yang dipakai masyarakat sekarang kita akan tertinggal. Hal itu terbukti dengan 90% pendengar K-Radio Jember mendengarkan radio menggunakan gadget dan streaming,”<sup>67</sup>

Hal hampir serupa juga diungkapkan penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, terkait formulasi dan hal-hal yang diperlukan media radio untuk melakukan konvergensi, khususnya bagi penyiar sebagai berikut :

“Strategi yang diterapkan K-Radio Jember adalah berinovasi bukan hanya di channel radio konvensional, juga di platform lain. Membuat program yang kekinian dan mengikuti pasar, konten yang lebih menarik di sosmed untuk disuguhkan ke pendengar. Harus ada sesuatu yang baru yang disajikan ke pendengar dan adanya evaluasi program secara berkala, mendengar dan mengkaji request program dari pendengar. Kami tidak idealis yang stucknan berpikir bahwa hanya radio konvensional, kita membuka pikiran dan pintu untuk terjun juga di era digitalisasi. K-Radio Jember mulai bertransformasi di usia ke-6, yang dirasakan: banyak yang harus dipelajari. Biasanya siaran radio konvensional, dengan adanya konvergensi banyak printilan yang harus dipelajari penyiar, dengan audio visual harus tampil di depan pemirsa dan pendengar. Sebelumnya hanya berada dibalik layar, sekarang

<sup>67</sup> Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

jadi broadcaster yang harus ditonton dan butuh penyesuaian, hal teknis seperti aplikasi serta hal lain yang berubah, diri kita yang harus beradaptasi di depan kamera. Broadcaster bukan hanya penyiar tapi bisa semua seperti edit berita paham isu terkini,"<sup>68</sup>

Selain itu, seperti diketahui konvergensi tidak lepas dari penggabungan teknologi. Disini Tim IT memegang peran penting dalam upaya perwujudan konvergensi media di K-Radio Jember Jember. Febrianto, staff IT K-Radio Jember Jember membenarkan hal itu. Tantangan terbesar adalah mengubah saluran siar yang utamanya adalah melalui frekuensi, harus bisa dikonversi kan menjadi radio yang lebih sederhana dan bisa didengarkan secara mobile. Seperti pada wawancara yang dilakukan penulis:

"Tantangannya ya pas awal-awal itu, waktu kita masih baru mulai. Pastinya trial and error' dulu baru bisa sampai ditahap sekarang. Kami berusaha semaksimal mungkin memberikan servis terbaik pada audien dan pendengar setia atau para "sobat K" ya. Ternyata prosesnya gak bisa instan harus step by step. Karena kan gimana pun kami juga harus ikut perkembangan zaman, kalau gak gitu ya pasti radio bakal ditinggal,"<sup>69</sup>

K-Radio Jember Jember juga tetap mempertahankan marwahnya sebagai media massa berbasis audio yang kini telah bertransformasi menjadi media berbasis audio visual. Dalam perjalanannya, K-Radio Jember Jember melakukan riset mendalam serta melakukan kolaborasi dengan banyak platform baik digital maupun instansi. Seperti yang disampaikan Supianik, S.Pd, M.Pd sebagai berikut :

<sup>68</sup> Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

<sup>69</sup> Febrianto, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

Menyuguhkan sesuatu yang berbeda dari media radio lainnya. Lebih sering melakukan interaksi dengan para pendengar baik melalui platform konvensional maupun platform digital.

“Hal paling mendasar dalam mempertahankan marwah media berbasis audio adalah soal kreatifitas. Berbicara soal media radio, K-Radio Jember bukan radio satu-satunya di Jember, berbicara media visual, radio juga jelas kalah jauh. Meskipun sama-sama bermain di visual seperti youtube, kami harus mampu menampilkan apa yang benar-benar dibutuhkan. Menghubungkan atau menjadi perantara antara pemangku kebijakan dan pihak yang merasa dirugikan. Selain itu kami juga melakukan survey, misal lagu yang sedang ramai atau sedang digandrungi masyarakat jember. serta mengkonsep matang dibalik layar sebelum siaran,”<sup>70</sup>

Terkait hal tersebut, Reza Pasha sebagai penyiar K-Radio Jember Jember mengemukakan pendapat sebagai berikut :

“Tidak menghilangkan marwahnya sebagai media berbasis audio, meskipun keep up dengan platform lain (bukan radio konvensional) tetap yang utama adalah radio atau media berbasis audio. Bahkan K-Radio Jember memiliki tim khusus yang memprogram (devisi penyiaran) dimana tugasnya adalah membuat pendengar lama tetap stay mendengarkan kita, dan mengundang dan menarik pendengar baru,”<sup>71</sup>

Sementara, dari sisi bisnis atau iklan, persaingan media saat ini bukan hanya antar sesama radio melainkan sudah masuk dalam lintas media baik televisi, cetak, sampai media gram. Tidak ada konsep baku didalam periklanan. K-Radio Jember Jember harus memiliki hal berbeda yang mampu menjadi daya beli tersendiri serta menyesuaikan kebutuhan pasar.

<sup>70</sup> Supjanik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

<sup>71</sup> Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

Hal tersebut dibenarkan oleh, Kepala bagian Iklan K-Radio Jember Jember, Don Ramadhan Bawazzir.

“Pada dasarnya, dalam periklanan tidak ada konsep yang paten, kami dituntut untuk terus berinovasi. Mix and match aja sih sehingga kreaativitas bisa terus ikut diasah. Kami tidak pernah menawarkan proposal, konsep kami selalu menawarkan experience. Alasannya yang pertama, media berfrekuensi publik seperti televise, radio berfrekuensi public itu kan punya negara, kalau melalui proposal dari segi harga kami jelas kalah. Karena cost produksi kami bisa dibilang lumayan besar. Penentuan harga jual juga dihitung dari jumlah *air time* atau berapa jumlah listrik yang keluar per menit. Itu gak bisa dihitung secara apple to apple dengan media gram yang tentu dari segi cost itu beda. Jadi kami menghindari proposal”

Hasil dari penerapan konsep seperti itu mampu dilihat saat ini. setidaknya sudah ada 30 iklan dari berbagai brand yang masuk ke K-Radio Jember Jember untuk periode November 2023-April 2024. Bahkan ada beberapa brand yang melakukan *repeat order* sehingga tidak dihitung sebagai brand baru yang melakukan iklan. Tapi, bukan berarti tidak ada tantangan selama menjalankan bisnis. Don menjelaskan terdapat satu tantangan besar yang dirasakannya selama menjabat sebagai pennggjawab iklan di K-Radio Jember Jember yakni ketidakhadiran negara dalam mendukung media yang menggunakan frekuensi publik. Hal tersebut yang mempengaruhi nilai jual yang lebih tinggi ketimbang pegiat media sosial.

“Sebagai media pengguna frekuensi public, kami dibebankan dengan banyak variable, missal, variable pajak ada banyak kayak sewa frekuensi, pajak PT, pajak frekuensi. Jadi tidak bisa menyalahkan teman-teman yang berkulat di media sosial dengan nilai jual yang lebih murah. Dari sini aja sudah kelihatan kalau sedari awal negara tidak hadir. Kami disuruh bersaing tapi variable yang harus dibayar ke negara secara sah

sangat banyak. Kalau mau fair ya harus sama-sama. Sehingga dari segi cost kita bisa bersaing. Ini kan pasarnya dibiarkan bebas begitu saja, media konvensional meskipun tidak disuntik mati, tapi dibiarkan dengan regulasi yang tidak ada pembaruan.”

### C. Pembahasan Temuan

Merujuk pada penyajian dan analisis data, K-Radio Jember Jember merupakan salah satu radio yang masih eksis di era cyber dengan melakukan konvergensi serta kolaborasi dengan berbagai pihak. Hal tersebut bertujuan untuk membuka pintu informasi seluas-luasnya dengan mengikuti perkembangan zaman. K-Radio Jember Jember mampu menyeimbangkan keinginan pasar atau pendengar dengan gaya media yang mereka miliki. Hasilnya, mereka mampu bertahan bahkan di era cyber yang mengharuskan arus informasi disampaikan secara cepat, tepat serta akurat. K-Radio Jember Jember mampu mengkombinasikan hal tersebut dalam setiap segmentasi serta sajian konten yang kekinian serta *up to date*. Hal itu pula yang akhirnya berhasil mengantarkan K-Radio Jember Jember sebagai media radio pertama di Jember yang berbasis audio visual pada tahun 2022.

Strategi yang dilakukan K-Radio Jember Jember dalam mempertahankan eksistensinya di era cyber yang bersaing dengan banyak *platform* lain antaranya seperti :

1. Melakukan konvergensi atau penggabungan teknologi antara radio konvensional dengan teknologi digital masa kini. Kehadiran konvergensi media berpengaruh pada perubahan sebuah proses produksi dalam sebuah media, di mana terjadi suatu proses kerjasama untuk mengelola dan



menyatukan beberapa *platform* agar tercipta suatu sistem yang terintegrasi secara digital. Hal tersebut telah dilakukan oleh K-Radio Jember Jember. Kini siaran radio serta konten milik mereka telah tersedia dalam saluran streaming, melalui kanal Youtube, Instagram, Twitter serta Facebook yang dikelola dengan sangat baik dan menyeluruh.

2. Mengamati, melakukan survey, serta pemetaan menyeluruh terhadap pangsa pasar atau audiens sebelum dan sesudah memproduksi konten radio. Hal ini akan sangat berdampak pada segmentasi pendengar serta keterbaruan konten yang akan diproduksi selanjutnya
3. Menjalin relasi dengan berbagai pihak, baik swasta maupun pemerintah. Hal tersebut penting dilakukan mengingat pentingnya aspek kolaborasi dalam sebuah industri media.
4. Melakukan evaluasi serta koordinasi berkelanjutan dengan para staff K-Radio Jember Jember terkait segmentasi, konten serta iklan.

Penulis juga mendapati bahwa Strategi K-Radio Jember Jember dalam melakukan konvergensi antara lain :

1. K Radio Jember menyadari bahwa perubahan adalah sesuatu hal yang pasti dan tidak bisa dihindari. Melalui kesadaran yang demikian, K-Radio Jember Jember mampu melakukan improvisasi, kolaborasi serta melakukan penyesuaian konten yang diproduksi agar mampu diterima audiens.
2. K-Radio Jember Jember berusaha memenuhi pangsa pasar dan memulai siaran digital atau visual pada beberapa platform seperti Instagram,

twitter, facebook bahkan melalui pembaruan tampilan website. Tentunya perubahan serta pembaruan ini melalui observasi serta survey mendalam yang dilakukan internal K-Radio Jember Jember.

3. Meningkatkan kreativitas dalam produksi konten tetapi tidak menghilangkan unsur radio sebagai media berbasis audio dengan menyuguhkan sesuatu yang berbeda dari media radio lainnya. Lebih sering melakukan interaksi dengan para pendengar baik melalui platform konvensional maupun platform digital.
4. Tetap melakukan siaran secara konvensional menggunakan pesawat radio pada umumnya, namun demikian K-Radio Jember Jember menggabungkan teknologi digital didalamnya. Seperti, live streaming dari studio siaran yang bisa diakses melalui situs website dimana pun dan kapan pun.
5. Memiliki tim khusus yang bertanggungjawab dalam memprogram acara maupun konten (devisi penyiaran) dimana tugasnya adalah membuat pendengar bertahan serta menggaet pendengar baru. selain itu, K-Radio Jember Jember juga telah melakukan riset mendalam serta melakukan kolaborasi dengan banyak platform baik digital maupun instansi.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan yaitu tentang Media Radio Merespon Era Cyber; Studi Konvergensi di K-Radio Jember Jember maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesiapan K-Radio Jember Jember dalam merespon Era Cyber dibuktikan dengan terlaksananya konvergensi media terhitung sejak tahun 2022. Dengan konvergensi media, K-Radio Jember Jember berupaya meningkatkan kualitas produk yang diproduksi. Baik produk siaran konvensional berupa siaran maupun produk konten yang nantinya akan disebar luaskan melalui *cyberspace* atau media sosial seperti *Youtube*, *instagram*, *facebook*, *twitter* serta melalui website <https://k-radiojember.com> sehingga tercipta sebuah sistem yang terintegrasi secara digital. K-Radio Jember Jember terus berinovasi dan berusaha menemukan formulasi serta pemetaan menyeluruh terhadap pangsa pasar serta audiens. Hal tersebut penting dilakukan untuk mempertahankan serta memperluas segmentasi pendengar serta keterbaharuan konten yang akan diproduksi berikutnya.
2. Radio mampu bertahan ditengah gempuran media baru hingga sekarang, karena radio menjadi garda terdepan dalam penyampaian informasi secara aktual dan faktual. Radio juga mejadi penyalur informasi yang terbebas

dari hoax yang sering muncul pada media baru karena proses penyampaiannya langsung dari narasumber dalam bentuk siaran langsung atau rekaman.

3. Konvergensi yang dilakukan K-Radio Jember Jember telah berhasil memperluas jaringan. Baik audiens maupun konten yang berdampak pada naikknya pendapatan iklan. Pendapatan iklan yang bertambah membuat K-Radio Jember mampu bertahan dan berdiri sampai hari ini meskipun pesaing dari platform lain terus bermunculan. Selain fokus sebagai stasiun radio, K-Radio Jember Jember juga mengembangkan bagian bisnis lain seperti Event Organizer (EO) yang berisi pelatihan tentang jurnalistik, broadcasting, dan public speaking. K-Radio Jember Jember juga memiliki mobil branding yang digunakan sebagai alat promosi diluar kantor agar K-Radio Jember lebih mudah dikenali masyarakat luas.
4. Selain berhasil melakukan konvergensi, K-Radio Jember Jember juga berhasil menjadi media kolaborasi baik dengan pihak pemerintah maupun swasta. K-Radio Jember Jember menyadari bahwa perubahan bukanlah sesuatu yang mustahil, oleh karenanya K-Radio Jember Jember terus menjalin kolaborasi, dan improvisasi serta penyesuaian konten agar mampu diterima khalayak. Namun demikian, K-Radio Jember Jember tidak menghilangkan unsur radio sebagai media yang berbasis audio dengan tetap melakukan aktivitas siaran secara konvensional melalui pemancar sekaligus melakukan siaran melalui streaming secara digital secara bersamaan yang dapat diakses dari manapun serta kapan pun. K-

Radio Jember Jember juga rutin menggelar rapat evaluasi baik mingguan dan bulanan untuk melancarkan aktivitas siarannya.

## **B. SARAN**

Berdasarkan uraian dari simpulan di atas, maka saran yang di sampaikan peneliti terkait dengan Media Radio Merespon Era Cyber; Studi Konvergensi di K-Radio Jember Jember adalah :

1. Bagi K-Radio Jember Jember agar terus meningkatkan kualitas siaran serta konten-konten yang diproduksi. Perluasan segmentasi tidak hanya berfokus pada kalangan menengah ke atas atau bermobil saja tetapi juga menysar pangsa pasar lain sehingga segmentasi pendengar K-Rado semakin meluas.
2. Tetap mempertahankan identitas radio sebagai media berbasis audio meskipun saat ini telah bertransformasi menjadi media berbasis audio visual dengan memperbanyak jam siar pada siaran konvensional.
3. Konten yang diupload pada media Instagram hendaknya lebih tertata secara sistematis sehingga mampu menarik minat baca serta lebih nyaman dipandang mata secara nilai estetika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ainul Yaqin, Jurnal Mediamorfosis K-Radio Jember Jember di Era New Media, 2022
- Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, (Jakarta, 2015), *Contruktion Of Social Reality As Thought Movement*, hal. 15
- Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2008), 160
- Company Profile K-Radio Jember Jember Tahun 2023
- Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga, 1984), edisi ke-2, h.15
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*(Jakarta: Balai Pustaka 1989), Cet. Ke 1, H.179
- Grant A. E. & Wilkinson, J. S. (2009), *Understanding Media Convergence: The State Of The Field*, NY: Oxford University Press
- Hasil Survey Pendengar K-Radio Jember Jember Tahun 2022
- Hasil Survey Profil Internet Indonesia 2024 oleh APPJI
- <https://kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35908-menjadi-media-minim-hoax-radio-harus-bisa-manfaatkan-peluang>
- Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 184
- Jenkins, Henry, (2006). *Convergence Culture, Where Old and New Media Colide*, New York University Press
- Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Media Massa Di Era Cyber* (Volume III Nomor 2, Agustus 2020), h.79
- Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Media Massa Di Era Cyber* (Volume III Nomor 2, Agustus 2020), h. 85
- Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, Vol. 6 (N0.1): hal.91
- Khomsahrial Romli, Komunikasi Massa (Jakarta: Grasindo, 2016), 131
- Khomsahrial Romli, Komunikasi Massa (Jakarta: Grasindo, 2016), 134

- Mathew B.Milles & A, Michael Huberman, *Qualitative dan Analysis A Methods Sourcebook* (American: Sage Publication, 2014), 12
- Morissan, M.A, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*, (Kencana, 2018) hal. 2
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), 61
- Onong Unchjana Effendy, *Radio Siaran: Teori dan Praktek*(Bandung: Alumni, 1978),h. 24
- Pedoman dan Struktural K-Radio Jember Jember 2023  
Publikasi Pemkab Jember
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, (2011).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 216
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 246
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2017), 83
- Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 25 April 2024
- Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 25 April 2024
- Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 25 April 2024
- Supianik S.Pd, M.Pd, Diwawancara Penulis, kantor K-Radio Jember Jember, 25 April 2024
- Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*(Jember : UIN Khas Jember Press, 2022) Soekartono, *Konvergensi Media dan Masa Depan Bangsa*, Puslitbangdiklat RRI (Jakarta 2010)
- Tim Penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*(Jember : UIN Khas Jember Press, 2022)
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (UIN Khas Jember Press, 2022)
- Ton Kertapati, *Dasar-dasar Publisistik Pendekatan Teori dan Praktik*, Jakarta: Logos, 1999, h. 171

Wawancara General Manager K-Radio Jember Jember, 15 April 2024

Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

Wawancara Penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha, 25 April 2024

Wawancara Tim Marketing K-Radio Jember Jember, Don Bawazzir, 25 April 2024

Wawancara Tim IT K-Radio Jember Jember, Febrianto, 15 April 2024



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**Lampiran**  
**DOKUMENTASI**



Wawancara GM K-Radio Jember Jember, Supianik



Wawancara tim IT K-Radio Jember Jember, Febrianto



Wawancara bagian Marketing K-Radio Jember Jember, Don Bawazzir



Wawancara penyiar K-Radio Jember Jember, Reza Pasha



Ruang tengah K-Radio Jember Jember



Studio siar K-Radio Jember Jember

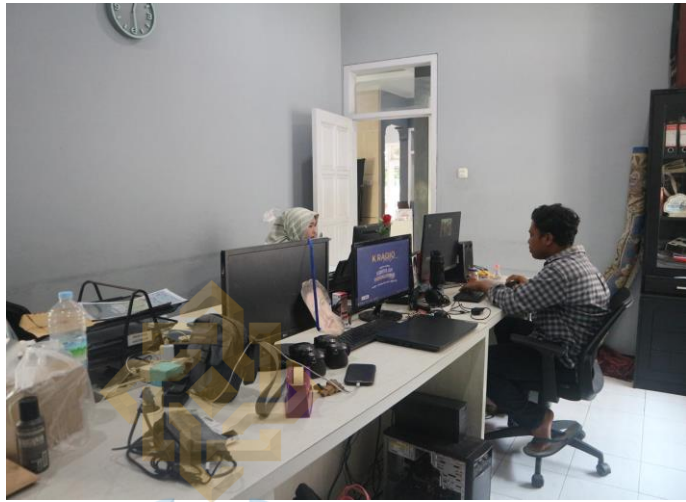


Studio siar K-Radio Jember Jember

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Dapur redaksi K-Radio Jember Jember





Tampak depan halaman Kantor K-Radio Jember Jember



Ruang tamu K-Radio Jember Jember

Lampiran

Lembar pertanyaan

### **Direktur utama K-Radio Jember Jember**

1. Sejak tahun berapa menjabat sebagai direktur K-Radio Jember Jember?
2. Bagaimana awal mula terbentuknya stasiun radio K-Radio Jember Jember?
3. Bagaimana kondisi finansial perusahaan saat ini?
4. Kapan mulai menentukan keuntungan ke perusahaan?
5. Apakah bisnis radio masih menjanjikan?
6. Apa definisi konvergensi menurut K-Radio Jember Jember?
7. Mengapa memilih konvergensi?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan K-Radio Jember Jember dalam bertransformasi menjadi radio visual? Serta mempertahankan eksistensinya bersaing dengan platform lain?

### **Stasion Manager K-Radio Jember Jember**

1. Sejak tahun berapa menjadi station manager di K-Radio Jember Jember?
2. Apa definisi konvergensi media menurut K-Radio Jember Jember?
3. Sejak menjabat sebagai station manager, kendala apa yang dialami selama melakukan konvergensi media di K-Radio Jember Jember?
4. Ada berapa program yang ada di K-Radio Jember Jember?
5. Program apa yang menjadi unggulan atau favorit di K-Radio Jember Jember?
6. Indicator apa yang menjadikan program itu disebut program unggulan atau favorit?
7. Siapa saja yang terlibat dalam tiap proses produksi program K-Radio Jember Jember?
8. Mengapa memilih konvergensi?

9. Bagaimana strategi yang dilakukan K-Radio Jember Jember dalam bertransformasi menjadi radio visual? Serta mempertahankan eksistensinya bersaing dengan platform lain?

### **Staff Bagian IT K-Radio Jember Jember**

1. Sejak kapan K-Radio Jember menerapkan konvergensi media dalam stasiun radionya?
2. Bagaimana awal mula konvergensi media di K-Radio Jember Jember?
3. Hambatan apa yang dihadapi saat melakukan konvergensi media?
4. Apa yang menyebabkan hambatan tersebut?
5. Apa saja yang harus diperhatikan dalam melakukan konvergensi media, utamanya media radio?
6. Perubahan apa yang dirasakan dari awal mulai melakukan konvergensi sampai hari ini?
7. Apa ada evaluasi berkala tentang konvergensi media yang diterapkan di K-Radio Jember jember ini? jika ada kapan dan berapa kali setiap bulan?
8. Apa yang biasanya menjadi bahan evaluasi?
9. Bagaimana proses produksi tiap program di K-Radio Jember Jember sejak penerapan konvergensi media?
10. Sejauh mana K-Radio Jember Jember mampu bersaing dengan banyak platform media lain setelah melakukan konvergensi?
11. Mengapa memilih konvergensi?
12. Apa dampaknya ke perusahaan?
13. Bagaimana proses konvergensi dilakukan?
14. Siapa saja yang terlibat dan apa yang dilibatkan?

### **Penyiar K-Radio Jember Jember**

1. Sejak kapan menjadi penyiar di K-Radio Jember Jember?

2. Perbedaan apa yang dirasakan dari sebelum dan sesudah K-Radio Jember melakukan konvergensi?
3. Apa yang harus disiapkan sebelum melakukan siaran pada tiap program K-Radio Jember?
4. Kendala apa yang dirasakan pada saat proses produksi?
5. Apa makna konvergensi?
6. Bagaimana perubahan pola siar saat sebelum dan sesudah konvergensi?

### **Kepala Bagian Marketing**

1. Sejak kapan menjabat sebagai kepala marketing di K-Radio Jember Jember?
2. Bagaimana cara mengukur jumlah audiens di K-Radio Jember Jember?
3. Berapa rerata jumlah pendengar K-Radio Jember Jember per hari-minggu-bulan?
4. Berapa biaya untuk memasang iklan di K-Radio Jember Jember?
5. Bagaimana cara menjual iklan di K-Radio Jember?
6. Sampai saat ini ada berapa pengiklan di K-Radio Jember Jember?
7. Mengapa memilih konvergensi?
8. Apa kendala terbesar yang dirasakan mulai sebelum dan setelah konvergensi?
9. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
10. Apakah ada perbedaan iklan (cara, biaya, kuantitas) saat konvergensi dan sebelum melakukan konvergensi?
11. Bagaimana dampak konvergensi pada marketing?

Lampiran

Biodata informan

1. Nama : Supianik. S.Pd., M.Si



Agama: Islam

Alamat : Perum. Bumi Tegal Besar DK-24, Kaliwates, Jember, Jawa Timur

Tempat tanggal lahir : Bandar Lampung, 27 Oktober 1981

Jabatan di K-Radio Jember : General Manager

2. Nama: M. Sholeh Febriyanto

Agama: Islam

Alamat: Jl. Serma H. Moch Ahdar, Antirogo, Sumbersari, Jember

Tanggal lahir: Jember, 07 Februari 2002

Jabatan: Staff IT, Production & Creative

3. Nama : Mohammad Reza Muizzul Pasha

Agama : Islam

Alamat: Perum Royal City Cluster Sydney C14 Kaliwates

Tanggal lahir : Mojokerto, 15 Maret 1997

Jabatan : Broadcaster

4. Nama : Don Ramadhan Bawazir

Agama : Islam

Alamat : Perumahan Rich Village RD 43, Gebang, Patrang , Jember

Tempat tanggal lahir: Jember, 27 Februari 1997

Jabatan : Tim Marketing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAL HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## SURAT KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Sugesti Megamuslimah  
NIM : D20191101  
Prodi/Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah  
Universitas : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Media Radio Merespon Era Cyber; Studi Konvergensi di K-Radio Jember” adalah hasil dari penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 Juni 2024

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



Dwi Sugesti Megamuslimah  
NIM : D20191101

**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Supianik, S.Pd, M.Si  
Jabatan : General Manager K-RADIO Jember  
Alamat : Jl Danau Toba No.8 Tegalgede,Sumbersari, Jember, Jawa Timur

Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Dwi Sugesti Megamuslimah  
NIM : D20191101  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Jl. Veteran, Desa Kunir Kidul, Kecamatan Kunir, Lumajang  
Sekolah/Univ. : Universitas Islam Negeri Kh Achmad Shiddiq

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor K-Radio Jember (PT Radio Suara Kartika), Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember selama 30 (Tiga Puluh) hari, terhitung mulai tanggal 24 November s/d 24 September 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi/ Penelitian yang berjudul : **“MEDIA RADIO MERESPON ERA CYBER: STUDI KONVERGENSI DI KARTIKA RADIO (K-RADIO) JEMBER”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Jember, 30 Juni 2024



102,9  
**RADIO**  
102,9

Supianik, S.Pd, M.Si

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN  
MEDIA RADIO MERESPON ERA CYBER;  
STUDI KONVERGENSI DI KARTIKA RADIO (K-RADIO JEMBER)

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan
1.	24 Oktober 2023	Pengerahan surat izin penelitian	✓
2.	02 November 2023	Wawancara Pertama dengan direktur utama dan general manager K-Radio Jember	✓
3.	05 November 2023	Wawancara dengan penyiar serta tim IT K-radio Jember	✓
4.	11 November 2023	Wawancara dengan tim marketing K-Radio Jember	✓
5.	17 November 2023	Wawancara kedua dengan direktur utama dan general manager K-Radio Jember	✓
6.	18 November 2023	Wawancara kedua dengan tim marketing K-Radio Jember	✓
7.	22 November 2023	Meminta surat keterangan selesai penelitian	✓

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember, 22 November 2023

Direktur K-Radio Jember



Supianik, S.Pd, M.Si

Lampiran

### **Biodata Penulis**



1. Nama : Dwi Sugesti Megamuslimah
2. NIM : D20191101
3. Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 20 Januari 2001
4. Alamat : Dusun karang sukun, Desa kunir kidul, Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang, 67383
5. Fakultas : Dakwah
6. Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
7. Email : megasugesti20@gmail.com

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SDN Kunir Kidul 01 : 2006-2012
2. SMP N 1 Kunir : 2012-2015
3. SMA N 1 Kunir : 2015-2018
4. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember : 2019-sekarang

### **PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Perguruan silat Tapak Suci Putera Muhammadiyah (TSPM)
2. Radio Nada FM UIN KHAS Jember
3. Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS-KPI)