



Strategi Konvergensi Digital Radio KISI 93.4 FM sebagai Upaya Meningkatkan Pendengar dalam Program “Music by Request”

Heryandi supriadi¹, Annory Langga'o^{2*}, Intan Tri Kusumaningtias³

^{1,2,3}Universitas Pakuan, Indonesia

Alamat: Jl Pakuan, Rt.02/Rw.0.6, Tegallega, kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor

Korespondensi penulis: annory@unpak.ac.id

Abstract. *Radio remains popular due to its intimate and personal nature, despite facing challenges from the advancement of digital technology. Radio Kisi FM Bogor has responded to this by implementing a digital convergence strategy, particularly in the Kisi Music By Request program. This study aims to analyze the digital convergence strategy implemented in efforts to increase listenership, as well as the challenges and solutions encountered. The research uses a descriptive qualitative approach with the theory of media convergence by Pavlik. The study was conducted at Radio Kisi 93.4 FM Bogor from June to December 2024. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and analyzed using the Miles & Huberman model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The digital convergence strategy implemented by Radio Kisi FM Bogor has proven effective in enhancing the competitiveness of the Kisi Music By Request program through the utilization of technology, increased audience interaction, and adaptation to the dynamics of the modern broadcasting industry. This study shows that the integrated implementation of a digital convergence strategy can enhance the competitiveness of local radio in the digital era through technological optimization, audience engagement, and adaptation to the development of new media.*

Keywords: *Digital Convergence; Audience Engagement; Digital Technology Development; Radio;*

Abstrak. Radio tetap diminati karena sifatnya yang akrab dan personal, meskipun menghadapi tantangan dari perkembangan teknologi digital. Radio Kisi FM Bogor merespons hal ini dengan menerapkan strategi konvergensi digital khususnya dalam program Kisi Music By Request. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi konvergensi digital yang diterapkan dalam upaya peningkatan pendengar, serta kendala dan solusi yang dihadapi. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teori konvergensi media menurut Pavlik. Penelitian dilakukan di Radio Kisi 93.4 FM Bogor pada Juni - Desember 2024. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan model Miles & Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Strategi konvergensi digital yang diterapkan Radio Kisi FM Bogor terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing program Kisi Music By Request melalui pemanfaatan teknologi, peningkatan interaksi audiens, dan adaptasi terhadap dinamika industri penyiaran modern. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi konvergensi digital secara terpadu mampu meningkatkan daya saing radio lokal di era digital, melalui optimalisasi teknologi, keterlibatan audiens, dan adaptasi terhadap perkembangan media baru.

Kata kunci: Konvergensi Digital; Peningkatan Pendengar; Perkembangan Teknologi Digital; Radio;

1. LATAR BELAKANG

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Habibie, 2018).

Perkembangan teknologi digital memberikan alternatif bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan hiburan, yang mengurangi minat terhadap radio. Namun, kebutuhan akan

informasi dan hiburan membuat radio tetap diminati. Untuk bersaing dengan media baru, radio harus berinovasi dan beradaptasi, mendorong munculnya konvergensi media.

Nielsen Radio Audience Measurement mencatat bahwa pendengar radio masih menempati angka 38%, hal tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki pendengar setia. Selain itu, kemunculan internet membuat media penyiaran memiliki pesaing untuk mendapatkan iklan, padahal iklan merupakan sumber pendapatan bagi media penyiaran tersebut. Namun, saat ini, banyak sekali iklan yang lebih memilih memasang di internet, website, ataupun media social (Anindita, 2017).

Dalam konvergensi media, bukan sekadar tentang penyatuan media massa dengan media baru, tapi, dalam manajemen pun, akan ada beberapa yang berubah. Publikasi yang dilakukan oleh radio pun tentu akan memiliki perbedaan, interaksi yang dilakukan oleh radio dengan pendengar pun tentu berbeda setelah munculnya *new media*, dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram, bahkan Youtube.

Media dalam kehidupan manusia menjadi penting seiring dengan hadirnya banyak media di tengah masyarakat. Kehadiran media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Kondisi dari setiap media dewasa ini, terutama setelah hadirnya media sosial sangat memperluas cakupan komunikasi manusia (E. Nur, 2021).

Radio Kisi FM Bogor, sebagai salah satu lembaga penyiaran swasta di Indonesia, menghadapi penurunan jumlah pendengar akibat munculnya media baru. Untuk bertahan dan memenuhi kebutuhan pendengarnya, Radio Kisi FM Bogor mengimplementasikan strategi konvergensi digital melalui berbagai media seperti streaming, media sosial, dan aplikasi *mobile*.

RADIO	Survey #3
Total	15,699
1 OTHER	5,322
2 PRAMBORS	1,958
3 GEN FM	1,621
4 JOOX	1,447
5 I-RADIO	926
6 ELSHINTA	963
7 ELGANGA	1,345
8 BENS	867
9 DELTA FM	832
10 SPOTIFY	1,083
11 BAHANA	562
12 RADIO RDI	495
13 MERSI	502
14 MEGASWARA	487
15 SONORA	402
16 DAKTA	308
17 CBB	303
18 FEMALE	230
19 KISI	195
20 POP FM	234

Gambar 1. Data Survei Pendengar AC Nielsen 2021

Sumber: Data perusahaan

Dari gambar diatas, Radio KISI FM mendapatkan point sebanyak 195 atau point terendah di antara Radio pesaing, point yang di dapat oleh KISI FM dibandingkan Radio yang sudah Berjaya seperti Prambors Radio dan Gen FM sebanyak hamper 1.000 point.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konvergensi digital menjadi strategi penting bagi radio untuk tetap relevan dan bersaing di era digital. Radio Walisongo berhasil memanfaatkan media online seperti website dan media sosial untuk menjalin kedekatan dengan pendengar (Prasetyo, 2020). Trax FM Palembang mengadopsi teknologi untuk tetap terhubung dengan pendengar meski di tengah pandemi (Al-Fariqah, 2022). Praktik konvergensi media dilakukan Radio Sonora Jakarta melalui kerja sama dengan Harian Kompas untuk pengolahan konten yang lebih interaktif (Noviawati, 2023). Sementara itu peluncuran aplikasi RRI Digital oleh RRI Makassar memungkinkan pendengar mengakses siaran kapan saja, meski belum mampu menggantikan hiburan utama (P. Nur, 2024). RRI Semarang berhasil mengoptimalkan berbagai platform digital untuk memenuhi kebutuhan konsumsi informasi audiens (Maghriza et al., 2024).

Meskipun studi-studi sebelumnya memberikan wawasan tentang konvergensi media di radio, sebagian besar hanya fokus pada pemanfaatan media digital tanpa mengkaji proses konvergensi secara menyeluruh, termasuk produksi siaran, pembuatan konten promosi, interaksi dengan pendengar, distribusi, pengelolaan data, dan evaluasi program. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana Radio Kisi FM Bogor menerapkan strategi konvergensi secara menyeluruh, mulai dari produksi konten hingga evaluasi program, termasuk penggunaan berbagai platform digital dan interaksi dengan *audiens*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini bisa diuraikan sebagai berikut: (1) Bagaimana konvergensi digital di Radio Kisi FM Bogor dalam program *Kisi Music By Request?*, (2) Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendengar dalam program tersebut?, (3) Bagaimana kendala dan solusi dalam menerapkan konvergensi digital di Radio Kisi FM Bogor?

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konvergensi digital yang diterapkan di Radio Kisi FM Bogor, menganalisis upaya peningkatan jumlah pendengar, serta mengidentifikasi kendala dan solusi dalam penerapan konvergensi digital di program *Kisi Music By Request*.

2. KAJIAN TEORITIS

John R Bittner (1980) mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Masyarakat industri yang dimaksud adalah proses memproduksi dalam komunikasi massa tidak dapat dilakukan secara individual melainkan harus dilakukan oleh lembaga yang memiliki teknologi tertentu. Hasil dari produksi dalam komunikasi massa adalah pesan-pesan komunikasi, yang disebar dan di distribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan, bulanan (Syafriana, 2022).

Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada Masyarakat. Menurut Bungin (2006) media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya (Habibie, 2018).

Internet merupakan hasil kecanggihan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Internet adalah jaringan komunikasi global terbuka yang menghubungkan banyak jaringan komputer dengan puncak dan jenis yang berbeda melalui mode komunikasi seperti telepon dan satelit (Gymnastiar *et al.*, 2024).

Website menurut Sadeghi (2012) merupakan salah satu bentuk dari new media yang menawarkan kemudahan dalam pemberian maupun pencarian informasi. Secara analogi, *website* merupakan sebuah wujud identitas sebuah lembaga didunia digital, melalui *website*, institusi atau lembaga dapat dikenal lalu membentuk citra yang mereka bawa kepada Masyarakat (Arifiyanto *et al.*, 2019).

Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Asy'ari & Luthfi, 2018).

H.A. Widjaja (2000) mengatakan radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, mobil, dan dilepas dimana saja. Dalam pengertian lain radio siaran adalah media komunikasi yang memiliki efektifitas tinggi dalam menyampaikan pesan, meski di sisi lain juga memiliki kelemahan (Kustiawan *et al.*, 2022).

Konvergensi media menurut Jenkins (2008) adalah persimpangan antara media lama dan baru, yang mencakup aliran konten antara berbagai platform media, kerjasama antara industri media, dan perubahan perilaku audiens. Konvergensi media tidak hanya melibatkan pergeseran

teknologi, tetapi juga perubahan dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru (Rachmaria & Dewi, 2018).

Menurut Pavlik Dalam dunia penyiaran (*broadcasting*), konvergensi media adalah penggabungan semua jenis media dalam bentuk digital, yang dianggap memberi perkembangan positif bagi media dengan biaya lebih rendah. konvergensi media melibatkan integrasi mendalam antara teknologi, industri, dan budaya, yang tidak hanya mengubah cara konten diproduksi dan dikonsumsi, tetapi juga merubah dinamika industri media secara keseluruhan. Hal ini mendorong perubahan dalam model bisnis, regulasi, dan pola konsumsi media masyarakat. Lima Area dalam Konvergensi Penyiaran menurut Pavlik: (1) Broadcasting Tools, (2) Storage Technologies, (3) Editing (Post-Production), (4) Distribution, (5) Streaming Audio-Visual (Kristiyono, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Nawawi (2003), penelitian kualitatif deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap masalah sosial atau kemanusiaan (Khasna, Lathifah, 2021).

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley (1980) dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu (Baba, 2017).

Subjek penelitian adalah key informan, seperti Station Manager Dhani Ramdani, Program Director Rendi Almonrista, dan Penyiar Putri Indriani, serta objek penelitian yaitu Radio Kisi FM Bogor sebagai media massa tradisional yang menerapkan strategi konvergensi digital. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan pengumpulan data primer dan sekunder.

Teori yang digunakan yaitu teori Konvergensi dari Pavlik, beliau mengatakan bahwa teori konvergensi mengacu pada fenomena, dimana teknologi, industry dan budaya media saling berintegrasi secara mendalam. Dalam media, konvergensi melibatkan 5 area dalam proses

penyiaran yaitu: 1) Broadcasting Tools, 2) Post Production (Editing), 3) Storage Technologies, 4) Distribution dan 5) Streaming Audio Visual (Kristiono, 2022).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini mencakup: (1) observasi. partisipatif yang berarti peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, (2) Wawancara. menggunakan petunjuk umum yang dimana mengharuskan pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan berurutan dan wawancara baku terbuka dengan menggunakan seperangkat pertanyaan baku, dan (3) Dokumentasi. dilakukan dengan pengambilan gambar oleh peneliti dokumen lainnya untuk memperkuat hasil penelitian (Sugiyono, 2017).

Analisis data menggunakan metode analisis Miles dan Huberman yaitu: (1) Pengumpulan data. Dengan Observasi, Wawancara Mendalam dan Dokumentasi atau gabungan ketiganya (*triangulasi*), (2) Reduksi data. Yang berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, (3) Penyajian data. Bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya, dan (4) Penarikan kesimpulan. Yang merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis peroleh melalui penelitian (Sugiyono, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Konvergensi Digital Radio Kisi 93,4 FM Bogor Sebagai Upaya Meningkatkan Pendengar Dalam Program "Music By Request".

Strategi konvergensi digital Radio KISI FM, khususnya dalam program *Kisi Music By Request*, merujuk pada teori konvergensi media John V. Pavlik (2008) , yang mencakup lima aspek utama: tools, distribution, streaming audiovisual, storage, dan post-production (Kristiyono, 2023). Melalui pendekatan ini, KISI FM bertransformasi secara teknologi dan budaya media untuk tetap relevan dan kompetitif di era digital.

Dalam penelitian ini, terlihat bahwa Radio KISI FM telah berupaya menerapkan kelima aspek tersebut secara terpadu sebagai bagian dari strategi meningkatkan jumlah pendengar, khususnya dalam program unggulan *Kisi Music By Request*. Kesadaran bahwa aspek-aspek ini harus berjalan secara sinergis menjadi dasar pemikiran dalam pengembangan sistem siar dan penyajian konten radio. Namun demikian, masih terdapat tantangan yang dihadapi, terutama pada aspek *broadcasting tools*.

a) **Broadcasting Tools (Peralatan Penyiaran)**

Peralatan siar menjadi fondasi utama dalam penerapan konvergensi digital karena berpengaruh langsung terhadap keberhasilan aspek lainnya. Radio KISI FM Bogor, meskipun sudah memulai langkah konvergensi digital, tetap menghadapi kendala dalam hal kelengkapan dan kualitas alat siar. Hal ini menunjukkan bahwa kesiapan teknis, khususnya alat siar, sangat menentukan sejauh mana strategi konvergensi dapat berjalan optimal dan berdampak pada peningkatan jumlah pendengar.

Peralatan seperti komputer streaming, komputer *on-air*, *gadget*, *mixer digital*, hingga fitur-fitur seperti *sound effect* dan pengubah vokal digunakan untuk meningkatkan kualitas siaran dan keterlibatan pendengar. Transformasi ini memungkinkan interaksi yang lebih luas melalui *platform* seperti WhatsApp, Instagram, dan media sosial lainnya, serta mendukung proses riset audiens berbasis digital.



Gambar 2. Broadcasting Tools Program siaran
kisi Music By Request

Meskipun belum sepenuhnya maksimal dalam hal perangkat, upaya pembaruan teknologi ini mencerminkan adaptasi radio terhadap era digital yang menegaskan bahwa aspek *tools* dalam konvergensi digital memainkan peran vital dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah perubahan lanskap media.

b) **Post Production (Penyuntingan)**

Proses *post-production* di Radio Kisi FM mencerminkan integrasi teknologi digital yang mendukung pengelolaan konten audio, video, dan visual secara efisien. Pemanfaatan *software* umum seperti Adobe Audition dan Premiere menunjukkan fleksibilitas dalam mengolah berbagai format konten, baik untuk keperluan siaran, promosi, hingga media sosial. Proses editing dilakukan oleh tim khusus dengan pendekatan kolaboratif yang mempertimbangkan kesesuaian konten terhadap visi radio sebagai media keluarga. Konten hasil rekaman siaran tidak hanya disiarkan, tetapi juga diedit ulang menjadi teaser, promo, atau konten visual yang menarik.

Kisi FM juga mulai mengembangkan konten *on-demand* untuk menjangkau audiens yang menginginkan fleksibilitas akses, seperti podcast, teaser, promo dan konten program yang bisa diakses kapan saja melalui media sosial. Hal ini menyesuaikan dengan tren konsumsi media yang bergeser ke arah personalisasi dan kenyamanan pengguna. Walaupun masih terdapat kendala pada aspek SDM dan kelengkapan alat, Kisi FM tetap berupaya mengatasinya dengan program magang dan pemanfaatan peralatan yang ada.



Gambar 3. Peralatan Post-Production Video

Post-production menjadi krusial dalam menciptakan konten menarik, relevan, dan kompetitif di era konvergensi digital.

c) Streaming Audio Visual

Radio sebagai dunia profesional broadcasting terus mengalami perkembangan signifikan seiring dengan konvergensi media dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Salah satu strategi konvergensi digital yang dilakukan oleh radio adalah dengan mengadopsi teknologi streaming audio-visual guna memperluas jangkauan dan menarik lebih banyak pendengar. Hal ini juga dilakukan oleh Radio Kisi FM yang mengembangkan sistem streaming agar pendengar tidak hanya bisa mendengarkan, tetapi juga menyaksikan proses siaran secara langsung melalui internet, kapan saja dan di mana saja.

Teknologi streaming juga menjadi solusi efektif bagi Radio Kisi FM dalam menyebarluaskan program seperti Kisi Music By Request, mengatasi batasan jangkauan sinyal FM yang terikat oleh peraturan frekuensi dan risiko interferensi. Melalui streaming, program tersebut dapat diakses tanpa batasan geografis, memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi para pendengar.



Gambar 4. Website Streaming Radio

Kisi FM Bogor

Interaksi dengan pendengar menjadi salah satu keunggulan dari teknologi streaming audio-visual. Meskipun Radio Kisi FM belum menyediakan fitur interaktif seperti *live chat* atau *polling* di platform *streaming*-nya, mereka tetap memanfaatkan media sosial untuk menjaga interaksi selama siaran, termasuk fitur polling di Instagram.

Namun, teknologi streaming juga membawa tantangan teknis. Di Radio Kisi FM, tantangan sering muncul dari sisi perangkat komputer yang digunakan untuk streaming, seperti gangguan teknis atau tiba-tiba mati.

Konvergensi digital telah membuka peluang bagi stasiun radio untuk mendistribusikan program-program mereka, tidak hanya selama siaran langsung, tetapi juga melalui konten on-demand yang dapat diakses kapan saja. Radio Kisi FM Bogor, misalnya, memanfaatkan media sosial sebagai saluran distribusi untuk memperkenalkan program-program mereka, termasuk *Kisi Music By Request*, dan untuk meningkatkan pengenalan program. Dengan menggunakan berbagai platform, stasiun radio bisa menjangkau audiens yang lebih banyak dan lebih beragam.

d) Distribution (Distribusi)

Selain itu, pemilihan platform distribusi yang tepat juga sangat penting. Radio Kisi FM Bogor memilih untuk mendistribusikan kontennya melalui platform yang paling banyak digunakan oleh audiens mereka, seperti media sosial, tanpa ada pemilihan khusus. Meskipun tidak ada cara khusus dalam memilih platform, penting untuk memastikan bahwa konten yang dibagikan tetap relevan dengan preferensi audiens dan bisa menarik perhatian mereka.



Gambar 5. Platform Distribusi konten dan promosi melalui tiktok, Instagram dan facebook

Untuk memastikan efektivitas pendistribusian konten, stasiun radio memanfaatkan fitur insight yang ada pada platform media sosial. Dengan menggunakan data ini, mereka dapat memantau seberapa banyak audiens yang terjangkau dan bagaimana respons mereka terhadap konten yang dibagikan. Dengan demikian, mereka bisa menyesuaikan strategi distribusi untuk meningkatkan keterlibatan dan menjaga relevansi konten yang disajikan.

Dengan memanfaatkan teknologi digital dan platform-platform media sosial, stasiun radio seperti Radio Kisi FM Bogor dapat mendistribusikan konten mereka secara lebih luas dan efektif. Meskipun ada tantangan dalam pembuatan konten dan pemilihan platform, perkembangan teknologi tetap memberikan banyak peluang bagi stasiun radio untuk menjangkau audiens yang lebih banyak dan memastikan konten tetap relevan dan mudah diakses.

e) Storage Technologies (Teknologi Penyimpanan)

Radio Kisi FM menggunakan software Audio Logger untuk mengelola data siaran secara otomatis. Data siaran dan rekaman disimpan selama lebih dari dua tahun, dan beberapa konten berkualitas tinggi digunakan untuk promosi. Selain itu, mereka juga menyimpan data interaksi dengan pendengar dan menggunakan teknologi penyimpanan untuk memudahkan promosi dan evaluasi program.

Sistem penyimpanan digital yang diterapkan memungkinkan kedua radio ini untuk menganalisis tren dan mengevaluasi kinerja program berdasarkan feedback pendengar. Dengan mengelola data dengan baik, radio dapat memperbaiki dan mengembangkan konten mereka untuk menarik lebih banyak audiens. Data siaran dan interaksi dengan pendengar juga digunakan untuk promosi, baik melalui siaran on-air maupun media sosial.

Kendala yang dihadapi Radio Kisi FM meliputi keterbatasan peralatan dan SDM, yang menghambat hasil maksimal dalam konvergensi digital. Mereka juga menghadapi

persaingan dari radio lain yang lebih maju dalam teknologi dan distribusi konten, serta banyaknya konten kreator baru yang mendominasi media digital. Untuk mengatasi hal ini, mereka terus mengikuti perkembangan media baru dan beradaptasi dengan kebutuhan audiens.

Meskipun ada beberapa kendala, penerapan konvergensi digital di kedua radio ini memberikan dampak positif, terutama dalam hal pengelolaan data dan interaksi dengan pendengar. Namun, peningkatan pendengar dan keterlibatan audiens masih membutuhkan perbaikan lebih lanjut, terutama terkait dengan keterbatasan sumber daya dan peralatan yang ada.

Secara keseluruhan, meskipun ada tantangan dalam hal peralatan, SDM, dan branding, konvergensi digital memberikan peluang besar untuk pengelolaan data yang lebih efisien, promosi konten yang lebih luas, dan evaluasi kinerja program yang lebih baik, yang dapat membantu kedua radio meningkatkan kualitas siaran dan relevansi mereka di pasar media yang semakin kompetitif.

2. Bagaimana Upaya Meningkatkan jumlah Pendengar Dalam Program “Music By request”. KISI FM Bogor

Selain melalui konvergensi digital, Radio Kisi FM Bogor juga melakukan berbagai upaya lain untuk meningkatkan jumlah pendengar dalam program Kisi Music By Request. Upaya ini mencakup langkah-langkah untuk menarik perhatian pendengar, mempertahankan loyalitas pendengar yang sudah ada, dan memperluas jangkauan audiens. Langkah-langkah tersebut meliputi penggunaan teknologi konvergensi, peningkatan kualitas interaksi antara penyiar dan pendengar, serta penyusunan konten yang relevan dan menarik. Semua upaya ini dilakukan untuk memenuhi harapan pendengar, meningkatkan rating pendengaran, dan mencapai keberhasilan dalam program siaran yang diinginkan oleh pihak stasiun radio.

Kisi Music By Request memanfaatkan kerja sama dengan penyelenggara festival dan media partner untuk memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan promosi program. Kegiatan seperti giveaway dan nonton bersama juga dilakukan untuk mempererat hubungan dengan pendengar, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat loyalitas audiens. Selain itu, Radio Kisi FM juga aktif menjadi media partner atau promotor brand, yang memungkinkan pendengar untuk tidak hanya menikmati siaran tetapi juga terlibat langsung dalam acara yang diselenggarakan. Hal ini memperkuat hubungan antara program dan audiens, serta meningkatkan loyalitas pendengar.

Program Kisi Music By Request berusaha menyesuaikan tema dan pemilihan lagu dengan selera pendengar. Setiap hari, tema yang diangkat dirancang untuk menarik minat pendengar dan mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam pengiriman permintaan lagu. Tema yang bervariasi dan kebebasan bagi pendengar untuk mengirimkan permintaan lagu tanpa batasan juga membuat program lebih menarik.

Selain itu, Kisi Music By Request mengadakan talkshow yang tidak hanya membahas musik, tetapi juga topik-topik tren untuk memperkenalkan program kepada audiens yang lebih luas. Program ini juga melakukan interaksi langsung dengan pendengar melalui telepon, yang bertujuan untuk mempererat hubungan dan membuat pendengar merasa dihargai serta lebih terlibat dalam siaran.

Untuk meningkatkan keterlibatan dan memperluas jangkauan program, Kisi Music By Request membuat teaser, konten on demand, dan video promo. Dengan cara ini, pendengar yang tidak sempat mendengarkan siaran langsung dapat tetap mengakses konten yang mereka lewatkan. Program ini juga secara aktif memantau pesan pendengar melalui WhatsApp dan komentar di media sosial untuk memahami preferensi mereka. Informasi tersebut digunakan untuk menyesuaikan konten dan tema siaran, memastikan program tetap relevan dan menarik sesuai dengan tren dan keinginan pendengar.

Kisi Music By Request juga membuat polling atau voting, memberi pendengar kesempatan untuk memilih lagu dan tema siaran, yang memungkinkan program disesuaikan dengan preferensi mereka. Ini menciptakan kedekatan dan keterlibatan yang lebih tinggi antara pendengar dan program. Program ini memanfaatkan media sosial dengan membuat video teaser dan konten menarik di platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten ini mencakup cuplikan talkshow dan momen interaktif dengan pendengar, yang bertujuan untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat pendengar, serta mendorong mereka untuk terus mengikuti program.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi strategi konvergensi digital di Radio Kisi FM Bogor, khususnya dalam program *Kisi Music By Request*, terbukti berhasil meningkatkan jumlah pendengar, interaksi audiens, dan kualitas siaran. Penggunaan teknologi modern dalam produksi, post-production, serta distribusi melalui platform digital, termasuk streaming audio-visual dan media sosial, memperluas jangkauan siaran dan menciptakan pengalaman lebih menarik bagi audiens. Selain itu, teknologi penyimpanan modern seperti

Cloud Storage membantu efisiensi dalam pengelolaan data dan analisis tren. Secara keseluruhan, strategi ini memperkuat daya saing Radio Kisi FM di era digital, dengan menegaskan pentingnya adaptasi terhadap teknologi untuk menghadapi tantangan industri penyiaran modern.

Upaya untuk meningkatkan jumlah pendengar *Kisi Music By Request* di Radio Kisi FM Bogor melibatkan strategi yang terintegrasi dan interaktif, seperti kerja sama dengan penyelenggara festival, media partner, serta promosi melalui event besar. Kegiatan seperti giveaway, nonton bersama, dan festival turut mempererat hubungan dengan pendengar dan memberikan pengalaman lebih mendalam. Program siaran yang menarik dengan tema variatif dan pemilihan lagu berdasarkan permintaan pendengar, ditambah dengan promosi melalui konten video on-demand, teaser, dan media sosial, berhasil memperluas jangkauan program dan menjaga keterlibatan pendengar secara konsisten. Semua strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan *Kisi Music By Request* kepada audiens yang lebih luas.

Radio Kisi FM Bogor menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan peralatan, kurangnya SDM yang mumpuni, serta tantangan adaptasi terhadap media baru dan persaingan dari radio lain serta konten kreator baru. Untuk mengatasi masalah ini, mereka memaksimalkan peralatan yang ada, meningkatkan keterampilan SDM melalui pelatihan dan program magang, serta beradaptasi dengan tren visualisasi siaran. Dalam menghadapi persaingan, Radio Kisi FM berfokus pada relevansi radio konvensional dengan media baru dan terus mengikuti perkembangan teknologi tanpa harus menjadi yang terdepan, sambil memperbanyak kolaborasi dan diskusi dengan para ahli untuk bertahan di industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Henny Suharyati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya; Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi; serta Intan Tri Kusumaningtias, M.I.Kom., selaku pembimbing I yang telah membimbing dan membantu peneliti hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Annory Langga'o, M.I.Kom., selaku pembimbing II yang turut memberikan arahan, semangat, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih juga kepada Dr. Firdanianty Pramono, M.Pd., selaku penguji utama yang telah memberikan masukan berharga

selama sidang skripsi, serta kepada Drs. Sasongko Putro, M.M., selaku ketua sidang yang telah membantu kelancaran proses sidang skripsi.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada PT Kancan Irama Suara Indonesia yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data, serta kepada Dhani Ramdhani selaku key informan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Rendi Almonrista selaku Program Director Radio Kisi 934 FM Bogor, Putri Indriani selaku penyiar, dan Noverina selaku staf Radio Kisi 934 FM Bogor, yang semuanya telah memberikan waktu, materi, serta dukungannya dalam proses penelitian ini.

Yang paling utama, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada Mamah tercinta, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan kasih sayang yang begitu besar, serta selalu ada di saat peneliti berada di titik terendah. Tanpa Mamah, peneliti tidak akan bisa mencapai titik ini. Tak lupa, peneliti juga berterima kasih kepada seluruh keluarga atas dukungan dan semangat yang diberikan, kepada Tiara Febriani, Amd.M., yang telah menjadi penyemangat selama penyusunan skripsi, serta kepada para sahabat yang turut membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Al-Fariqah, S. H. (2022). *Konvergensi Radio Trax FM Palembang dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Pandemi* (Vol. 1). Universitas Sriwijaya.
- Anindita, T. (2017). Strategi konvergensi radio sebagai upaya perluasan pasar audience dan iklan (Studi kasus pada Swaragama FM (101.7 FM), Geronimo FM (106.1 FM), dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12, 50.
- Arifiyanto, A., Utari, P., & Rahmanto, A. N. (2019). Platform microsite: Konvergensi media publikasi Kementerian Keuangan RI di era literasi digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 46–56. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.46-56>
- Asy'ari, N. A. S., & Luthfi, M. (2018). Analisis penerapan konvergensi media pada usaha penyiaran radio di Ponorogo. *Jurnal Perspektif Komunikasi*, 1(3). <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/3892>
- Baba, M. A. (2017). *Analisis data penelitian kualitatif* (A. Ardianto, Ed.). Aksara Timur. <http://repository.iain-manado.ac.id/415/>
- Gymnastiar, F. R., Nugroho, E., & Fatimah, A. N. (2024). Konvergensi produksi media pada proses produksi radio multiplatform (Studi etnografi berbasis teori determinisme teknologi pada Radio Republik Indonesia). *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1476–1485.
- Habibie, D. K. (2018). Dwi fungsi media massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79–86.
- Khasna, L., & Lathifah, I. (2021). Konvergensi radio dalam mempertahankan eksistensi. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4, 142.

- Kristiyono, J. (2023). *Konvergensi media: Transformasi media komunikasi di era digital* (1st ed.). Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=h84M0AEACAAJ>
- Kustiawan, W., Sitorus, A. O., Masri, A., Sylvana, F. R., Simanjuntak, M. W., & Islam, U. (2022). Kelebihan dan kekurangan radio. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(3).
- Maghriza, M. F., Sunarto, & Hasfi, N. (2024). Strategi konvergensi media RRI Semarang dalam mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–14. [Catatan: URL tidak valid, mohon pastikan kembali]
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif* (Revisi ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Noviawati, I. N. (2023). *Konvergensi Radio Sonora 92.0 FM Jakarta dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital* (Vol. 13). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online: The role of mass media in facing online media attacks. *Majalah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2, 51–64.
- Nur, P. (2024). *Konvergensi Radio Republik Indonesia Pro 2 Makassar dalam Mempertahankan Minat Pendengar* (Vol. 7). Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Prasetyo, E. A. (2020). *Strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan melalui media online*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Rachmaria, L., & Dewi, Y. R. (2018). Strategi dan praktik konvergensi media pada segmen Makarena dalam program Sore Bara Harysa sebagai upaya survival Radio Delta FM di tengah persaingan industri penyiaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(2), 233–247.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretatif, interaktif, dan konstruktif* (S. Y. Suryandari, Ed.). CV Alfabeta.
- Syafrina, A. E. (2022). *Komunikasi massa* (R. Kusumawati, Ed.). CV Mega Press Nusantara.