

Konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital

Hadi Baku Pangestu^{1*}, Dede Yusuf², Sutisna³, Asih Handayani⁴, Neni Yulianita⁵

^{1,4,5}Program Studi Doktor Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Bandung, Indonesia

^{2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara, Bandung, Indonesia

*Email korespondensi: hadi_thepaper@gmail.com

Diterima: 14 Januari 2024; Direvisi: 27 April 2024; Terbit: 30 April 2024

Abstract

The rapid development of information technology, especially the internet, has triggered intense competition between radio stations to maintain their existence. In the current digital era, the convergence of radio media cannot be avoided, traditional media must be able to survive amidst increasingly fierce competition in the broadcasting industry to expand audiences and obtain advertising. This happened to Radio Cosmo Visual, which is considered to have implemented media convergence practices. This research aims to explain the application and impact of radio media convergence in an effort to maintain existence in the digital era. The research uses a case study type of research with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out using observation, interviews and document analysis. Based on the results of the analysis, the results of this research show that Cosmo Visual Radio applies 3M, namely multimedia, multichannel and multiplatform in its convergence, where information is presented in various formats ranging from photos, video, text and audio and information is not only delivered via radio broadcasts but uploaded via social media and can be accessed via various devices. The impact of this convergence practice includes expanding audience reach and attracting the interest of potential advertisers, so that Cosmo Visual Radio can take advantage of the convergence era to maintain its existence in the digital era.

Keyword: Convergence; existence; radio.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat khususnya internet, memicu persaingan ketat antar radio untuk mempertahankan eksistensi. Di era digital saat ini konvergensi media radio tidak dapat dihindari, media tradisional harus dapat bertahan di tengah persaingan industri penyiaran yang semakin ketat untuk memperluas audien dan mendapatkan iklan. Hal tersebut terjadi pada Radio Cosmo Visual yang dianggap sudah menerapkan praktik konvergensi media. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan dan dampak dari konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital. Penelitian menggunakan jenis penelitian Studi Kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Berdasarkan hasil analisis, hasil penelitian ini bahwa radio cosmo visual menerapkan 3M yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform dalam konvergensinya, dimana informasi tersajikan dalam berbagai format mulai dari foto, video, teks, dan audio dan informasi tidak hanya disampaikan melalui radio siaran akan tetapi diunggah melalui sosial media dan dapat diakses melalui berbagai perangkat. Dampak dari praktik konvergensi tersebut antara lain memperluas jangkauan audien dan menarik minat calon pengiklan, sehingga radio cosmo visual dapat memanfaatkan era konvergensi untuk tetap mempertahankan eksistensi nya di era digital.

Kata-kata kunci: Eksistensi; konvergensi; radio.

Pendahuluan

Perkembangan media komunikasi mempunyai peran penting bagi manusia agar bisa berkomunikasi ke berbagai penjuru dunia. Hal tersebut terjadi karena adanya media yang

dapat digunakan sebagai sarana penyampai pesan, salah satunya adalah media penyiaran. Menurut Undang-Undang Nomor 32, tahun 2002, Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi radio melalui udara, kabel, atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.

Media penyiaran terdiri atas televisi dan radio, perbedaan radio dan televisi terletak pada cara penyampaiannya, radio bersifat auditif sementara televisi bersifat audio visual. Media penyiaran televisi dan radio mempunyai karakteristik sebagai media yang menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang, artinya siaran dari televisi maupun radio dapat diterima dimana saja dalamjangakauan pancarannya (mengusai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (mengusai waktu) (Djamal dan Fachruddin, 2021).

Setiap bentuk media penyiaran memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, begitu juga halnya dengan radio, dibanding dengan media televisi, biaya penyelenggaraan siaran radio jauh lebih murah dengan kemampuan jangkauan daerah yang sama luasnya. “Secara umum, karakteristik radio sama dengan media lainnya yaitu publisitas (dapat diakses public), universalitas (Pesan bersifat umum), Kontinuitas (Berkesinambungan) serta aktualitas (Berisi hal – hal baru atau peristiwa baru) (Romli, 2017).

Keunggulan lain dari radio adalah kemampuannya untuk menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan beragam bentuk sajian. Radio juga termasuk jenis media penyiaran yang praktis karena bisa didengar dimana saja oleh khalayak luas sehingga termasuk media elektronik yang fleksibel (Margono, 2017:23).

Namun perkembangan teknologi yang begitu pesat, melahirkan media baru bernama internet. Internet inilah yang saat ini menjadi alat untuk memenuhi informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Internet akan membuat masyarakat dunia terkoneksi satu sama lainnya tanpa batasan apapun (KPI Pusat, 2013 : 165). Perkembangan teknologi inilah yang berpengaruh besar bagi perkembangan industri media, khususnya media konvensional seperti radio.

Penurunan jumlah pendengar menjadi fenomena yang mengindikasikan bahwa eksistensi radio konvensional semakin tergerus. Berdasarkan survey badan pusat statistik tahun 2018 persentase pendengar Radio di Indonesia hanya berjumlah 13,31% saja, mengalami penurunan yang cukup tajam jika dibandingkan dengan tahun 2003 yang mencapai 50,29% (kusnandar : 2019). Di tengah kemudahan masyarakat dalam menjelajah

informasi tanpa batas, radio konvensional malah justru semakin tertinggal. Peran serta radio konvensional dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat semakin berkurang seiring dengan kebiasaan-kebiasaan baru masyarakat yang tercipta sebagai imbas dari digitalisasi.

Radio konvensional harus bisa menyesuaikan dengan kemajuan teknologi modern agar terus dapat berfungsi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Karenanya, media penyiaran harus merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan di tengah masyarakat, diantaranya melalui penggabungan teknologi dengan internet untuk menciptakan perluasan jaringan bagi media penyiaran radio yang memiliki frekuensi terbatas, oleh sebab itu muncullah konvergensi media.

Pada era konvergensi media saat ini, masyarakat bisa menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, seperti mengakses internet dan mendengarkan radio. Selain itu, kehadiran internet ditengarai membawa perubahan dalam gaya hidup seseorang. Tren gaya hidup di era digital ini sulit ditinggalkan, pasalnya penggunaan teknologi sudah sangat erat dalam kehidupan sehari – hari, seperti dilansir dari beritasatu.com hingga Januari 2021 Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 202,6 juta jiwa.

Teknologi internet dalam perspektif konvergensi bukan sekedar peralihan dari media konvensional ke media terkini, melainkan lebih pada langkah besar meraih satu tujuan yakni memudahkan orang berkomunikasi (KPI Pusat, 2013 : 165). Konvergensi media dilakukan tidak semata-mata mengikuti perkembangan teknologi saja. Saling berintegrasinya media konvensional dengan media online, memungkinkan terjadinya perluasan cakupan dalam skala apapun. Mulai dari publikasi dan interaksi dengan *audience* pun tentu akan memiliki perbedaan. Setelah munculnya *new media*, radio bisa berubah mulai dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial. Akibatnya media penyiaran khususnya radio menjadi lebih kuat dan beragam dalam penyajian produk kreatifitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk mempertahankan loyalitas khalayak dan menarik minat khalayak baru.

Melihat begitu banyak nya perusahaan radio swasta komersial yang ada, khususnya di Bandung menuntut setiap perusahaan radio komersial untuk bisa terus eksis dan bersaing. Namun pada era persaingan seperti saat ini, stasiun radio harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut *audience* untuk mempertahankan eksistensi sebuah radio. Kualitas sebuah stasiun radio perlu di tingkatkan dalam mengemas produknya kepada *audience* dan mencuri hati *audience* agar tidak berganti ke saluran lain.

Di sisi lain, radio sebagai entitas bisnis harus kuat menghadapi tantangan yang tidak ringan. Radio sebagaimana industri yang lainnya memerlukan sumber daya finansial untuk menunjang kelangsungan hidup media. Dengan sumber daya media yang terbatas, kehidupan radio swasta akan terancam, oleh karena itu, Radio swasta harus bisa memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut untuk mendapatkan dana dengan mengandalkan potensi periklanan. Sehingga, apabila sebuah radio tidak memanfaatkan *new media* dalam konvergensi media saat ini, mereka tidak akan bisa menawarkan pemasangan iklan dalam jangkauan yang lebih jauh.

Menurut Prihanto dalam Haryati mengungkapkan Transformasi radio dengan menggunakan basis internet saat ini, merupakan bentuk respon terhadap perkembangan teknologi yang sekaligus disertai terjadinya perubahan pada masyarakat dalam mengonsumsi media. Dengan semakin tingginya pengguna internet, membuka kemungkinan akan semakin terbukanya peluang bagi radio berbasis internet dalam menarik khalayak peminat siaran radio.

Begitu juga dengan Radio Cosmo Visual Bandung, Radio yang bersiaran di frekuensi 101,9 tersebut merupakan salah satu radio yang memanfaatkan berbagai media di era konvergensi saat ini. Untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang ada, *new media* atau media online dimanfaatkan Radio Cosmo Visual Bandung untuk lebih menyebarkan informasinya kepada khalayak. Tak hanya itu, media juga digunakan untuk menarik minat pendengar hingga pemasangan iklan di Radio Cosmo Visual Bandung agar lebih beragam.

Radio Cosmo Visual Bandung adalah salah satu radio swasta di kota Bandung yang telah berdiri sejak 27 Agustus 2001 dengan nama awal Radio Cosmo Bandung dengan memfokuskan siarannya kepada musik dangdut. Mempunyai slogan “joget mania” menegaskan dirinya sebagai radio yang fokus kepada musik dangdut, namun Radio Cosmo Visual Bandung juga memberikan kombinasi program musik, informasi gaya hidup (fashion, sport dan hobi) informasi kesehatan, bisnis, politik, sosial, budaya dan religi selain program dangdut proporsional.

Dalam persaingan industri penyiaran antara radio swasta di kota Bandung, Radio Cosmo Visual kini telah menyiapkan dirinya untuk menghadapi era konvergensi media agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah ketatnya persaingan industri penyiaran radio di era digital ini.

Sebagai bagian dari konvergensi, Radio Cosmo Visual Bandung telah menggunakan media sosial Facebook dengan akun *Cosmo Radio Visual* untuk menyebarkan informasi-informasinya. Dari Facebook itulah pendengar bisa membaca ulang informasi yang telah disampaikan. Seiring munculnya media online yang baru, Radio Cosmo Visual juga tidak ingin kalah, dengan membuat akun Instagram beralamat @cosmoradiovisual untuk jangkauan lebih luas. Dengan memiliki fungsi yang sama, yakni menyebarkan informasi-informasi yang dimiliki, dan menunjukkan aktivitas Radio Cosmo Visual Bandung pada saat itu. Tidak berhenti sampai disitu, Radio Cosmo Visual sudah menggunakan siaran radio streaming dengan mengakses situs radio online untuk menarik minat dan menjangkau pendengar yang lebih luas lagi.

Lebih jauh, saat ini Radio Cosmo Visual bukan hanya bisa didengar namun sudah bisa dilihat seperti televisi, pihak Radio Cosmo Visual membuat aplikasi streaming radio visual di playstore dengan nama Radio Cosmo Bandung. Dengan adanya aplikasi tersebut, pendengar tidak hanya disuguhkan siaran dalam bentuk audio saja namun juga bisa secara audio visual.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membawa pengaruh yang begitu besar. teknologi diciptakan untuk memberikan kemudahan dalam segala aspek kehidupan. Revolusi industri 4.0 membuat batas antara dunia digital fisik maupun biologis semakin kecil, industri radio juga semakin berkembang bahkan bergeser menjadi radio visual yaitu radio yang tidak hanya bisa didengar tapi bisa dilihat. (Company Profil Cosmo Radio Visual). Konvergensi media yang telah dilakukan oleh Radio Cosmo Visual Bandung, dapat membawa banyak perubahan, seperti komunikasi yang awalnya berjalan satu arah menjadi dua arah. Selain itu, dengan adanya aplikasi untuk streaming dan berbentuk audio visual, dapat memperluas jangkauan pendengar bukan hanya penikmat audio saja melainkan merambah audio visual. Adanya konvergensi yang telah dilakukan menawarkan setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi komunikator massa. Dengan begitu, tentunya peminat Radio Cosmo Visual Bandung dapat meningkat.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti Penerapan Strategi Konvergensi media yang dilakukan dalam upaya menarik minat pendengar baru. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan penerapan konvergensi media, dampak, dan faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan konvergensi media yang dilakukan Radio Cosmo Visual dalam mempertahankan eksistensi di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus (Fitrah & Luthfiyah, 2017) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan penelitian studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian yang dapat menjawab beberapa issue atau objek akan suatu fenomena terutama di dalam cabang ilmu sosial. Misalnya pada cabang ilmu sosiologi, penelitian kasus digunakan sebagai disain penelitian kualitatif untuk mengevaluasi kejadian atau situasi dalam dunia nyata. Bila dilihat dari tujuannya, studi kasus merupakan salah satu metode penelitian kualitatif yang berbasis pada pemahaman dan perilaku manusia berdasarkan perbedaan nilai, kepercayaan dan pengetahuan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan analisis dokumen. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi tentang bagaimana penerapan konvergensi media yang dilakukan Radio Cosmo Visual dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital. Wawancara dilakukan dengan subjek penelitian yaitu pengurus 101.9 FM Radio Cosmo Visual Bandung dan para pendengar Radio Cosmo Visual. Sedangkan analisis dokumen dilakukan dengan mengambil data dari arsip Radio Cosmo Visual dan internet. Teknik analisis data dilakukan melalui 3 tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan /verifikasi. Peneliti melakukan validitas hasil penelitian untuk menguji keabsahan data.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penerapan Konvergensi Media 3M (Multimedia, Multichannel, Multiplatform) di Radio Cosmo Visual

Untuk mencapai keberhasilan dalam proses konvergensi, sebuah media penyiaran harus mampu menerapkan 3M yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform. Ketiganya harus saling berkaitan, tidak hanya menerapkan salah satunya saja karena hal tersebut merupakan satu kesatuan yang harus dijalankan bersamaan. Begitu juga dengan Radio cosmo visual yang mampu menerapkan konvergensi media untuk memperluas audien agar dapat terus mempertahankan eksistensi era digital saat ini. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan direktur dan produser radio cosmo visual bandung, dapat diketahui beberapa hal diantaranya sebagai berikut:

(1) Multimedia

Untuk bertahan, sebuah media penyiaran harus bisa membuat dan menyajikan informasi dalam berbagai format mulai dari teks, foto, audio, video, dan sebagainya. Multimedia ini sangat mungkin dilakukan apabila konten yang diproduksi telah hadir dalam bentuk digital. Konvergensi media mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format hanya melalui satu media saja. Berdasarkan keterangan yang di berikan oleh direktur dan produser radio cosmo visual dapat diketahui bahwa dalam siarannya tidak hanya dalam bentuk audio saja, melainkan juga menggunakan berbagai format. Dalam bentuk audio, pada saat penyiar menyampaikan informasi melalui radio secara manual dan seperti namanya, radio cosmo visual juga menawarkan siaran radio berbentuk audio visual yaitu siaran langsung anouncer saat membawakan siaran di studio yang dapat di saksikan langsung melalui aplikasi radio cosmo bandung yang dapat di unduh di appstore maupun playstore. Sementara untuk foto, video, dan teks disampaikan melalui sosial media yang dimiliki oleh Radio cosmo visual. Penggunaan berbagai macam format tersebut memudahkan penyampaian informasi kepada khalayak, sehingga informasi yang disampaikan bisa menjangkau lebih banyak orang karena format yang lebih beragam.

(2) Multichannel

Radio cosmo visual telah Menggunakan dan memaksimalkan berbagai metode dan kanal distribusi informasi, baik secara fisik maupun non fisik (digital). Misalnya, selain mendengarkan siaran radio melalui radio analog, pendengar juga bisa mendengarkan radio melalui jaringan streaming internet untuk mendapatkan informasi yang sama. Selain bisa di dengarkan melalui radio analog di frekuensi 101.9, radio cosmo visual juga bisa di dengar melalui streaming di website radio online dan diaplikasi radio cosmo bandung yang dapat di download di appstore maupun playstore. Konvergensi media juga tak lepas munculnya media baru seperti Facebook, Instagram, Youtube, Podcast, dan sebagainya. Maka dari itu, radio cosmo visual juga memanfaatkan media baru tersebut untuk menambah channel siaran mereka. Radio cosmo visual mempunyai channel youtube bernama Cosmo Visual Radio, facebook: cosmo visual radio, Instagram @cosmovisualradio dan podcast: cosmovisualradio. Belakangan media sosial atau media baru yang terhubung dengan internet, menjadikan orang semakin mudah mengakses informasi melalui aneka platform. Multichannel membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang beragam. Hal tersebut karena khalayak saat ini pasti tak lepas dari media sosial yang tidak memandang usia.

Dengan pemanfaatan media sosial tersebut mempermudah seseorang untuk mengakses informasi yang masuk.

(3) Multiplatform

Multiplatform memberikan keleluasan konsumen untuk menikmati produk informasi melalui berbagai perangkat yang dimiliki. Mulai dari Handphone, PC, Laptop, dan sebagainya. Begitu juga dengan radio cosmo visual yang dapat diakses di berbagai perangkat yang dimiliki oleh khalayak. Tak hanya radio konvensional, mereka juga bisa diakses di gawai pendengar dengan cara streaming. Apalagi untuk saat ini perkembangan teknologi juga semakin pesat. Kepemilikan gadget tidak hanya remaja saja, tetapi di seluruh lini masyarakat, sehingga informasi dapat diakses siapa saja dan dimana saja. Pada masa Sekarang ini, memang harus menerapkan multiplatform dalam konvergensi media. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehidupan masyarakat kini sudah erat kaitannya dengan digitalisasi. Teknologi yang ada pun juga tidak pandang bulu. Sehingga dengan munculnya teknologi baru mempermudah industri media, khususnya Radio cosmo visual untuk diakses kapanpun, siapapun, dan dimanapun. Radio cosmo visual melakukan konvergensi media dengan bersiaran konvensional dan streaming. Dalam siaran streaming, radio cosmo visual bukan hanya bersiaran audio saja melainkan siaran audio visual yang bisa disaksikan di aplikasi buatan mereka sendiri yang diberi nama radio cosmo bandung dan dapat diunduh di penyedia layanan aplikasi di handphone masing-masing. Selain itu, bentuk konvergensi media radio cosmo adalah melalui siaran youtube dan podcast. Konvergensi juga mereka lakukan dalam konten, sehingga konten yang disajikan dalam youtube dan podcast berbeda dengan konten radio. Hal tersebut membuat pendengar mempunyai banyak pilihan konten sehingga dapat menarik minat mereka untuk tetap menjadi audience radio cosmo visual. Konvergensi juga dapat ditemui dari pembuatan akun sosial media yang mereka lakukan, mereka membuat akun instagram dengan nama @cosmovisualradio, facebook dengan nama cosmo visual radio, dan tiktok dengan nama cosmo visual radio. Pemanfaatan media sosial dan media streaming tersebut bertujuan untuk mempertahankan eksistensi radio cosmo visual dalam era digital ini. Bukan hanya itu, mereka juga berharap trafik sosial media tinggi yang akan membuat pengiklan tertarik dan menggunakan jasa mereka untuk beriklan.

Dampak Konvergensi Media Radio Cosmo Visual

Dalam konteks yang lebih luas, konvergensi media sesungguhnya bukan saja memperlihatkan perkembangan teknologi yang kian cepat. Secara umum konvergensi media ini telah banyak memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mendapatkan informasi dan

kemudahan bagi penyedia informasi untuk mempublikasikan informasinya kepada khalayak. Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Singkatnya, konvergensi mengubah pola hubungan produksi dan konsumsi, yang penggunaannya berdampak serius pada berbagai bidang seperti ekonomi, politik, pendidikan, dan kebudayaan.

Dari keterangan hasil wawancara yang telah dilakukan, dampak konvergensi media yang dirasakan oleh radio cosmo visual adalah penambahan jumlah pendengar, dari keterangan produser radio cosmo visual mengatakan setelah konvergensi media, pendengar menjadi semakin bertambah dan itu dirasakan dari komentar yang masuk dalam program acara mereka. Selain itu jangkauan area radio juga semakin luas bahkan bisa di jangkau hingga ke luar negeri. menurut keterangan produser menjelaskan bahwa pendengar radio cosmo saat ini ada yang dari arab saudi dan turki, mayoritas dari mereka adalah para tenaga kerja Indonesia. Konten yang di produksi juga semakin beragam, mulai dari konten radio biasa sampai konten untuk youtube dan podcast. dengan berbagai platform dalam penyampaian konten produksinya, berdampak pada calon pendengar yang semakin tertarik untuk mendengarkan radio cosmo visual, hal tersebut dapat di ketahui dari wawancara dengan calon pendengar yang tertarik jika sebuah radio mereka mempunyai konten atau bersiaran di radio maupun podcast.

Dengan kata lain, konvergensi ini berdampak kepada keberlangsungan hidup radio cosmo visual, seperti keterangan yang diberikan oleh direktur radio cosmo visual yang menyebutkan bahwa "*Kami masih ada, Dampak yang dirasakan kami masih hidup, kami masih eksis, kami masih survive*" yang bermakna mereka masih ada, mereka masih bisa mempertahankan ekistensinya di industri penyiaran.

Faktor Pendukung dan faktor penghambat Konvergensi Media Radio Cosmo Visual

(1) Faktor pendukung

Dari hasil wawancara, terungkap beberapa faktor pendukung yang dirasakan radio cosmo visual dalam penerapan konvergensi media adalah internet, Software dan Sumber daya manusia. Pertama adalah internet, internet menjadi tulang punggung dari penerapan konvergensi media radio cosmo visual, karena jika tidak ada internet, semua tidak akan berjalan. Selanjutnya adalah Software, software juga menjadi faktor pendukung dalam penerapan konvergensi media. Jika tidak ada software yang mendukung, maka program yang sudah direncanakan tidak akan bisa di konversi kan menjadi program jadi yang bisa di siarkan kepada pendengar. Selain itu, Sumber daya manusia adalah faktor pendukung

lainnya yang sangat penting dalam penerapan konvergensi media radio cosmo visual, ada internet, software pendukung lengkap namun SDM tidak kompeten semuanya akan hancur. Jadi dengan dukungan SDM yang baik, program yang berjalann juga akan lancar.

(2) Faktor penghambat

Faktor yang menjadi penghambat adalah susahnya pengiklan, SDM kurang memadai, kurangnya kreatifitas dalam mengembangkan program dan biaya operasional tinggi. Walaupun konvergensi media radio cosmo visual banyak berdampak positif terhadap eksistensi radio, namun tetap saja ikan yang masuk kebanyakan hanya sebatas iklan radio yang hanya bisa menampilkan audio saja dan para pengiklan kurang tertarik dengan radio visual karena mereka beralasan mencari tempat iklan yang pasti di bidang audio visual yaitu televisi.

Selain itu, dengan banyaknya hal-hal baru yang harus dijalankan dalam penerapan konvergensi media, diantaranya pengoperasian software, teknisi peralatan dan lain sebagainya membutuhkan sumberdaya manusia yang memadai di bidangnya masing-masing, namun untuk mendapatkan SDM yang memadai membutuhkan waktu untuk mencari atau melatihnya dan hal itu juga mengakibatkan pengeluaran yang tidak sedikit pula. Dengan sumber daya manusia yang kurang memadai, mengakibatkan kreatifitas dalam membangun sebuah program terganggu, pegawai yang kurang kompeten di bidangnya sulit untuk mengembangkan ide yang segar. Dan yang mengganggu adalah biaya operasinal yang tinggi, penambahan peralatan, penambahan Sumberdaya manusia dan pengeluaran lainnya menjadi saah satu faktor penghambat yang sangat mengganggu dalam proses penerapan konvergensi media radio cosmo visual.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, peneliti menemukan kesesuaian antara teori determinisme teknologi dengan penelitian ini. Dalam teori ini disebutkan bahwa teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia. Semakin berkembang teknologi yang ada di masyarakat, semakin canggih dan semakin banyak inovasi yang dibuat, maka masyarakat juga akan mengikuti alurnya menjadi semakin modern dan berkembang mengikuti semakin canggihnya inovasi teknologi yang ada. Dengan kata lain, perkembangan teknologi yakni dengan hadirnya internet turut menggiring media untuk memanfaatkan kehadirannya. Pemanfaatannya yakni dalam menunjang penyiaran, antara lain produksi siaran dan pendistribusian siaran. Dengan memanfaatkan internet, radio cosmo visual dapat membuat konten dengan lebih kreatif karena mereka bisa mengeksplorasi bakat dan kemampuan mereka dalam siaran karena tidak hanya memprduksi knten audio saja

melainkan konten audio visual, gambar bahkan teks. Begitu juga dengan pendistribusian konten yang bukan hanya di radio konvensional melainkan di radio streaming, youtube, podcast bahkan di sosial media.

Selain itu juga determinisme teknologi beranggapan bahwa struktur yang ada di dalam masyarakat bergantung pada perkembangan teknologi dan beriringan dengan perkembangannya. Teori ini menyatakan bahwa hubungan yang ada di antara masyarakat dan teknologi merupakan hubungan yang saling mempengaruhi, sehingga keberadaan dan perkembangan teknologi juga menentukan perkembangan dan perubahan sosial dan nilai-nilai budaya di dalam masyarakat. Teori ini juga menyatakan bahwa teknologi adalah kunci yang penting dalam kekuatan menguasai serta mengendalikan masyarakat, dan hal ini membawa keyakinan bahwa perubahan sosial yang ada di dalam masyarakat yang terus berubah-ubah dikendalikan oleh inovasi teknologi yang terjadi.

Sehingga dalam praktiknya, kita akan menggunakan teknologi tersebut dan berusaha megadaptasikan diri kita dalam menggunakannya. Maka dari itu, perubahan inilah yang membawa masyarakat untuk terus meningkatkan kemampuan mereka dalam melakukan adaptasi terhadap perubahan sistem yang ada di masyarakat beriringan dengan pengaplikasian teknologi yang telah diciptakan.

Simpulan

Penerapan konvergensi media Radio Cosmo Visual dalam mempertahankan eksistensi di era digital ini dengan beberapa langkah yakni Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform. Pertama, multimedia dengan menyajikan berbagai macam format seperti audio, audio visual, foto dan teks untuk menyampaikan sebuah informasi berita maupun iklan. Kedua multichannel, dimana seluruh informasi yang sudah tersajikan dalam berbagai format tidak hanya disampaikan melalui siaran radio konvensional saja, tetapi juga diunggah di sosial media, podcast, youtube atau melalui radio streaming. Ketiga multiplatform, informasi yang disampaikan di media online atau melalui radio streaming bisa diakses siapapun, dimanapun, dan kapanpun melalui gadget, laptop, komputer, maupun perangkat khalayak masing-masing. Dampak dari penerapan konvergensi media radio cosmo visual, antara lain jumlah pemasangan iklan tetap stabil, penambahan jumlah pendengar dan perluasan coverage area yang saat ini mencakup hingga arab saudi dan turki dan konten yang ditampilkan lebih beragam. Adapun dampak bagi pendengar yaitu adanya dan mereka saat ini dapat menikmati siaran radio dimanapun melalui sambungan internet, dan banyaknya feedback dari audience baik melalui sambungan telepon maupun pesan di sosial media.

Faktor pendukung penerapan konvergensi radio cosmo visual adalah internet yang menjadi tulang punggung, software dan sumber daya manusia. Sedangkan faktor penghambat nya adalah Sedangkan faktor yang menjadi penghambat adalah susahnya pengiklan, SDM kurang memadai, kurangnya kreatifitas dalam mengembangkan program dan biaya operasional tinggi.

Daftar Pustaka

- Alwasilah, A. Chaedar. 2018. *Pokoknya Studi Kasus: Pendekatan Kualitatif*. Bandung: Dunia Pustaka Jaya.
- Anggito, Albi., dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Arismunandar, S. (2010). Memahami Konvergensi Media. *Jakarta: AJI*.
- Atmadi, ganda. 2017. Prof clayton m Christensen: disruptive innovation. Kumpulanstudiaspirasi.com <http://kumpulanstudi-aspirasi.com/ekonomi/prof-clayton-m-christensen-disruptive-innovation> (Diakses pada 14 Februari 2021 pukul 08:00 WIB)
- Aziz, M. H. (2018). Konglomerasi media antara konvergensi media dan kebebasan berpendapat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 209-226.
- Munthe, M. (2019). Penggunaan radio sebagai media komunikasi dakwah. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 5(2).
- Beritasatu. 2021. Data ini media sosial paling populer di Indonesia 2020 – 2021. Beritasatu.com <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> (Diakses pada 02 Maret 2021 Pukul 22:40 WIB)
- Budhijanto, Danrivanto. 2013. *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi: Regulasi dan Konvergensi*. Bandung: Refika Aditama.
- Company Profile 101,9 FM Cosmo Radio Visual Bandung.
- Dahono, Yudo. 2021, februari, 15. Data : Ini dia media sosial paling populer di Indonesia 2020-202. <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> (diakses 02 maret 2021 Pukul 22:40)
- Devi, I. C. (2020). *Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Djamal, Hidajanto., dan Andi Fachruddin. 2013. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Domainesia. (nd). Mudahnya hidup di era digital. Domainesia.com <https://www.domainesia.com/berita/era-digital-addalah-/amp> (Diakses pada 03 Maret 2021 Pukul 19.00 WIB)
- Fatin, nur. (nd). Pengertian strategi dan konsepnya. Seputarpengertian.blogspot.com <https://seputarpengertian.blogspot.com/2018/11/pengertian-strategi-dan-konsepnya.html> (Diakses pada 03 Maret 2021 : 00:50 WIB)
- Fitrah, Muh.dan Luthfiah. 2017. *Metodologi Penelitian:penelitian Kualitatif, Tindakan kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Guita, V. C. (2019). *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Siaran Radio L-BAAS 97, 6 FM (Studi pada Masyarakat Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu)* (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).

- Hayati, rini. 2020. Pengertian subjek penelitian dan contohnya. Penelitianilmiah.com. <https://penelitianilmiah.com/subjek-penelitian/> (Diakses pada 14 Februari 2021 pukul 08:10 WIB)
- <https://kbbi.web.id/eksistensi.html> (Diakses pada Rabu 03 Maret 2021 Pukul 20:00 WIB)
- <https://kbbi.web.id/strategi.html> (Diakses pada Senin 01 Maret 2021 Pukul 19.00 WIB)
- Kontributor Wikipedia, 'Keberadaan', Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, 25 Maret 2019, 01.15 UTC, <<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Keberadaan&oldid=14937407>>; (Diakses pada 03 Maret 2021 Pukul 20:40 WIB)
- Kontributor Wikipedia, 'Radio', Wikipedia, Ensiklopedia Bebas, 19 Desember 2020, 17.55 UTC, <<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Radio&oldid=17732863>>; (diakses pada 13 Maret 2021 Pukul 19 : 19)
- KPI PUSAT. 2013. *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran KPI dan Konvergensi Media*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prana Media Grup.
- Kusnandar, Viva Budi. 2019. Hanya 13% masyarakat yang masih mendengarkan radio. Katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio> (diakses pada 27 mei 2021 pukul 14:30 WIB)
- Lumi, Wilson. 2020. Survey Nielsen, Pendengar radio mengalami kenaikan dimasa covid 19. Cahayasiang.com <https://Cahayasiang.com/2020/12/18/survey-nielsen-pendengar-radio-mengalami-kenaikan-dimasa-covid-19/amp/> (diakses pada 29 april 2021 pukul 21:30 WIB)
- Margono, Indriya. 2017. *Menjadi Broadcaster Radio*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera.
- McQuil, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Maassa*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Mirza, Muhammad. (nd). Pengertian strategi : tingkat, jenis, bisnis, integrasi, umum. Saintif.com <https://saintif.com/strategi-adalah/> (Diakses pada 03 Maret 2021 pukul 00:48 WIB)
- Mukarom, Zaenal. 2020. *Teori-teori Komunikasi*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nata, Tio Dwi dkk. 2018. *Teknologi Komunikasi dan Realitas Semu Media Massa*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera.
- Pakarkomunikasi. (nd). Fungsi komunikasi massa. Pakarkomunikasi.com. <https://pakarkomunikasi.com/fungsi-komunikasi-massa/amp> (diakses pada 25 april 2021 pukul 15:30 WIB)
- Poter, Michael.E. 1993. *Keunggulan Bersaing Mempertahankan dan Menciptakan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Radioindonesia. (nd). PRSSNI. Radioindonesia.co.id www.radioindonesia.co.id <https://www.radioindonesia.co.id/> (Diakses pada Minggu 14 Maret 2021 pukul 15:50 WIB)
- Radiojakarta. (nd). Sejarah lahirnya PRSSNI. Radiojakarta.org <https://www.radiojakarta.org/sejarah-lahirnya-prssni> (Diakses pada 14 Maret 2021 pukul 15:54 WIB)
- Rahman, Vanny . 2019. Sejarah panjang radio di Indonesia dari colonial hingga milenial. IDNtimes.com. <https://www.idntimes.com/news/indonesia/amp/vanny->

- rahman/sejarah-panjang-radio-di-indonesia-dari-kolonial-hingga-millennial (Diakses pada 14 Maret 2021 pukul 15:40 WIB)
- Resmadi, I., & Yuliar, S. (2014). Kajian difusi inovasi konvergensi media di harian pikiran rakyat. *Jurnal Sioteknologi*, 13(2), 110-118.
- Rizal, Muhammad. 2019. Era digital dan tantangan radio di masa depan. Sulengka.net <https://sulengka.net/era-digital-dan-tantangan-radio-di-masa-depan> (Diakses pada 15 Maret 2021 Pukul 14:40 WIB)
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Rosidah, E., & Sihabudin, A. (2018). *Komunikasi Pemasaran Radio Xchannel 103.2 Fm Di Era Konvergensi Media* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Rusmiarti, D. A. (2015). Analisis difusi inovasi dan pengembangan budaya kerja pada organisasi birokrasi. *Masyarakat Telematika dan Informasi*, 6(2), 85-100.
- Seluler. 2021. Jumlah pengguna media sosial di dunia mencapai 4,2 miliar. Seluler.id <https://seluler.id/2021/02/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-mencapai-42-miliar/amp> (Diakses Pada 15 Maret 2021 Pukul 14:44 WIB)
- Sugiya, A. (2012). Strategi Transformasi Konvergensi Media Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas. Depok: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Pasca Sarjana Universitas Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulvinajayanti. 2018. *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Makassar: Angkasa Timur.
- Supadiyanto. 2020. *Pengantar Jurnalisme Konvergen*. Jogjakarta: Pustaka Baru Press.
- Syafiie, S. S. L. (2016). Mediamorfosis dan Persaingan Media. *Jurnal The Messenger*, 2(2), 21-23.
- Syarif, Muhammad . (n.d). efek media massa. Santerdaily.com. <https://www.google.com/amp/s/santerdaily.com/peristiwa/efek-media-massa> (Diakses 03 Maret 2021 Pukul : 15.30)
- Thaha, H. (2009). Media Massa Dan Masyarakat. *AL TAJDID*, 1(1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.
- Widyastuti, E. P. (2020). *Konvergensi Siaran Green Radio 96, 7 Fm Pekanbaru Dari Radio Analog Menjadi Radio Digital* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Wuryantai, A. E. W. (2004). Digitalisasi masyarakat: Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2). Yona, Sri. (2006). Penyusunan Studi kasus. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 10, No.2, September 2006; hal 76-80.
- Yuli, Ayu dini hafri dila. 2010. Radio siaran sebagai the-fifth estate. ayudinihafriidilayuli.wordpress.com <http://www.google.com/amp/s/ayudinihafriidilayuli.wordpress.com/2010/07/14/radio-siaran-sebagai-the-fifth-estate/amp> (Diakses pada 15 Maret 2021 pukul 15:54 WIB)
- Yunus, Syarifuddin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zaenudin. 2015. *Asal Usul Benda-benda di Sekitar Kita Tempo Doeloe*. Jakarta: Change.
- Zain. 2018. Pengertian Eksistensi. [Pengertiankompli.blogspot.com](http://pengertiankompli.blogspot.com) <https://pengertiankompli.blogspot.com/2018/05/pengertian-eksistensi.html> (diakses pada 29 april 2021 pukul 20:30 WIB)