

Eksistensi Radio Maja FM Mojokerto Melalui Konvergensi Media dan Participatory Media Culture

Muhammad Sartono Baktiar¹

¹Magister Media dan Komunikasi,, Universitas Airlangga, Surabaya

ABSTRACT

Radio Maja FM has contributed to the dissemination of information in the Mojokerto region. The development of the digital age led to changes and adaptation processes. Change or convergence of media by utilizing technological developments. Maja FM has converged through websites and social media. However, the level of public interaction and response is still low when viewed from the number of likes and comments on social media radio. This research was conducted to find out the strategy carried out by Maja FM in media convergence as an effort to maintain existence in the current digital era. Qualitative descriptive research is used so that an overview of certain strategies and conditions can be explained in detail. Observation and the use of secondary data are the basis for conducting research to support problem analysis. The theoretical thinking used is Henry Jenkins's view of the convergence of media and participatory media culture. The results of this study show that Maja FM has carried out media convergence with three strategies, namely multimedia (content variability), multichannel (choice of channels), and multiplatform (various devices). The process of information production also changed from the use of newspapers and journalists to computers and the Internet. In addition, the public may participate in responding to or providing information. Radio management benefits from digital marketing through social media. The marketing is the result of media convergence to support the existence of radio, audience loyalty and cooperation.

Keywords: *Radio Existence, Media Convergence, Participatory Media Culture.*

ABSTRAK

Radio Maja FM telah berkontribusi dalam penyebaran informasi di wilayah Mojokerto. Perkembangan era digital menyebabkan perubahan dan proses adaptasi. Perubahan atau konvergensi media dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Maja FM telah melakukan konvergensi melalui website dan media sosial. Namun, tingkat interaksi dan respon masyarakat masih rendah jika dilihat dari jumlah like dan komentar pada media sosial radio. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang dilakukan Maja FM dalam konvergensi media sebagai upaya menjaga eksistensi di era digital saat ini. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan agar gambaran mengenai strategi dan kondisi tertentu dapat dijelaskan dengan rinci. Observasi dan penggunaan data sekunder menjadi dasar pelaksanaan penelitian untuk mendukung analisis permasalahan. Pemikiran teoritis yang digunakan yaitu pandangan Henry Jenkins mengenai konvergensi media dan participatory media culture. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Maja FM telah melakukan konvergensi media dengan tiga strategi yaitu multimedia (variasi konten), multichannel (pilihan saluran), dan multiplatform (berbagai perangkat). Proses produksi informasi juga berubah dari penggunaan surat kabar dan wartawan menjadi komputer dan internet. Selain itu, masyarakat dapat berpartisipasi dalam menanggapi atau memberikan informasi. Manajemen radio diuntungkan dengan pemasaran digital melalui media sosial. Pemasaran tersebut menjadi hasil konvergensi media untuk mendukung eksistensi radio, loyalitas audiens dan kerja sama.

Kata kunci : *Eksistensi Radio, Konvergensi Media, Participatory Media Culture.*

A. PENDAHULUAN

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui strategi yang dilakukan salah satu radio utama di Mojokerto yaitu Maja FM dalam menjaga eksistensi media penyiaran radio di tengah perkembangan digital yang pesat. Media massa menjadi sarana yang dapat membantu manusia dalam menjalankan berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Radio menjadi salah satu media yang digunakan dan dimanfaatkan masyarakat luas untuk mendapatkan informasi. Awalnya,

radio merupakan hasil dari pengembangan teknologi telegraf yang dimulai pada tahun 1896. Kemudian pemanfaatan gelombang frekuensi menjadi kunci utama kelahiran radio. Pada tahun 1915, radio pertama kali dapat berfungsi sebagai media komunikasi massa. Radio digunakan dalam menyiarkan berbagai bentuk siaran kepada publik. Drama, komedi, berita dan music menjadi bentuk siaran yang dapat dinikmati masyarakat sebelum adanya televisi. Meskipun begitu, hingga saat ini radio masih bisa dinikmati dengan berbagai konten dan program yang beragam. Radio dapat beradaptasi dengan perkembangan era digital untuk mendukung eksistensinya di antara munculnya berbagai media baru. Istilah media baru merupakan kelahiran berbagai bentuk media yang berkaitan dengan digital, komputer, internet atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Terry Flew, media baru adalah bentuk kombinasi dari format isi yang ditampilkan media tertentu seperti teks, suara, gambar maupun video dalam kesatuan data digital dan disebarluaskan melalui internet. (Setiawan, 2021)

Saat ini berbagai aktivitas media massa dapat diakses melalui satu perangkat dengan cakupan yang sangat luas. Industri media massa memanfaatkan berbagai bentuk inovasi teknologi termasuk internet sebagai alat utamanya. Penggunaan internet menjadi metode yang efektif dan efisien dalam proses produksi informasi. Jangkauan yang luas dan tidak ada batasan ruang maupun waktu yang mengikat berdampak pada kecepatan pengolahan dan penyebaran informasi. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang canggih juga dapat menjangkau khalayak maupun pihak lain untuk dapat bergabung dan mendukung pencapaian tujuan perusahaan atau organisasi. Dukungan yang diberikan dapat berupa informasi, peralatan, pendanaan dan juga loyalitas. Proses produksi informasi merupakan suatu tugas dan tanggung jawab perusahaan media massa. Namun, saat ini perusahaan media massa mulai memanfaatkan peran audiens atau masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam memproduksi informasi. Masyarakat dapat memberikan berbagai informasi dalam bentuk pernyataan tertulis, suara, gambar maupun rekaman video mengenai suatu hal. Informasi tersebut disampaikan melalui jaringan internet yang dapat diakses oleh semua orang. Pemanfaatan teknologi ini menjadi suatu bentuk konvergensi media dalam menjaga produktivitas dan loyalitas khalayak.

Konvergensi media menjadi salah satu strategi dalam mengubah pola penggunaan media konvensional menjadi media digital. Hal ini dilakukan sebagai pendekatan kepada khalayak yang dilakukan perusahaan media untuk menjaga eksistensi dan loyalitas konsumen. Henry Jenkins menulis dalam bukunya yang berjudul *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006) mengenai konvergensi media yaitu pengaruh teknologi dengan memanfaatkan media yang berbeda dalam satu tujuan dan waktu yang bersamaan. Konvergensi media yang ditandai dengan perubahan teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki dampak pada pola pesan, konsumsi media, interaksi dan proses pembelajaran (Syam, 2021). Tiga strategi dasar dalam konvergensi media yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform. Multimedia dimaksudkan bahwa informasi yang diproduksi dan disajikan kepada audiens memiliki bentuk yang beragam seperti teks, foto, audio, animasi, video, maupun kombinasi diantaranya. Sedangkan multichannel yaitu memaksimalkan penggunaan berbagai saluran untuk mendistribusikan informasi kepada khalayak. Yang terakhir, multiplatform yaitu pemanfaatan berbagai bentuk perangkat atau alat yang dapat digunakan khalayak untuk mengakses informasi yang dibutuhkan.

Beberapa strategi tersebut tentunya didukung dengan pemanfaatan internet sebagai alat penunjang jaringan komunikasi dan informasi digital. Pengguna internet menunjukkan jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya. Menurut data terbaru APJII atau Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada Juni 2022 mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 210 juta orang. Selain itu, terdapat berbagai alasan penggunaan internet masyarakat Indonesia dengan urutan tertinggi yaitu bermedia sosial, layanan berita informasi, untuk bekerja atau bersekolah, mengakses layanan publik, menggunakan email, transaksi online dan lain sebagainya. Peluang yang tercipta dari penggunaan media sosial yang sangat tinggi dapat dimanfaatkan industri media dalam konvergensi untuk menjaga eksistensi dan menjangkau konsumen lebih luas. Hal ini juga dilakukan oleh Radio Maja FM Mojokerto dengan memanfaatkan berbagai bentuk media untuk menjaga eksistensi. Namun, berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan rendahnya tingkat interaksi audiens pada berbagai platform media. Facebook Suara MajaFm diikuti sebanyak 4.585 orang dan jumlah interaksi yang sangat rendah dapat dilihat dari jumlah like maupun comment di setiap postingan yang kurang dari puluhan. Pada akun instagram Maja FM menunjukkan angka pengikut yang tinggi yaitu 10,8 ribu orang dengan jumlah interaksi like dan comment yang rendah pula. Berdasarkan data tersebut, maka penelitian ini menjadi menarik untuk dilakukan dengan tujuan mengetahui metode pelaksanaan konvergensi media yang terjadi di radio Maja FM. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi dan penggunaan data sekunder penelitian.

Seperti yang terjadi pada RRI Pekanbaru dalam sebuah penelitian yang dilakukan Lathifah (2021) mengenai pelaksanaan konvergensi media radio. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa konvergensi media menjadi cara yang dilakukan untuk menjaga eksistensi di antara kemunculan berbagai media baru. Penelitian deskriptif kualitatif tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa RRI Pekanbaru terus berusaha mengikuti perkembangan teknologi sebagai bentuk konvergensi untuk mempertahankan eksistensi di era digital. RRI Pekanbaru juga memiliki berbagai bentuk adaptasi media baru seperti website rri.co.id, aplikasi RRI Play Go dan media sosial seperti Youtube Channel dan Instagram yang memudahkan akses audiens. Aktivitas tersebut berdampak pada karakter interaktif dan respon audiens secara langsung dari informasi yang disampaikan oleh penyiar.

Penelitian ini menjadi penting karena setiap lembaga penyiaran radio yang berkembang di suatu daerah memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan kegiatan usaha. Terutama dalam menjaga eksistensi media penyiaran radio di tengah media digital yang sangat pesat. Seperti dalam penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan dan pernyataan dalam penelitian ini. Setiawan (2021) dalam penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal) bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan industri radio dalam menghadapi era digital. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode deskriptif dan menghasilkan tiga poin penting sebagai kesimpulan. Pertama, radio Suara Salatiga telah melakukan konvergensi media melalui berbagai media digital seperti website, facebook dan Instagram. Kedua, melakukan aktivitas jumpa pendengar dan komunitas untuk menjaga loyalitas pendengar. Yang ketiga yaitu

melakukan perencanaan riset audiens dan evaluasi manajemen untuk mempertahankan eksistensi radio Suara Salatiga.

Disamping itu, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pemanfaatan strategi media berupa konvergensi dan konsep partisipasi masyarakat dalam proses produksi penyiaran. Konvergensi menjadi penting diterapkan dalam berbagai ruang kehidupan terutama media dan komunikasi (Arifin, 2015). Kedua unsur tersebut menjadi konsep gabungan yang belum dibahas secara bersamaan dalam penelitian lain untuk memahami strategi eksistensi radio sebagai media masa saat ini. Hasil penelitian ini juga dapat menampilkan hal-hal yang perlu diperhatikan oleh berbagai pihak dan stasiun penyiaran radio di dalam maupun luar negeri untuk mempersiapkan dan mengembangkan strategi produksi penyiaran radio.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menampilkan dan menjelaskan beberapa aspek dalam penyiaran radio seperti konvergensi dan partisipasi audiens. Penggunaan data dalam penelitian ditampilkan dalam data sekunder yang diperoleh dari observasi dan studi dokumen. Observasi yang dilakukan peneliti dengan memperhatikan berbagai sumber data yang diperoleh dari berbagai jenis media sosial resmi stasiun Radio Maja FM. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2022. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data terbaru dari interaksi dan hal yang berkaitan dengan topik penelitian. Studi dokumen diperoleh dalam beberapa artikel, berita, dan penelitian terdahulu yang dapat mendukung kebutuhan informasi sebagai data penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Maja FM merupakan stasiun penyiaran yang tergabung ke dalam PT. Radio Majapari Indah Suara Mojokerto. Perusahaan ini menjadi penyedia layanan telekomunikasi yang berlokasi di Prajurit Kulon, Kota Mojokerto. Stasiun radio yang menjadi unggulan perusahaan ini yaitu Maja FM pada frekuensi 100,7. Sejak tahun 2007, Maja FM telah mengudara untuk menyebarkan berbagai informasi yang terjadi di masyarakat. Radio Maja FM juga memanfaatkan berbagai media sebagai bentuk konvergensi untuk mempertahankan eksistensinya. Selain itu, radio tersebut dapat menjaga loyalitas pendengar dengan berbagai bentuk interaksi yang muncul. Beberapa tujuan tersebut dapat dianalisis dengan strategi konvergensi media dan teori participatory media culture oleh Henry Jenkins.

Teori konvergensi media menurut Henry Jenkins merupakan bentuk dari perubahan teknologi dengan memanfaatkan media yang berbeda dalam satu tujuan dan waktu yang bersamaan. Perubahan tersebut ditandai dengan perubahan penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang memiliki dampak pada pola pesan, konsumsi media, interaksi dan proses pembelajaran (Syam, 2021). Maja FM juga beradaptasi di dalam perkembangan zaman dengan melakukan konvergensi media. Namun, pada dasarnya konvergensi media radio ini tidak menghilangkan berbagai tugas dan peran dalam proses produksi tetapi hanya berubah dan berkembang. Proses produksi informasi melibatkan berbagai peran seperti manajer produksi,

produser, pengarah program, pengarah musik, operator produksi, penulis naskah dan penyiar. Kesadaran semua peran yang berjalan dalam proses produksi harus mendukung hasil yang maksimal dan menarik.

Produksi informasi di radio secara umum dikemas dengan teks yang berisi ringkasan berita dari media lain seperti koran atau peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat. Penyiar membacakan ringkasan tersebut dengan berbagai pendapat atau gagasan yang relevan dan aktual untuk menarik minat pendengar. Informasi tersebut juga disertai dengan latar belakang musik yang dapat memberikan hiburan bagi pendengar (Morrisan, 2008). Namun, penyiaran radio saat ini dimudahkan dengan perkembangan zaman yang menyediakan kemajuan teknologi. Penyiar dapat mencari berita atau informasi apapun yang berhubungan dengan topik siaran menggunakan perangkat dan jaringan internet. Perubahan ini juga menandai adanya konvergensi pada proses produksi informasi dalam penyiaran radio. Perkembangan teknologi berdampak pada tugas media penyiaran untuk membuat inovasi baru agar tetap bertahan. (Hayyi, 2022)

Selain itu, konvergensi yang terjadi juga berdampak pada masyarakat yang mendengarkan. Saat ini masyarakat memiliki akses yang mudah dan fleksibel untuk mendengarkan radio. Kemudahan yang terjadi didukung dengan konvergensi penyiaran radio melalui internet. Siaran yang dilakukan di stasiun radio disiarkan melalui frekuensi radio dan internet secara langsung dengan memanfaatkan fitur live streaming. Konsep tersebut memiliki keuntungan yang besar bagi stasiun penyiaran radio. Jangkauan pendengar yang luas dan hilangnya batasan ruang maupun waktu menjadi keuntungan yang dapat dimanfaatkan penyiaran radio. Hal ini juga dilakukan Radio Maja FM dengan memanfaatkan internet sebagai salah satu saluran siaran. Pendengar dapat mengakses siaran dan informasi yang disampaikan melalui website majamojokerto.net, Facebook E100,7 MajaFM, Twitter @majamojokerto, Instagram @maja_fm dan Youtube Maja FM Mojokerto Official.

Henry Jenkins juga berpendapat bahwa konvergensi media dapat dilihat dari aliran konten yang berada dalam berbagai platform media, kerja sama antar industri media, dan migrasi perilaku khalayak. Ketersediaan berbagai platform media menyebabkan kemudahan bagi setiap orang untuk dapat mengakses informasi atau konten siaran radio. Dalam era digital saat ini, media penyiaran radio memerlukan rancangan konten atau program siaran yang sesuai dengan kebutuhan audien (Sari, 2020). Adapun bentuk strategi yang menjadi dasar konvergensi media yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform. Dari beberapa strategi tersebut, dapat dipahami bahwa konvergensi media sudah dilakukan dan berpengaruh pada cara kerja produksi informasi Radio Maja FM.

Multimedia dimaksudkan bahwa informasi yang diproduksi dan disajikan kepada audiens memiliki bentuk yang beragam seperti teks, foto, audio, animasi, video, maupun kombinasi diantaranya. Bentuk informasi tersebut dapat disesuaikan dengan media massa yang digunakan untuk mendistribusikan kepada audiens. Hal ini dilakukan dengan tujuan menarik minat dan perhatian audiens dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

Hal ini dapat dilihat dari strategi multimedia yang digunakan. Maja FM memiliki

berbagai bentuk informasi yang ditampilkan pada beberapa pilihan media. Seperti dalam website majamojokerto.net yang menampilkan konten dalam berbagai kombinasi. Foto, audio, video, berita dan narasi yang terkait dengan peristiwa tertentu ditampilkan dengan penataan yangurut berdasarkan waktu terbaru. Ketersediaan berita yang memiliki keterkaitan dengan peristiwa yang sedang terjadi juga ditampilkan untuk mendukung keberagaman sudut pandang pembaca dalam memaknai peristiwa. Kombinasi bentuk informasi juga ditampilkan pada media sosial radio yaitu Instagram dan Youtube. Di dalam Instagram Maja FM menampilkan gambar dari peristiwa aktual yang terjadi di masyarakat dengan judul yang menarik. Informasi mengenai foto tersebut juga diberikan dengan menunjukkan keterangan, lokasi dan waktu suatu peristiwa. Berbeda dengan akun youtube Maja FM yang menampilkan berbagai video dan teks yang ditampilkan seperti program liputan.

Multichannel dilihat dari aktivitas media dalam memaksimalkan penggunaan berbagai saluran untuk mendistribusikan informasi kepada khalayak. Saluran yang digunakan media dapat berupa bentuk fisik maupun digital. Informasi yang disalurkan dapat diakses khalayak dengan menggunakan radio konvensional, website live streaming, dan media sosial. Berbagai saluran tersebut merupakan bagian dari konvergensi media multichannel. Radio Maja FM mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman dan mendekati audiens dengan memiliki beberapa saluran yang dapat diakses oleh masyarakat. Aktivitas penyiaran radio juga dapat langsung dinikmati pendengar melalui perangkat radio konvensional maupun live streaming melalui website.

Multiplatform berarti bahwa media memanfaatkan berbagai bentuk perangkat atau alat yang dapat digunakan khalayak untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Media menggunakan berbagai bentuk program atau aplikasi yang dapat digunakan pada berbagai perangkat. Seperti penggunaan website pada perangkat komputer dan laptop, aplikasi pada beberapa jenis smartphone dan tablet. Berbagai platform tersebut dapat memudahkan akses khalayak dan dapat menjaga eksistensi media. Keberagaman saluran tersebut juga menjadi bentuk multiplatform yang mendukung konvergensi media penyiaran radio. Maja FM dapat diakses pendengar melalui berbagai bentuk perangkat seperti radio, komputer, laptop, tablet dan handphone. Masyarakat dapat mendengarkan radio dari website maupun aplikasi yang tersedia dalam perangkat tertentu.

Ketiga strategi konvergensi tersebut dikelola manajemen stasiun radio untuk menyediakan informasi yang tepat dan cepat. Berita terkait suatu peristiwa didapatkan melalui laporan khalayak melalui media sosial maupun liputan wartawan yang memiliki kerja sama. Informasi yang didapatkan akan dikelola dan disampaikan melalui berbagai bentuk siaran. Peran dan tugas dari tim yang bekerja dibelakang penyiaran radio menjadi penting untuk kebenaran dan ketepatan informasi. Maja FM merupakan bagian dari PT. Maja Pari Indah Suara Mojokerto yang juga berbentuk media online dan dipimpin oleh Adi Setiarto. Tim yang berperan dalam mengelola informasi yaitu antara lain pimpinan redaksi, redaktur, koordinator liputan, tim sosial media, tim website dan reporter.

Bentuk konvergensi media yang dilakukan juga berpengaruh pada pola pendanaan pelaksanaan penyiaran. Berbagai pihak melakukan kerja sama dalam bidang pemasaran produk

dengan pilihan saluran media yang dimiliki Maja FM. Pendapatan yang berkelanjutan menjadi peluang ekonomi yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen radio. Hal ini juga menjadi bidang yang baru bagi penyiaran radio dengan berbagai bentuk iklan yang disepakati. Iklan dari produk tertentu dapat menjangkau masyarakat lebih luas dengan adanya konvergensi media. Perubahan tersebut juga menjadi kesempatan bagi produsen untuk mengenalkan produk mereka kepada masyarakat. Proses pemasaran yang dilakukan perusahaan dapat menjadi pertimbangan dalam menilai kekuatan media dalam menyebarkan informasi. Masyarakat juga dapat berinteraksi melalui berbagai saluran yang ada dengan memberikan respon atau tanggapan mengenai informasi yang ditampilkan.

Sedangkan dalam *participatory media culture theory*, media memberikan ruang bagi masyarakat untuk berperan dalam menyikapi suatu informasi. Partisipasi masyarakat dalam penyiaran radio dapat menjadi tolok ukur kesuksesan dalam mengukur aksesibilitas dan jangkauan terpaan media. Konvergensi yang dilakukan suatu media dapat menimbulkan berbagai respon dari masyarakat. Respon tersebut disampaikan melalui berbagai bentuk saluran pilihan yang dapat diakses semua orang. Menurut Jenkins, dalam konvergensi menunjukkan keterlibatan media baru dalam pelaksanaan proses produksi informasi. Hal ini dimaksudkan bahwa media baru yang terlibat adalah jaringan internet. Media baru tersebut memberikan kesempatan yang besar dalam menjangkau khalayak yang sangat luas. Saat ini masyarakat dapat mengambil peran baru dalam penerimaan informasi dari media radio dengan kemudahan akses yang diberikan.

Masyarakat dapat berperan sebagai konsumen sekaligus produsen informasi dalam media massa, termasuk radio. Peran ini mungkin sudah berlangsung dari penerapan penggunaan telepon interaktif yang tersambung langsung dengan siaran radio. Namun, perkembangan digital saat ini memberikan berbagai pilihan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berpartisipasi. Henry Jenkins (2009) berpendapat bahwa Participatory Media Culture Theory merupakan kemampuan individu dalam menanggapi konten media baik berupa informasi atau aktivitas program tertentu dalam menguraikan dan menciptakan makna sendiri terhadap produk media yang disajikan. Teknologi yang berkembang dan digunakan media dapat mendorong adanya interaksi atau partisipasi masyarakat sebagai produsen informasi. Teori ini berasumsi pada respon yang diberikan masyarakat secara aktif dan kreatif sebagai bentuk kontribusi kepada media tertentu.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa Radio Maja FM telah memberikan ruang publik secara terbuka dalam menyampaikan berbagai respon terhadap informasi yang disajikan. Keterbukaan media juga menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menilai interaksi antara media dengan konsumen informasi. Selain itu, masyarakat juga dapat berperan sebagai produsen informasi dengan memberikan keterangan tertentu melalui berbagai kontak interaktif yang disediakan Maja FM. Radio Maja FM telah menyediakan kolom komentar di setiap unggahan yang ada di sosial media radio. Respon yang beragam dari khalayak juga mampu memberikan sudut pandang yang berbeda dari setiap individu mengenai suatu peristiwa.

Jumlah interaksi yang tercipta juga berdampak pada penilaian pihak lain terkait jangkauan terpaan media yang diperoleh. Pemanfaatan jaringan internet dalam menyediakan

berbagai akses publik dapat mendukung pengembangan interaksi media dengan khalayak. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan pihak lain terutama perusahaan dalam menggunakan media sebagai alat pemasaran. Pertimbangan tersebut berdampak pada aktivitas ekonomi di antara pihak tertentu. Keputusan pemilihan media didasari dengan anggaran yang telah ditentukan perusahaan. Namun, dengan menggunakan teknologi secara maksimal, media dapat menentukan harga dari kerja sama yang akan disepakati. Interaksi yang muncul dengan berbagai format media dapat mendorong adanya perubahan produksi, distribusi konten dan ruang pertemuan dari semua pihak. (Adiprasetyo, 2020)

Adapun beberapa pihak yang menjadi sumber pendapatan di dalam Radio Maja FM melalui pemasangan iklan pada berbagai saluran yang ada. Seperti pada iklan website, promosi dalam media sosial, iklan spot radio, iklan wawancara dan iklan *adlibs*. Beragam perusahaan yang menggunakan media Maja FM sebagai alat pemasaran yaitu produk pasta gigi, otomotif, konstruksi, kosmetik, kuliner, dan penyelenggara acara tertentu. Pendapatan Radio Maja FM berasal dari tarif iklan yang sudah ditentukan mulai dari Rp 200.000 hingga jutaan rupiah tergantung format yang dipilih. Peningkatan pendapatan iklan dapat dikaitkan dengan hubungan antara interaksi audiens dengan media. Jumlah pendengar siaran radio berpengaruh positif terhadap pendapatan iklan (Raisid, 2015). Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar jumlah audiens, maka semakin besar pengiklan yang berusaha memasukkan produk ke dalam program siaran dan meningkatkan pendapatan radio.

Dari penjelasan dan peluang ekonomi yang ada, maka penting bagi media untuk tetap mempertahankan loyalitas audiens pada era digital saat ini. Perkembangan teknologi digital pada media baru menjadi hal yang menarik bagi audiens dengan melihat konten dalam menjaga kehidupan media radio (Pratamayudha, 2018). Berikut beberapa strategi dalam mempertahankan audiens secara efektif yang pertama yaitu mengenal audiens. Pemilihan identifikasi target informasi menjadi langkah pertama dalam proses produksi dalam suatu media. Tujuan dari penentuan target audiens ini memudahkan dalam penerimaan informasi yang sesuai dengan karakteristik audiens. Kedua, menyusun pesan dengan menampilkan informasi yang disajikan memiliki kecepatan dan ketepatan akses bagi para penerima. Kecepatan pesan merupakan suatu kebaruan mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Sedangkan ketepatan berarti bahwa kebenaran dan kejelasan dari informasi sehingga menarik perhatian masyarakat. Ketiga, menentukan metode seperti proses penyampaian pesan menggunakan berbagai cara dengan memanfaatkan pilihan saluran yang ada. Cara pelaksanaannya dapat dilakukan dengan berulang maupun menyajikan informasi tetap seperti dalam website. Penyampaian pesan dapat ditujukan sebagai metode informatif, edukatif maupun persuasif. Yang keempat adalah pemilihan media komunikasi dalam menyampaikan informasi untuk meningkatkan sasaran komunikasi. Pilihan media yang menjadi saluran informasi memberikan kemudahan akses bagi khalayak luas. Saluran yang berbasis internet memiliki keunggulan dalam kebebasan interaksi dan jangkauan yang dapat dicapai.

Maja FM telah menentukan target audiens dengan rentang usia remaja hingga orang dewasa. Target utama dari penyiaran yang dilakukan merupakan warga Kota/Kabupaten Mojokerto dan sekitarnya. Namun, dengan adanya konvergensi media target siaran informasi

menjadi sangat luas di seluruh wilayah Indonesia, bahkan negara lain dengan memanfaatkan jaringan internet. Internet juga menjadi perantara media massa yang mudah untuk diterima oleh semua orang di seluruh dunia saat ini dengan menerapkan sistem platform (Harliantara, 2016). Konvergensi radio dapat memberikan manfaat dalam memperluas audiens dengan menerapkan konvergensi ruang redaksi, struktural, penyajian informasi dan interaksi secara langsung (Ningrum, 2021). Pesan yang disampaikan juga beragam dan berkaitan dengan peristiwa di sekitar kehidupan masyarakat seperti berita nasional, warta kota, kesehatan, kriminal, dan berita hiburan. Masyarakat dapat memilih berita yang tersedia dalam website dan media sosial Radio Maja FM. Berita yang disajikan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, edukasi dan persuasive juga ditampilkan dalam pengemasan informasi yang menarik. Metode yang digunakan juga mengadaptasi perkembangan era digital yang ada. Siaran radio dapat dinikmati melalui perangkat radio, website live streaming maupun aplikasi pada perangkat tertentu. Produktivitas penyiaran dan interaktivitas menjadi hal yang sangat penting diperhatikan dalam penerapan konvergensi media. (Tyas, 2019)

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa eksistensi Radio Maja FM dapat dipertahankan dengan melakukan strategi konvergensi media. Pelaksanaan konvergensi didukung dengan pemanfaatan jaringan internet dan tiga konsep keberagaman konvergensi. Multimedia, multichannel, dan multiplatform yang memberikan beragam bentuk informasi untuk menarik minat audiens. Berbagai pilihan saluran seperti website, sosial media maupun aplikasi juga dapat diakses masyarakat luas. saluran tersebut dapat diakses melalui berbagai jenis perangkat yang dimiliki seperti radio, komputer, laptop, tablet atau handphone. Proses produksi informasi juga berubah menyesuaikan perkembangan teknologi. Awalnya, informasi yang disampaikan dalam siaran radio berasal dari berita surat kabar atau wartawan secara langsung. Namun, saat ini berita yang disampaikan dan disajikan dapat diakses secara luas dan bebas melalui perangkat komputer berbasis internet. Peluang ekonomi juga tercipta melalui jangkauan media sosial dari stasiun radio yang ada. Hal ini dapat menjadi bisnis pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan manajemen radio. Dalam budaya partisipasi media menampilkan bahwa Radio Maja FM telah mengedepankan keterlibatan masyarakat dalam merespon informasi. Masyarakat diberikan ruang untuk berkomentar atau memberi informasi sebagai indikator aksesibilitas dan jangkauan media. Keterangan yang diberikan masyarakat terkait suatu peristiwa yang terjadi menempatkan peran konsumen sekaligus produsen informasi. Dari kesimpulan tersebut, adapun saran yang dapat diberikan peneliti dalam mempertahankan eksistensi radio. Manajemen Radio Maja FM harus meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang ditampilkan dalam berbagai saluran yang ada. Kecepatan, kebenaran dan konsistensi menjadi kunci utama dalam menyajikan informasi bagi masyarakat luas. Tampilan dan format yang menarik dapat mendorong minat audiens untuk tetap berkontribusi dalam mengakses dan menanggapi informasi. Selain itu, peningkatan kemampuan tim juga perlu diperhatikan dalam memaksimalkan semua saluran yang tersedia. Hal ini bertujuan agar loyalitas dan aksesibilitas audiens tetap terjaga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiprasetyo, J., & Wibowo, K. A. (2020). Konvergensi jurnalisme: Reorganisasi, komodifikasi dan eksploitasi. *Komunikasi Organisasi dalam Era Post-Modern*, 501-509.
- Arifin, Tommy .S.N. & Agustina, D.P. (2015). *Konvergensi Media: Implikasi terhadap Ilmu Komunikasi dan Media*. Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Asy'ari, N. A. S., & Marantika, N. (2020). Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio. dalam *Jurnal Studi Komunikasi. Indonesian Journal of Communications Studies*, 4(1), 203.
- Harliantara. (2016). *On Air to Online: Pengantar Penyiaran Radio*. Jakarta: Broadcastmagz Publisher.
- Hasan Fanani, I. (2021). *Analisis Strategi Konvergensi Media Digital Pada Radio Duta Nusantara Ponorogo*. Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo.
- Hayyi, A. (2022). *Strategi Konvergensi Radio: Studi Deskriptif Terhadap Kegiatan Konvergensi Live Visual Radio 98.4 FM Prambors Bandung*. Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Ikatan Bangkir Indonesia. (2017). *Strategi Sukses Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture*. London: The MIT Press.
- Lathifah, K. & Ismandianto, I. (2021). Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19 dalam *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130-142.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Ningrum, A. F., & Adiprasetyo, J. (2021). Cirebon radio: Adaptasi jurnalisme penyiaran lokal di era konvergensi. dalam *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 4(2), 147-164.
- Octavia, W. S. (2021). *Budaya Partisipasi Penulisan Berita pada Media Online: Etnografi Virtual pada Komunitas Virtual Kompasiana*. Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Pratamayudha, F. C. (2018). *Strategi Pengelolaan Radio Polaris FM Dalam Menghadapi Era Konvergensi Media*. Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya, Malang.
- Rahmitasari, D.H., (2017). *Manajemen Media Di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Raisid, F. I., & Setiawan, A. H. (2015). *Analisis Pengaruh Tarif Iklan, Jumlah Pendengar, Pajak Iklan dan Jumlah Perusahaan yang Beriklan Terhadap Penerimaan Pendapatan Iklan di Stasiun Radio Prambors Semarang*. Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.

Sari, I. N. (2020). *Problematika Lembaga Stasiun Radio Suara Daya Indah (SDI) Kabupaten Bone dalam Menghadapi Persaingan Konten di Era Industri 4.0*. Doctoral dissertation, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Bone.

Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar di Era Digital (Studi Konvergensi Media dengan Pendekatan Budaya Lokal) dalam *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159-174.

Syam, K. N. F. B. (2021). *Mediamorfosis Radio Lazuar 94,1 FM dalam Persaingan Industri Media*. Bachelor's Thesis. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Tyas, Widi W. (2019). *Konvergensi Media di Radio Gadjahmada FM Semarang*. Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

Wenida, H. (2019). *Konvergensi Media Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Penerapan Konvergensi Media di Lembaga Penyiaran Publik RRI Yogyakarta dalam Upaya Mempertahankan Audiens)*. Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana, Yogyakarta.