Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19

Shafa Salsabila Gusna

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
Shafa.salsabila111@gmail.com

Alvian Maulana Fatih

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
Alfin785@gmail.com

Talitha Salsabila

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
chachaaqila@gmail.com

Diserahkan: 19 Juni 2021; Direvisi: 24 Juni 2021; Diterima: 29 Juni 2021

Abstract

This study entitled "Digital Convergence of Radio Republic of Indonesia, Yogyakarta during the Covid-19 Pandemic". The development of information technology presents new challenges especially during the Covid-19 pandemic. No exception in the world of media, not only in Indonesia, in various parts of the world also faces the challenge of media convergence. Media convergence is a combination of several types of media and is present in digital form. The development of internet technology has led to changes and developments in the world of mass communication. With the presence of new media or the internet, it has changed the way people get information and news and change a newsroom in the media. This study aims to find out how to practice continuum convergence at Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta in the era of media convergence. In this convergence continuum includes 5 (five) stages, namely Cross Promotion, Cloning, Content Sharing, Coopetition, and Full Convergence. The method in this study uses qualitative research methods. The results of this study indicate that Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta in the practice of continuum convergence has reached the final stage of full convergence, in product development Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, adapted to technological developments by adapting and promoting innovative and creative works. Keywords: Masculinity, Pop Culture, Pon's Men, Representation

Keywords: Convergence, Media, Radio, RRI Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta dimasa pandemi Covid-19". Perkembangan teknologi informasi menghadirkan tantangan-tantangan baru khususnya dimasa pandemi Covid-19. Bukan hanya di Indonesia, di berbagai belahan dunia juga menghadapi tantangan yaitu konvergensi media. Konvergensi Media adalah penggabungan dari beberapa jenis media dan hadir dalam bentuk digital. Perkembangan teknologi internet menimbulkan perubahan dan perkembangan dalam dunia komunikasi massa. Kemunculan new media tersebut mengubah cara masyarakat dalam mendapatkan informasi dan berita, terutama mengubah dalam sebuah newsroom di media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek konvergensi kontinum di Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta pada era konvergensi media. Dalam konvergensi kontinum ini meliputi 5 (lima) tahapan yaitu Croos Promotion, Clooning, Content Sharing, Coopetition, dan Full Convergence. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, internet, observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta dalam praktek konvergensi kontinum sudah mencapai tahapan terakhir yaitu full convergence, dalam pengembangan produk Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta, disesuaikan dengan perkembangan teknologi dengan melakukan adaptasi dan mengedepankan karya inovatif dan kreatif.

Kata Kunci: Konvergensi, Media, Radio, RRI Yogyakarta

PENDAHULUAN

Teknologi berkembang begitu pesat mempengaruhi kebutuhan komunikasi, informasi, hiburan di masyarakat. Terlebih lagi saat covid-19 melanda seluruh masyarakat sehingga seluruh aktifitas dilakukan dirumah demi mengantisipasi penyebaran covid-19. Disinilah peran media digital semakin berkembang karena dijadikan satu satunya alat untuk berkomunikasi, media informasi juga sebagai media hiburan masyarakat. Seperti era yang modern ini, kita dituntut agar bisa mengikuti perkembangan media digital. Hal ini membuat media penyiaran yang memiliki fungsi sebagai media komunikasi, informasi, juga hiburan terancam tergeser oleh perkembangan teknologi tersebut.

Media penyiaran harus mulai merespon perubahan teknologi jika ingin tetap bertahan di tengah masyarakat, diantaranya melalui penggabungan dengan teknologi internet, dan perluasan jaringan bagi media penyiaran lokal, terutama radio yang memiliki frekuensi pendek. 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 sosial. Oleh karena itu, munculah konvergensi media.

Ilham Gemiharto mendefinisikan kata “konvergensi” sering digunakan untuk merujuk ke berbagai proses yang berbeda, sehingga terkadang menimbulkan kebingungan. Konvergensi media adalah penggabungan atau menyatunya saluran-saluran keluar (*outlet*) komunikasi massa, seperti media cetak, radio, televisi, internet, bersama dengan teknologi-teknologi portabel dan interaktifnya, melalui berbagai platform presentasi digital. Dalam perumusan yang lebih sederhana, konvergensi media adalah bergabungnya atau terkombinasinya berbagai jenis media, yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda (misalnya, komputer, televisi, radio, dan surat kabar), ke dalam sebuah media tunggal (Gemiharto, 2015).

Radio merupakan media konvensional yang telah diketahui masyarakat luas, salah satu radio yang terkenal yaitu RRI. Jatuhnya pemerintah Order Baru setelah terjadinya kerusuhan 14 Mei 1998 mengakibatkan perubahan besar dalam sejarah Indonesia. Lengsernya pemerintah Presiden Soeharto, digantikan oleh pejabat presiden yang dipegang oleh B.J. Habibie sejak 20 Mei 1998. Dalam kurun waktu pemerintahannya yang singkat, Habibie melalui Menteri Penerangan menerbitkan SK No.134/SK/Menpen/1998 telah mengurangi kewajiban stasiun radio swasta dalam me-replay berita dari RRI menjadi hanya tiga kali dan satu kali replay berita melalui RRI. Di samping itu, stasiun radio swasta juga diijinkan untuk membuat berita dan menyiarkan berita sendiri.

Herawati memaparkan bahwa era kebebasan yang mulai digulirkan pasca Order Baru, memicu munculnya radio-radio baru yang mengusung konsep lama sebagai media hiburan maupun mulai mengedepankan radio yang berbasis jurnalistik atau informasi. Di samping kemudahan izin untuk mendirikan media baru, akibat lanjutan dari proses reformasi yang masih belum selesai menyisakan pekerjaan rumah bagi pemerintah dan DPR berkaitan terhadap Undang-Undang Penyiaran No. 24/1997 yang kemudian juga masih menyisakan persoalan ketika sudah menjadi Undang-Undang Penyiaran No. 32/2000 (Herawati & Budi HH, 2013).

Tren perkembangan pengelolaan radio tidak lagi dikelola atas nama hobi, tetapi sudah mengarah pada pengelolaan manajemen yang profesional. Indikasinya dapat dilihat dengan segmentasi dalam industri dan radio. Sejak awal reformasi semakin tampak radio-radio yang mengkhususkan diri untuk menggarap segmen tertentu seperti segmen anak-anak, wanita, maupun radio yang khusus menysasar anak muda. Cakram menjelaskan, semenjak digulirkannya era reformasi telah membawa dampak terhadap peningkatan jumlah radio di Indonesia. Namun belum ada pengukuran yang efektif untuk dapat memetakan radio-radio yang telah ada tersebut. Seberapa tingkat kejenuhan radio di suatu daerah, masih menjadi bahan diskusi yang menarik, PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia) pernah mengukur tingkat kejenuhan radio. Pertama, ukuran didasarkan pada komponen pengukuran teknis.

Kedua, jika pengukuran pertama masih belum jenuh, maka diukur berdasarkan potensi ekonomi wilayah yang bersangkutan, antara lain penilaian terhadap komponen *Product Domestic Brutto* (PDB), presentasi alokasi periklanan dan biaya keseluruhan selama satu tahun. Ketiga, diukur lebih dari dua radio yang membidik khalayak sasaran yang sama, maka kesamaan tersebut dianggap jenuh (Herawati & Budi HH, 2013).

Saat ini radio sudah jauh lebih berkembang. Perubahan yang terjadi pada radio pun bukan sekedar alat dan manajemen yang berubah namun, perubahan ini pun terjadi pada segi ekonomi dari radio itu sendiri, yakni sebagai upaya perluasan pasar audience, dari segi pendengar radio dan para pemasang iklan. Sehingga bertambahnya jumlah pendengar melalui web streaming dan bertambahnya jumlah pemasang iklan. Hal ini berpengaruh terhadap sumber pendapatan (Trinoviana, 2017). Anisa Zahara Amlia (2020) menjelaskan ada faktor yang dapat mempengaruhi kiprah dunia radio agar sesuai pasaran juga diminati masyarakat diantaranya perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program berperan penting dalam meningkatkan minat dengar generasi z dan dapat meningkatkan eksistensi radio (Amlia, 2020).

KAJIAN PUSTAKA

KONVERGENSI

Merriam - Webster's Dictionary menjelaskan konsep umum konvergensi mengacu pada tindakan menyatu dan terutama bergerak menuju persatuan atau keseragaman. Dalam arti kata lain kemampuan untuk mengirimkan saluran media yang berbeda melalui satu platform digital, mengacu pada kemajuan teknologi saat ini Rheingold memaparkan bahwa kemajuan dalam teknologi-teknologi memungkinkan konvergensi teknologi, yang pada gilirannya memiliki efek samping sosial, bahwa dunia maya, sosial, dan fisik bertabrakan, bergabung, dan koordinasi (Sacco, 2016).

Krumsvik, Urban, dan Bodok memaparkan bahwa berkat teknologi baru, konsumen didorong untuk secara aktif mencari informasi baru dan melakukan personalisasi koneksi di antara konten media yang tersebar. Dengan demikian, konvergensi media membutuhkan perusahaan media untuk memikirkan kembali asumsi yang ada tentang media dari konsumen sudut pandang, karena ini mempengaruhi tidak hanya pemasaran tetapi juga keputusan produksi. Deuze juga menjelaskan bahwa konvergensi media harus dipandang sebagai kerjasama dan kolaborasi antara bentuk media yang sebelumnya tidak berhubungan dan platform. Ini bahkan lebih benar ketika kita mempertimbangkan itu, karena banyaknya konten yang tersedia secara online dan offline, yang dicari oleh konsumen yang baru diberdayakan produk dan layanan media yang dapat dipercaya (Sacco, 2016).

MEDIA

Ishadi menjelaskan media adalah entitas bisnis serta industri yang tergantung pada bisnis yang kuat. Semangat bisnis mendorong untuk menyusun agenda dan mengonstruksi sedemikian rupa realitas yang diperolehnya sehingga menarik untuk ditawarkan ke pasar. Media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dengan kata lain, media dapat didefinisikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan (Bajari, 2015).

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese menjelaskan lima faktor yang mempengaruhi isi media yakni level individu, rutinitas media, organisasi, extra media, dan ideologi. Tingkat pertama dalam hirarki pengaruh pada isi media adalah individu, hal ini menyangkut sisi profesional jurnalis. Faktor yang melingkupi antara lain latar belakang pendidikan, perkembangan profesional, dan keterampilan dalam menyampaikan berita secara tepat. Tingkat kedua adalah rutinitas media, hal ini berkaitan dengan perspektif organisasi media, aturan yang berlaku menyangkut proses penentuan berita atau bagaimana proses gatekeeping. Tingkat ketiga adalah organisasi, yakni faktor struktur organisasi media. Bagaimana

struktur dan proses pengambilan keputusannya, terutama terkait dengan hal di luar rutinitas. Tingkat keempat adalah extra media, seperti narasumber media dan lembaga-lembaga lain di luar media. Tingkat kelima adalah ideologi, yang diartikan sebagai kerangka-kerangka referensi yang terintegrasi, di mana masing-masing individu melihat realitas yang ada (Bajari, 2015).

DIGITAL

Lev Manovich mengidentifikasi lima karakteristik digital, yakni numerik representasi, modularitas (prinsip perakitan unit yang lebih besar dari yang lebih kecil), otomatisasi, variabilitas, dan transcoding (hubungan antara komputasi dan budaya sehari-hari). Menurut teori digital selalu berkaitan erat dengan media, karena media terus berkembang seiring dengan majunya teknologi dari media lama sampai media terbaru, sehingga mempermudah manusia dalam segala bidang yang berkaitan dengan teori digital (Aji, 2016). Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu, kata *digitus* yang berarti jari jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh karena itu, Digital merupakan penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau *off* dan *on* (bilangan biner) (Aji, 2016).

RADIO

Dadang Sugiana dan kawan-kawan memaparkan radio adalah salah satu jenis media massa elektronik tertua yang sampai saat ini masih tetap menjadi pilihan karena mengandung unsur musik dan kata-kata, serta memiliki jangkauan paling luas karena kemampuannya menembus jarak dan waktu adalah media radio siaran. Sifat radio yang personal dan portable adalah keunggulan media ini untuk menjadi “teman” yang selalu siap menemani kapan pun dan dimana pun pendengarnya berada (Junaedi et al., 2019).

Fungsi siaran radio adalah menyampaikan informasi dari stasiun pemancar ke seluruh stasiun penerima dengan transmisi tanpa kabel (*wireless*). Keberadaan radio berawal dari penemuan James C. Maxwell mengenai teori gelombang elektromagnet yang kemudian direalisasikan oleh Heinrich Hertz pada 1887. Kemudian Marconi menemukan metode transmisi suara tanpa kabel dan dilanjutkan dengan penyempurnaan eksperimen tentang berbagai susunan transmisi tanpa kabel oleh Nicola Tesla. Kemudian David Sarnoff mengemukakan ide tentang bagaimana jika stasiun penerima dibuat secara massal sehingga dapat dijadikan sebagai peralatan rumah tangga seperti halnya piano atau phonograph yang dapat menghadirkan musik ke dalam rumah secara *wireless*. Sarnoff memberi nama “Radio Music Box” untuk idenya ini (FR. Sri Sartono et al., 2008).

RADIO REPUBLIK INDONESIA (RRI)

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah lembaga penyiaran publik yang diatur dalam UU 32/2002 tentang Penyiaran dengan slogan “Sekali di Udara, Tetap di Udara”. Radio Republik Indonesia, secara resmi didirikan pada tanggal 11 September 1945. Statusnya radio pemerintah. Rapat utusan 6 radio di rumah Adang Kadarusman, Jalan Menteng Dalam Jakarta, menghasilkan keputusan mendirikan Radio Republik Indonesia dengan memilih Dokter Abdulrahman Saleh sebagai pemimpin umum RRI yang pertama. Rapat tersebut juga menghasilkan suatu deklarasi yang terkenal dengan sebutan Piagam 11 September 1945, yang berisi 3 butir komitmen tugas dan fungsi RRI yang kemudian dikenal dengan Tri Prasetya RRI (Masduki & Darmanto, 2014).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah dengan memakai metode studi kasus. Metode studi kasus dipilih dalam penelitian ini, dilatarbelakangi bahwa penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pertanyaan dan masalah penelitian. Pengujian terhadap pertanyaan dan masalah penelitian yang

tidak dapat dipisahkan antara fenomena serta konteks di mana fenomena tersebut terjadi. Pemilihan metode penelitian studi kasus dalam penelitian ini dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, fokus penelitian adalah untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Kedua, dalam penelitian studi kasus, peneliti tidak boleh melakukan manipulasi terhadap perilaku obyek yang diteliti yang terlibat di dalam penelitian. Ketiga, peneliti ingin menutupi kondisi kontekstual dilatarbelakangi karena peneliti mempunyai keyakinan bahwa hal itu relevan dengan yang diteliti. Terakhir, adanya batas tidak jelas antara fenomena dan konteks yang diteliti (Yin, 2008). Dalam pelaksanaan penelitian ini, studi kasus dilaksanakan dengan meneliti proses produksi siaran radio di RRI Yogyakarta.

Metode pengumpulan data dalam pelaksanaan penelitian studi kasus dalam penelitian ini dilakukan dengan berbagai cara. Pertama, adalah pengumpulan data dilakukan dengan observasi partisipan. Kekuatan pengumpulan data dengan observasi partisipan berakar pada observasi proses aktual “di lapangan”. Peneliti dapat mengamati rutinitas kerja yang sebenarnya, selama observasi, merekam proses pengambilan keputusan, konflik, negosiasi, dan kompromi, yang kesemuanya merupakan bagian dari proses produksi di berbagai tingkatan (Given, 2008). Sayangnya metode pengumpulan data ini menjadi lebih sulit dilakukan di masa pandemi Covid-19, karena adanya protokol kesehatan. Jika memungkinkan, metode ini dilakukan dengan melakukan observasi pada siaran radio di RRI Yogyakarta.

Kedua, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Kekuatan utama wawancara sebagai metode adalah kemampuannya untuk menjangkau berbagai perspektif tentang topik tertentu. Berbagai wawancara dapat digunakan untuk menambah informasi dan memperluas sudut pandang dalam penelitian tentang Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta yang sedang dilakukan ini. Semua wawancara dapat digunakan sebagai perangkat heuristik, karena informasi baru mengarah pada perspektif dan pertanyaan baru untuk subjek selanjutnya (Given, 2008). Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada Wahyu, yang menjabat sebagai reporter lapangan di Radio Republik Indonesia Yogyakarta.

Ketiga adalah dengan studi dokumen dan arsip. Dokumen, bisa berupa surat, memorandum, agenda, dokumen administrasi, artikel surat kabar, atau dokumen apapun yang berkaitan dengan penyelidikan. Triangulasi bukti dengan dokumen berfungsi untuk menguatkan bukti dari sumber lain. Dokumen juga dapat dipakai guna menarik kesimpulan pada suatu peristiwa, mengarah pada petunjuk palsu jika peneliti tidak berpengalaman. Dokumen dapat berbentuk arsip, seperti catatan layanan, catatan organisasi, daftar nama, hasil survey (Yin, 2008). Pada penelitian ini, arsip yang diteliti adalah dokumen yang bersumber dan atau berkaitan dengan siaran Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta.

Setelah pengumpulan data dilakukan dan data terkumpul, selanjutnya dilakukan proses reduksi data dengan melakukan pemilihan data yang bisa digunakan dan data diabaikan. Data yang terpilih selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis data studi kasus yang dilakukan dengan melakukan kategori data. Setelah ada kategori data, dilanjutkan dengan mengatur data dengan empat cara, yaitu pencocokan pola, membangun penjelasan, menemukan logika model, dan melakukan analisis timeseries (Yin, 2008). Teknik tambahan dilakukan ketika menggunakan beberapa kasus, disebut sebagai sintesis untuk mencari pengulangan dalam kasus. Produk akhirnya adalah narasi yang menceritakan tentang kasus, yang memungkinkan pembaca sepenuhnya menjadi paham pada kasus yang terjadi (Prihatsanti et al., 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konvergensi media merupakan penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Istilah konvergensi mulai banyak digunakan sejak tahun 1990-an. Kata ini umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka,

gambar, video, dan suara. Terjadinya konvergensi media juga didukung oleh berbagai hal seperti kekuatan-kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang memainkan peran besar dalam penciptaan teknologi-teknologi baru; berbagai penemuan dan inovasi tidak diadopsi secara luas lantaran keterbatasan teknologi itu sendiri; dan adanya kesempatan dan alasan ekonomi, sosial, dan politik yang mendorong perkembangan teknologi baru (Indrawan & Ilmar, 2018). Revolusi Industri 4.0 atau industri generasi keempat merupakan perubahan sektor industri di dunia yang dipengaruhi oleh maraknya perkembangan teknologi serta internet. Salah satu hasil penerapannya adalah inovasi dan perubahan terhadap model bisnis yang lebih efisien dan efektif (Syarah, 2013).

Radio pertama kali ditemukan oleh Marconi pada tahun 1896. Pada awalnya radio berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan berita ataupun untuk kepentingan kenegaraan secara umum (Ardiningtyas, Yara & Hartono, 2015). Radio Republik Indonesia Yogyakarta adalah sebagai radio tertua di Indonesia tentunya mempunyai banyak relasi yang menjadi bagian dari kegiatan yang RRI lakukan maka dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan dan melibatkan berbagai media hubungan yang terjalin sudah sangat baik, hal ini dapat terlihat dari kunjungan yang dilakukan oleh pimpinan RRI Yogyakarta yaitu ibu Saraswati yang diikuti oleh seluruh kepala seksi ke berbagai media cetak maupun elektronik antara lain yaitu: Barnas, Kedaulatan Rakyat, TVRI, Jogja TV.

Kunjungan tersebut dilakukan untuk silaturahmi dan membahas mengenai kegiatan yang akan diadakan oleh RRI Yogyakarta serta program-program yang akan dilakukan kerjasama. Kunjungan tersebut tidak hanya membahas mengenai program saja melainkan kunjungan dilakukan untuk menemukan ide-ide yang akan dibuat sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan masing-masing media. RRI Yogyakarta sudah melakukan konvergensi media, penyatuan teknologi informasi yang sudah dilakukan RRI adalah dengan membuat website yang dapat diakses pendengar RRI melalui rri.co.id, aplikasi RRI Play Go, siaran podcast RRI yang dapat didengarkan melalui website RRI maupun aplikasi Spotify, dan berinteraksi dengan pendengar melalui sosial media.

Media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media, secara umum, bertindak secara langsung untuk membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. Wahyu salah satu jurnalis Radio Republik Indonesia Yogyakarta juga menjelaskan tentang budaya yang harus lebih di kenalkan kepada generasi muda.

“RRI coba mengenalkan budaya nasional agar lebih dikenal anak muda seperti ketoprak, wayang, masak kita lebih mengetahui budaya luar negeri, daripada budaya sendiri.” (Wahyu, wawancara, 16 April 2021)

Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *convergence*. Kata konvergensi merujuk pada dua hal/benda atau lebih bertemu dan bersatu dalam suatu titik. Konvergensi akan mudah dibayangkan jika menggunakannya dalam ilmu fisika khususnya tentang cahaya. Cahaya matahari datang dari berbagai sudut yang kemudian dikumpulkan atau dibiaskan oleh *loop* (kaca pembesar) pada satu titik. Penggabungan berkas-berkas cahaya tersebut adalah peristiwa konvergensi. Sehingga, konvergensi media berarti penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan.

Istilah konvergensi secara umum juga merujuk pada kaitannya dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (TIK). Kata konvergensi ini umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video, dan suara. Menurut sumber lain, konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu titik tujuan. Konvergensi media biasanya merujuk pada perkembangan teknologi komunikasi digital yang dimungkinkan dengan adanya konvergensi jaringan. Wahyu salah satu jurnalis Radio Republik Indonesia Yogyakarta juga menjelaskan tentang konvergensi RRI.

“Konvergensi sudah jalan sejak 2014, RRI play yang berisi RRI NET, streaming radio, artikel website.” (Wahyu, wawancara, 16 April 2021)

Dari wawancara di atas, jelas kiranya RRI telah melakukan konvergensi sebelum pandemi. Namun, yang membedakan adalah konvergensi berlangsung lebih banyak di masa pandemi. Media adalah sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana penghubung atau perantara dalam penyampaian informasi maupun penyampaian hiburan dari pengirim informasi kepada penerima informasi (komunikasi). Konvergensi media adalah pengintegrasian atau penggabungan media – media yang ada untuk diarahkan dan digunakan ke dalam satu titik tujuan, dimana konvergensi media diakibatkan karena adanya perkembangan teknologi komunikasi digital yang menyebabkan efisiennya adanya telepon, video, dan komunikasi data dalam suatu jaringan (konvergensi jaringan).

Jadi dapat disimpulkan bahwa konvergensi media adalah fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik (misalnya televisi, radio, surat kabar, dan komputer) menjadi satu ke dalam sebuah media tunggal. Kunci dari konvergensi adalah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi maupun data diubah dari format analog ke format digital sehingga dikirim ke dalam satuan bit (binary digit). Karena informasi yang dikirim merupakan format digital, konvergensi mengarah pada penciptaan produk-produk yang aplikatif yang mampu melakukan fungsi audio visual sekaligus komputasi. Maka jangan heran jika sekarang ini komputer dapat difungsikan sebagai pesawat televisi, atau telepon genggam dapat menerima suara, tulisan, data maupun gambar tiga dimensi (3G).

Dalam dunia penyiaran, digitalisasi memungkinkan siaran televisi memiliki layanan program seperti layaknya internet. Cukup dengan satu perangkat, seseorang sudah dapat mengakses surat kabar, menikmati hiburan televisi, mendengar radio, mencari informasi sesuai selera dan bahkan menelpon sekalipun. Konvergensi media menyediakan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi secara visual, audio, data dan sebagainya.

Dampak dari konvergensi media tentu saja berlangsung di berbagai bidang. Di ranah komunikasi massa misalnya, strategi jurnalistik konvensional sekarang ini mengalami perubahan signifikan. Jurnalis masa kini dituntut mampu menyegerakan penyampaian informasi yang diperoleh dan mengirimkannya ke khalayak. Pada tahap awal perkembangan teori dan model komunikasi dikenal adanya model S-M-C-R (*Source, message, channel, receiver*). Komponen tersebut menurut Edward Sappir seperti yang ditulis oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya berjudul ilmu, teori dan filsafat komunikasi mengandung 2 pengertian, yang pertama adalah media sebagai saluran primer yang lambang-lambang yang digunakan khusus dalam komunikasi tatap muka seperti bahasa, gambar atau warna. Sedangkan definisi yang kedua adalah media sebagai saluran sekunder, yaitu media yang berwujud media massa. Seperti surat kabar, televisi, radio atau telepon. Akan tetapi media tersebut memiliki kelemahan yaitu tidak memungkinkan audiensnya untuk memberikan tanggapan atau umpan balik (*feedback*) secara langsung. Bahkan pola komunikasi media tersebut bisa dikatakan satu arah (Effendy, 2000).

Pola komunikasi timbal balik dimana komunikan bisa memberikan *feedback* secara langsung dengan menggunakan media lama bisa digunakan melalui media seperti telepon, dimana sifat media tersebut adalah sebagai media komunikasi interpersonal, artinya tidak memungkinkan untuk melakukan komunikasi secara massif. Karakteristik media lama tersebut berbeda dengan karakteristik yang dimiliki media baru. Ketika media lama hanya bisa menerapkan pola komunikasi yang interaksional yang linear, media baru dapat menerapkan pola komunikasi yang interaksional antara komunikator dengan komunikannya. Sebuah teori yang diungkapkan oleh Wilbur Schramm menjelaskan tentang pola komunikasi tersebut.

Pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis media baru adalah pendekatan Convergence Theory, Rogers dan Kincaid (1981) dalam *communication for Social Change: An Intergrated Model for Measuring the process and its outcomes* menjelaskan bahwa *Convergence Theory* menggambarkan komunikasi sebagai proses horizontal antara dua orang atau lebih dalam sebuah sosial networks. Model ini menjelaskan komunikasi sebagai proses yang berkesinambungan dimana antara partisipan terdapat proses saling tukar informasi dalam upaya mencapai sebuah mutual understanding.

Konvergensi media menciptakan ketidakstabilan tersebut, tidak ada satupun pemenang dalam proses konvergensi media karena semua pihak mempunyai kekuatan yang sama dalam mengakses media. Akibatnya kita terjebak dalam sebuah situasi dimana kita berada ditengah-tengah berada berbagai macam kepentingan. Jenkins menambahkan bahwa saat ini manusia hidup dalam sebuah era dimana setiap perubahan informasi baik secara konten maupun bentuk akan memengaruhi setiap aspek kehidupan. Jenkins menambahkan bahwa era Digital Renaissance dapat berarti saat yang baik maupun yang buruk dalam sejarah kehidupan manusia.

Media lama tidak akan pernah mati. Pernyataan tersebut berlaku pada kasus radio dan internet. Kehadiran internet tidak kemudian membuat radio hilang, akan tetapi justru membawa inovasi baru pada perkembangan radio melalui konvergensi media tersebut. Pada perkembangannya kemudian muncullah radio streaming. Dulu untuk menikmati radio kita harus mendengarkannya melalui pesawat radio yang tentunya hanya memiliki satu fungsi, yaitu mendengarkan siaran tersebut. Dengan kehadiran internet kita bisa mendengarkan radio dengan cara streaming melalui berbagai macam platform seperti telepon seluler pintar (*smartphone*) jenis iPhone, Blackberry, Android, maupun perangkat seperti laptop maupun computer tablet.

Secara teknis aktivitas mendengarkan radio (yang tentu saja sebelumnya sudah mudah) menjadi lebih mudah. Kita hanya perlu membawa satu perangkat *device* untuk mendengarkan radio. Sejak internet mulai populer di masyarakat dan perangkat komunikasi seperti laptop, computer tablet dan smartphone beredar luas di masyarakat dengan harga terjangkau maka banyak stasiun radio mengembangkan metode penyiarannya melalui internet dengan metode streaming. Tentu saja stasiun-stasiun radio tersebut tidak menghilangkan model penyiaran dengan sinyal analog (AM dan FM) karena model penyiaran tersebut tetap memiliki segmen pendengarnya sendiri, misalnya bagi para pengendara mobil di kota-kota yang akrab dengan kemacetan seperti Jakarta. Radio kemudian bisa dinikmati dengan berbagai macam platform baik analog maupun digital.

Interaksi yang terjadi antara penyiar dan pendengar radio juga mengalami perubahan. Radio konvensional tidak memberikan banyak peluang bagi pendengarnya untuk memberikan feedback. Kehadiran internet radio dapat bertransformasi menjadi sebuah media massa yang memberikan peluang besar kepada para pendengarnya untuk menyampaikan *feedback* dan memungkinkan terjadinya dialog antara penyiar dan pendengar. Melalui radio streaming pendengar dapat melakukan chatting dengan banyak pendengarnya. Ketika jejaring sosial seperti Twitter mulai populer di masyarakat, pola interaktivitas antara penyiar dan pendengar juga semakin besar.

KESIMPULAN

Pandemi Covid-19 telah membawa perubahan secara struktural dalam berkehidupan, dimana aktivitas dilakukan dirumah demi mengantisipasi penyebaran Covid-19. Salah satu media massa yang membawa perubahan di massa pandemi yaitu radio, radio adalah salah satu media massa yang turut merambah dunia digital. Dimana radio yang menjadi penelitian adalah RRI Jogja, dimasa pandemi seperti ini RRI Jogja mampu beradaptasi dengan melakukan konvergensi media.

Konvergensi media yang dilakukan RRI jogja yakni sebagai upaya perluasan pasar audience, dari segi pendengar. Hal ini RRI Jogja adalah sebagai media lokal tertua yang di Indonesia yang sudah melakukan konvergensi media, penyatuan teknologi informasi yang sudah dilakukan RRI adalah dengan website yang dapat diakses pendengar melalui rri.co.id, aplikasi RRI Play. Dengan adanya konvergensi media ini interaksi antara penyiar dan pendengar pun memberikan feedback baik, karena kehadiran internet dapat bertransformasi menjadi sebuah media massa dapat memberikan peluang besar kepada para pendengarnya, serta memberikan pola interaktivitas antara penyiar dan pendengarnya semakin besar.

PERSANTUNAN

Terima kasih kepada Dr. Fajar Junaedi selaku dosen pengampu Manajemen Media Penyiaran yang telah membimbing dan mendukung kami dari awal proses penelitian hingga akhir penelitian dan dipublikasikan.

REFERENSI

- Aji, R. (2016). DIGITALISASI, ERA TANTANGAN MEDIA (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*, 1(1), 43-54. <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1245>
- Amlia, A. Z. (2020). *Strategi radio rri pro 2 88.4 fm pekanbaru dalam menarik minat pendengar*. 3890.
- Ardiningtyas, Yara & Hartono, Y. (2015). PERKEMBANGAN RADIO SEBAGAI PERS ELEKTRONIK DI MADIUN TAHUN 1998-2013. 5, 161-181.
- Bajari, A. (2015). *MEDIA-Trik*.
- Effendy, O. U. (2000). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- FR. Sri Sartono, Sugeng Purbawanto Sutarno, & Tatyantoro Andrasto. (2008). *Dan Produksi Program Radio , Televisi Dan Film Jilid 1 Dan Produksi Program Radio , Televisi Dan Film*.
- Gemiharto, I. (2015). Teknologi 4G-Lte Dan Tantangan Konvergensi Media Di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(2), 212-220. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n2.10>
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of QUALITATIVE RESEARCH METHODS. VOLUME 1 & 2* (p. 886). Singapore: A SAGE Reference Publication.
- Herawati, F. A., & Budi HH, S. (2013). Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta: Kajian Teori Niche terhadap Program Acara Radio Siaran di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 107-130. <https://doi.org/10.24002/jik.v4i2.222>
- Indrawan, J., & Ilmar, A. (2018). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK Studi Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jakarta ; 2 Program Studi Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara (STIP-AN). *Medium*, 8(1), 11-17.
- Junaedi, F., Sukmono, F. G., Sugiana, D., Setiawan, A., Sari, D. K., Wibowo, N. A., Herwandito, S., Sjuchro, D. W., Yusanto, Y., Ramadhani, E., Nuraini, I., Kodrat, D., Samudro, A., Gemiharto, I., Gobang, J. K., Karimah, K. El, Wahyudin, U., Tarifu, L., Nurfikria, I., ... Hariyanti, P. (2019). *[BUKU] Komunikasi dalam Media Digital*. (2019).
- Masduki, M., & Darmanto, D. (2014). #SAVE RRI-TVRI.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Sacco, V. (2016). How Does Social Media Shape Media Convergence? The Case of Journalists Covering War and Conflict. In *Media Convergence Handbook - Vol. 1* (Vol. 1). https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2_20

- Syarah, M. M. (2013). *Bab 1. kajian peran media televisi di era 4.0* 1 -. 9-10. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/206693/isi-buku-kreativitas-sebagai-literasi-media-televisi-di-era-4.0.pdf>
- Trinoviana, A. (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(1), 35-50. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, M. (2008). *Studi kasus : desain & metode* / Robert K. Yin ; penerjemah, M. Djauzi Mudzakir. RajaGrafindo Perkasa.