STRATEGI RADIO KOTA BATIK 91.2 FM PEKALONGAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MINAT PENDENGAR DI ERA KONVERGENSI MEDIA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Disusun oleh:

MUTIARA RAHMADHANI

20321040

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI RADIO KOTA BATIK 91.2FM PEKALONGAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MINAT PENDENGAR DI ERA KONVERGENSI MEDIA

Disusun oleh:

MUTIARA RAHMADHANI

20321040

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di harapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 28 Januari 2025

Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Herman Felani, S.S., M.A.

NIDN 0521128202

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI EKOLOGI MEDIA RADIO KOTA BATIK 91.2 FM PEKALONGAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN MINAT PENDENGAR DI ERA KONVERGENSI MEDIA

Disusun oleh:

MUTIARA RAHMADHANI

20321040

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 11 Februari 2025

Dewan Penguji

1. Ketua : Dr. Herman Felani, S.S., M.A.
   NIDN : 0521128202
2. Anggota : Puji Rianto, S.IP., M.A.
   NIDN : 0503057601

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Dr. Zaki Habibi, M.Comms.

NIDN 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mutiara Rahmadhani

Nomor Induk Mahasiswa : 20321040

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setujui dengan sesungguhnya

Yogyakarta,

Yang menyertakan,



Mutiara Rahmadhani

NIM 20321040

MOTTO

"*Hidup yang tidak **dipertaruhkan** tidak akan pernah **dimenangkan** "*

PERSEMBAHAN

ٱلْحَمْدُ للَّهِ رَبِّ الْعالَمِين

Segala puji bagi Allah swt. atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang akan penulis persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta tiada terhingga untuk diri penulis, nenek dan kakek, kedua orang tua, orang-orang terkasih, serta rekan yang senantiasa menjadi semangat bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis mengucapkan puji dan syukur yang tiada henti kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan dalam Mempertahankan Eksistensi dan Minat Pendengar di Era Konvergensi Media". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum sempurna, disebabkan oleh keterbatasan penulis dalam hal kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar karya tulis selanjutnya dapat lebih baik.

Selama menyusun skripsi, penulis menerima bantuan, bimbingan, dan motivasi dari banyak pihak yang sangat berharga, memungkinkan penulis untuk mengatasi berbagai kesulitan yang dihadapi. Melalui kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang secara langsung berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini, dan ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan karunia-Nya, rahmat, petunjuk, dan kekuatan kepada hamba-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Almarhumah nenek tercinta, Turah Sutinem, dan kakek tercinta, Harry Lumintang yang selamanya akan menjadi cinta pertama bagi penulis.
3. Kepada ibunda tercinta, Ana Maria Kristina, yang cinta kasihnya senantiasa menjadi penguat dan penyemangat penulis. Kepada ayah, Alayhi Salam Ardani, yang telah sempat menjadi figur seorang ayah dan alasan penulis bisa menjadi pribadi yang kuat.
4. Kepada Dr. Herman Felani, S.S., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sabar dalam membimbing, memberikan nasehat, dan dukungan kepada mahasiswanya.
5. Kepada keluarga besar Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan atas izin dan dukungannya sebagai objek penelitian. Terima kasih kepada seluruh tim atas kerja sama dan keterbukaan

yang telah memungkinkan penelitian ini terlaksana. Semoga hasilnya dapat memberikan manfaat bagi perkembangan Radio Kota Batik ke depannya.

6. Teristimewa untuk teman perjalanan penulis, Aldino Eka Pratama, yang selalu menjadi teman, selalu memberi dukungan, dan motivasi selama masa perkuliahan penulis dalam suka maupun duka.
7. Kepada sahabat-sahabat tercinta yang selalu mendukung dan menguatkan penulis serta memotivasi dalam perjalanan penulisan skripsi penulis.
8. Terakhir, teruntuk diri penulis. Terimakasih kepadamu, Mutiara Rahmadhani yang sudah selalu kuat melewati segala lika-liku yang terjadi. Saya bangga kepada diri saya sendiri, mari tetap bekerja sama untuk senantiasa semangat, sehat, dan berkembang di hari-hari esok. Tetap menjadi pribadi yang kuat dan bermanfaat kepada sekitar.

Akhir kata, penulis berharap mendapatkan kritik dan saran yang konstruktif dari semua pihak karena skripsi ini masih belum sempurna dan semoga dapat berguna bagi mereka yang membutuhkannya. Penulis berharap skripsi ini dapat menyajikan informasi yang dapat berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **Error! Bookmark not defined.**

MOTTO 5

PERSEMBAHAN 5

KATA PENGANTAR 6

BAB I 12

A. Latar Belakang 12

B. Rumusan Masalah 16

C. Tujuan Penelitian 16

D. Manfaat Penelitian 16

E. Tinjauan Pustaka 17

F. Landasan Teori 20

G. Metodologi 28

BAB II 32

A. Sejarah Radio Kota Batik 34

B. Lokasi Radio Kota Batik 34

C. Visi dan Misi Radio Kota Batik 34

D. Logo Radio Kota Batik 34

E. Data Umum Radio Kota Batik 34

F. Format Siaran Radio Kota Batik 34

G. Struktur Organisasi Radio Kota Batik 35

H. Program Radio Kota Batik 35

I. Profil Media Sosial Radio Kota Batik 35

BAB III 48

ANALISIS DATA KONVERGENSI RADIO KOTA BATIK 91.2 FM PEKALONGAN DI ERA KONVERGENSI MEDIA DIGITAL 48

BAB IV 61

PENUTUP 61

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah membawa tantangan besar bagi industri penyiaran, termasuk radio lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan dalam mempertahankan eksistensinya dan menarik minat pendengar di era konvergensi media. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Kota Batik menerapkan strategi konvergensi media dengan pendekatan 3M (multimedia, multichannel, dan multiplatform). Radio ini mengintegrasikan siaran tradisional dengan platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, inovasi program interaktif dan kolaborasi dengan komunitas lokal turut meningkatkan keterlibatan pendengar. Dengan adaptasi terhadap media digital, Radio Kota Batik berhasil mempertahankan relevansinya di tengah persaingan industri penyiaran.

Kata kunci: Radio, Konvergensi Media, Strategi Adaptasi, Radio Kota Batik, Penyiaran Digital.

ABSTRAC

The rapid development of digital technology has posed significant challenges for the broadcasting industry, including local radio stations. This study aims to analyze the strategies employed by Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan to maintain its existence and attract listeners in the era of media convergence. This research adopts a qualitative descriptive method, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The findings reveal that Radio Kota Batik implements a media convergence strategy using the 3M approach (multimedia, multichannel, and multiplatform). The station integrates traditional broadcasting with digital platforms such as Instagram, Facebook, YouTube, and TikTok to expand its audience reach. Additionally, interactive programs and collaborations with local communities enhance listener engagement. By adapting to digital media, Radio Kota Batik successfully maintains its relevance amid the competitive broadcasting industry.

***Keywords**: Radio, Media Convergence, Adaptation Strategy, Radio Kota Batik, Digital Broadcasting.*

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan media telah memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi secara cepat, baik melalui media cetak maupun elektronik. Teknologi berperan penting dalam mempercepat penyebaran informasi, menjadikannya kebutuhan primer bagi masyarakat. Namun, kemajuan ini juga memicu persaingan ketat antar media untuk menarik konsumen demi keuntungan. Salah satu media massa yang berperan signifikan dalam komunikasi adalah radio, yang memiliki sejarah panjang sejak ditemukannya phonograph oleh Thomas Edison pada tahun 1877 dan berkembang dengan eksperimen gelombang elektromagnetik oleh James Clerk Maxwell dan Heinrich Hertz. Menurut Starkey (2011), radio telah mengalami evolusi dari era monopoli hingga deregulasi dan otomatisasi, menjadikannya media dengan cakupan luas yang mampu menyampaikan konsep dan pengetahuan secara efektif.

Sebagai media komunikasi, radio memiliki keunggulan berupa biaya yang terjangkau, fleksibilitas waktu, dan jangkauan hingga pelosok. Radio tetap relevan sebagai teman aktivitas sehari-hari, baik di rumah maupun di ladang. Dengan model komunikasi satu atau dua arah, radio memperkuat hubungan dengan pendengar melalui peran penyiar yang menjadi kunci keberhasilan penyampaian pesan. Meskipun demikian, di era modern saat ini, eksistensi radio mulai dipertanyakan seiring pesatnya perkembangan teknologi yang membawa tantangan baru bagi keberlangsungan media tradisional ini.

Menurut Masduki (2011) media penyiaran, dimana, kapan dan dikelola siapapun sejatinya mengambil fungsi strategis memberi informasi, membantu publik membuat agenda, mediasi dalam mengatasi masalah, mempengaruhi pihak lain, menghibur, serta melakukan kontrol kekuasaan. Di Indonesia, pengelolaan media sejak 1998 menganut sistem liberal. Sistem ini mendapatkan mekanisme pasar bebas sebagai penentu utama nafas media, serta mengurangi intervensi kekuatan eksternal di luar media dalam menjalankan operasinya. Salah satu akibat langsung kondisi tersebut adalah potret publikasi isu sosial seperti bencana alam yang cenderung kontroversial dan tak terkendali (hal 27.)

Radio FM pertama kali hadir pada awal 1960-an dengan program musik yang terbatas pada genre tertentu. Namun, popularitasnya mulai menurun akibat munculnya televisi. Di Indonesia, sejarah radio dimulai pada era kolonial Belanda dengan pendirian Batavia Radio Siaran Vereniging (BRV) pada 16 Juni 1952. Pada masa penjajahan Jepang, siaran radio berada di bawah kendali mereka, sehingga proklamasi kemerdekaan Indonesia tidak dapat disiarkan langsung. Meski demikian, Radio Indonesia Merdeka akhirnya berhasil menyiarkan peristiwa bersejarah tersebut. Sebelum kemerdekaan, pendirian Nederlandsch Indische Radio Omroep Maatschappij (NROM) menjadi cikal bakal Radio Republik Indonesia (RRI), yang didirikan pada 11 September 1945 sebagai stasiun radio pemerintah untuk mewakili kepentingan nasional.

Sejak 1930-an, radio telah menjadi media utama di Indonesia, jauh sebelum televisi diperkenalkan pada tahun 1962. Dalam perjuangan kemerdekaan, radio memainkan peran penting dengan kemampuannya menyampaikan informasi melintasi hambatan geografis. Setelah tahun 1998, industri penyiaran di Indonesia berkembang pesat dengan kemunculan teknologi pemancar radio yang memungkinkan berdirinya stasiun radio lokal di berbagai wilayah. Stasiun-stasiun ini menawarkan program-program yang lebih relevan dengan kehidupan masyarakat setempat, menjadikan dunia penyiaran semakin beragam dan dinamis. Demikian juga dengan lembaga penyiaran publik lokal yang dapat didirikan di daerah provinsi, kabupaten, dan kota, sebagaimana dinyatakan dalam UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 pasal 14 ayat (3) tentang Lembaga Penyiaran Publik. (*UU No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*, n.d.)

Dengan secara langsung menyetujui pendirian stasiun radio lokal di Indonesia, undang-undang ini meresmikan kehadiran organisasi penyiaran daerah. Radio lokal dapat memberikan lebih banyak pilihan dan variasi bagi masyarakat Indonesia untuk mengetahui informasi mengenai daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh media nasional. Karena adanya persaingan di antara stasiun radio lokal untuk menarik pendengar, hal ini mengakibatkan munculnya stasiun radio lokal di Indonesia. Untuk berhasil, program-program radio harus disusun secara menarik agar dapat memikat perhatian dan diikuti oleh banyak pendengar (Nurhasmini, 2020).

Medium	Weekly Reach Ages 18+	Weekly Reach Ages 18-34	Weekly Reach Ages 35-49	Weekly Reach Ages 50-64	Weekly Reach Ages 65+
Radio	88%	84%	90%	92%	85%
TV	86%	74%	88%	92%	93%
Social Media sphn.	81%	87%	88%	80%	64%
Streaming Audio sphn.	56%	71%	63%	50%	36%

Gambar 1.1 Data Statistik Pendengar Radio di Dunia

Berdasarkan gambar di atas yang menyajikan data pendengar radio di dunia. Terlepas dari kepercayaan umum bahwa radio sudah mati dan tidak relevan bagi generasi muda, radio masih menjadi jangkauan tertinggi di semua media dan merupakan penguat kampanye iklan, dan penyebaran informasi yang efektif. Statistik radio menunjukkan bahwa radio adalah media komunikasi yang dominan dan secara mengejutkan populer di kalangan pendengar muda (*Radio Statistic in 2024 (Listening & Advertising)*, 2024.)

Kompetisi di dunia media penyiaran adalah persaingan untuk mendapatkan perhatian pemirsa, yang menuntut manajer stasiun untuk memahami target audiens dan keinginan mereka. Masuknya era digital dan media baru seperti internet mendorong perusahaan radio untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Transformasi ini terlihat dari pendirian portal berita daring oleh media siaran di Indonesia, yang menyajikan berita dalam format online. Media online mencakup semua jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet, baik media cetak maupun elektronik, memungkinkan aksesibilitas yang lebih luas dan fleksibel.

Untuk mempertahankan relevansi di era digital, perusahaan radio mengadopsi pendekatan multi-platform, menyajikan informasi secara modern dengan segmen yang lebih terkini melalui berbagai saluran, termasuk udara dan media online. Inovasi ini diterapkan tidak hanya oleh perusahaan radio besar di kota-kota utama tetapi juga oleh stasiun radio lokal di kota kecil seperti Pekalongan, yang ikut memodernisasi penyajian informasi guna memenuhi kebutuhan audiens yang terus berkembang.

Di Kota Pekalongan, berbagai stasiun radio berperan penting dalam menyediakan informasi, hiburan, dan konten lokal bagi masyarakat. Radio Rasika 95.6 FM dikenal dengan program musik, berita, dan talk show lokal, sedangkan Radio Soneta 97.9 FM fokus pada

siaran musik dangdut karya Rhoma Irama. Radio Wow 102.6 FM menyasar audiens muda dengan program musik pop terbaru, sementara Radio Walisongo 95.5 FM menawarkan konten islami. Radio RKS 93.5 FM lebih fokus pada informasi lokal, Radio Chandra Pop 95.1 FM menyajikan musik pop klasik hingga modern, dan Radio Damashinta 101.6 FM menghadirkan program islami serta hiburan keluarga. Selain itu, Radio BSP 101.2 FM membahas topik sosial dan ekonomi lokal, dan Radio Thomson 100.8 FM menyediakan siaran variatif dengan hiburan dan berita.

Radio Kota Batik 91.2 FM menonjol sebagai radio pemerintahan daerah yang berperan strategis dalam mendukung budaya lokal, terutama industri batik dan ekonomi kreatif di Pekalongan. Sebagai salah satu radio tertua di kota ini, Radio Kota Batik terus berinovasi dengan beralih dari gelombang AM ke FM serta memanfaatkan konvergensi media digital melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Transformasi ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, terutama generasi muda, tetapi juga memperkuat identitas lokal di tengah persaingan media digital.

Keaktifan Radio Kota Batik juga terlihat dari kehadirannya di berbagai platform media sosial, memungkinkan interaksi langsung dengan pendengar serta meningkatkan keterlibatan komunitas. Berada di Kota Pekalongan yang strategis sebagai pusat industri batik, radio ini berperan sebagai penghubung sosial sekaligus media informasi dan hiburan yang mendukung aktivitas ekonomi warga. Dengan strategi adaptif dan inovatif, Radio Kota Batik tetap menjadi aktor penting dalam penyiaran lokal serta pelestarian budaya di era digital.

Penelitian ini memilih Radio Kota Batik sebagai objek utama karena statusnya sebagai salah satu stasiun radio tertua di Pekalongan dan perannya yang signifikan dalam menjaga identitas budaya lokal. Radio ini mampu menjembatani kebutuhan informasi masyarakat terkait perkembangan industri lokal, inovasi kreatif, dan tren pasar. Keberhasilannya menerapkan konvergensi media, seperti integrasi siaran tradisional dengan platform digital, menunjukkan langkah strategis untuk tetap relevan di era digital. Meskipun menghadapi tantangan seperti biaya operasional tinggi dan persaingan ketat, Radio Kota Batik terus bertahan dengan beradaptasi melalui penyesuaian program dan keaktifan di media sosial. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi peran Radio Kota Batik dalam mendukung partisipasi komunitas dan memperkuat ekonomi kreatif di Pekalongan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diketahui bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat mempengaruhi pola penyebaran informasi di media massa. Penelitian mengenai strategi bertahan radio lokal di era konvergensi ini akan dilakukan di Radio Kota Batik Pekalongan, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

a. Bagaimana strategi yang dilakukan Radio Kota Batik untuk mempertahankan eksistensinya di era konvergensi media?
b. Apa saja upaya yang dilakukan Radio Kota Batik untuk menarik minat pendengar di era konvergensi media?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan rumusan masalah sebelumnya, tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi yang digunakan oleh Radio Kota Batik Pekalongan untuk menjaga eksistensinya dalam era konvergensi media digital, serta upaya-upaya apa yang dilakukan untuk menarik pendengar di era ini.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah disebutkan di atas, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan di bidang komunikasi, terutama dalam hal strategi komunikasi *multi-platform*, serta memberikan perspektif baru tentang strategi bertahan radio lokal.
b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif untuk pengembangan pengetahuan dalam bidang komunikasi, terutama mengenai strategi radio dalam menjaga relevansinya di era konvergensi media digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan wawasan bagi mahasiswa-mahasiswa ilmu komunikasi lainnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bahwa temuan dari karya ilmiah ini dapat membantu penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang strategi dalam upaya mempertahankan eksistensi radio lokal dan minat pendengar di era digital. Selain itu, temuan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi manajemen Radio Kota Batik Pekalongan dalam merancang strategi yang lebih baik guna menjaga eksistensinya.

E. Tinjauan Pustaka

Judul	Penulis	Hasil Penelitian
Eksistensi Televisi Lokal di Tengah Era Konvergensi Media Digital (Studi Kasus pada Pengelolaan Konten Siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember)	Mohammad Imroni Yusuf (2022)	Temuan penelitian menunjukkan bahwa JTV Jember mengelola konten secara rutin melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk menghasilkan konten yang berkualitas. Selain itu, JTV Jember juga bekerja sama dengan kelompok dan komunitas, melibatkan generasi milenial, serta berinteraksi dengan stasiun televisi yang memiliki lisensi digital melalui siaran simultan. JTV Jember juga memberikan kontribusi konten yang beragam. Selain itu, JTV Jember juga memberikan pelatihan dan pendidikan internal kepada stafnya untuk meningkatkan pengetahuan mereka, melalui metode belajar mandiri, tutorial, atau praktik yang dipandu oleh pemimpin berbasis di Surabaya. Pimpinan JTV Jember memberikan insentif kepada karyawan sebagai bentuk apresiasi dan berdasarkan kinerja mereka dalam pengembangan JTV Jember.

Strategi Komunikasi Pemasaran Radio UTY FMedari dan Radio JIZ FM dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan dan Pendengar	Miranda Fikarina (2012)	Radio JIZ FM menarik pendengar dengan menghadirkan program-program yang sesuai dengan demografi target mereka, terutama di kalangan kaum muda berusia antara 16 dan 24 tahun. Salah satu acara yang paling populer dan terkenal di JIZ FM adalah "*Morning Spirit*". Radio UTY FM memiliki peluang yang muncul berkat kemajuan teknologi radio yang pesat. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan dana operasional untuk produksi dan promosi. Di sisi lain, Radio JIZ FM memiliki peluang untuk mencapai audiens yang lebih luas di Yogyakarta dan sekitarnya. Peluang ini semakin meningkat dengan minat banyak investor dalam industri radio. Namun, Radio JIZ FM menghadapi hambatan dalam hal keterbatasan dana operasional yang tersedia.
Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)	Nurrahmah (2017)	Harian Ujungpandang Ekspres menggabungkan media tradisional dan digital dengan menggunakan Adobe Photoshop untuk mengurangi ukuran file desain koran sebelum

		mengunggahnya dalam bentuk foto ke internet. E-paper merupakan upaya untuk menjaga keberadaan koran di tengah popularitas smartphone, laptop, tablet, dan iPhone dengan tetap mengikuti perkembangan teknologi. E-paper dapat digunakan sebagai pengganti koran cetak di area yang tidak terjangkau oleh distribusi fisik, serta sebagai bukti bagi pengiklan dari luar daerah. Namun, akses ke koran elektronik terbatas karena ketidakstabilan internet di Indonesia dan keterbatasan teknis. E-paper belum mampu mencapai pendapatan tertinggi di sektor media.
Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online	Eko Agus Prasetyo (2020)	Berdasarkan hasil penelitian, terungkap bahwa upaya konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Walisongo, berdasarkan teori strategi Roger Fidler, tidak berhasil. Transisi dari media analog ke media digital dan penggabungan antara media tradisional dan media baru tidaklah mudah. Namun demikian, Radio Walisongo berhasil bertahan dan tetap relevan di era digitalisasi dengan mengadopsi media internet untuk memperluas basis pendengar.

		Salah satu bentuk konvergensi media yang kompleks adalah melalui penggunaan situs web, aplikasi seluler, serta platform media sosial seperti *Facebook*, *Twitter,* dan *Instagram*. Dalam hal ini, Radio Walisongo memanfaatkan fitur-fitur media sosial seperti *Insta Story* dan *Live Instagram* untuk mendorong partisipasi pendengar selama siaran, serta menggunakannya sebagai platform untuk berdakwah di era digitalisasi dengan membagikan kutipan-kutipan islami dan video-video dakwah melalui media sosial.

F. Landasan Teori

1. Pengertian Konvergensi

Konvergensi secara harfiah didefinisikan sebagai pertemuan atau penyatuan dua atau lebih hal di suatu lokasi tertentu; ini juga merupakan pemusatan pandangan mata pada suatu objek yang sangat dekat. Secara umum, konvergensi dipahami sebagai proses di mana beberapa elemen bergabung atau menyatu menuju tujuan atau fokus yang sama. Namun, berbagai perspektif mengenai konvergensi telah menghasilkan beragam definisi dari istilah ini. Misalnya, Komisi Eropa mendefinisikan konvergensi sebagai integrasi perangkat elektronik konsumen seperti komputer pribadi (PC), televisi, dan telepon.

Jenkins mendefinisikan konvergensi sebagai perpindahan materi ke berbagai platform media, kerja sama antara berbagai bisnis media, serta perilaku migrasi audiens yang terus mencari pengalaman hiburan dari konten media yang mereka konsumsi. Proses di mana teknologi baru diintegrasikan ke dalam sektor komunikasi, media, dan budaya dikenal

sebagai konvergensi media. Jenkins menekankan bahwa konvergensi media bukan sekadar integrasi teknologi yang menggabungkan berbagai fungsi media ke dalam satu perangkat. Sebaliknya, ia melihatnya sebagai perubahan budaya di mana konsumen media semakin termotivasi untuk menghubungkan sumber media yang sebelumnya terpisah dan mencari informasi baru. Sementara menurut Burnett dan Marshall, konvergensi adalah penyatuan sektor komputer, media, dan telekomunikasi menjadi satu entitas yang berfungsi sebagai saluran komunikasi digital. *Key Concepts in Journalism Studies* juga menegaskan bahwa konvergensi media merujuk pada pertukaran materi di berbagai media yang memiliki karakteristik dan platform unik.

Kapasitas beberapa platform jaringan, termasuk kabel, satelit, penyiaran, dan telekomunikasi, untuk menyediakan jenis layanan yang sama terkadang disebut sebagai konvergensi teknologi. Sementara itu, media didefinisikan sebagai alat yang digunakan oleh seorang komunikator untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada audiens. Dengan demikian, penggabungan atau penyatuan berbagai jenis layanan teknologi komunikasi ke dalam satu media, yaitu media digital yang dapat dipahami sebagai konvergensi media.

Berdasarkan pandangan yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa konvergensi adalah proses penggabungan dua atau lebih media menjadi satu kesatuan untuk menciptakan inovasi media baru tanpa menghilangkan atau mengubah media yang sudah ada. Konvergensi ini memungkinkan berbagai bentuk media beradaptasi dan saling melengkapi dalam menghadirkan pengalaman yang lebih dinamis bagi pengguna, tanpa mengurangi fungsi utama dari masing-masing media yang telah berkembang sebelumnya.

2. Perkembangan Konvergensi

Meskipun telah diberikan terlalu banyak definisi, konvergensi adalah istilah berharga yang digunakan secara luas oleh Pool sebelum akhirnya diterima secara universal. Istilah ini paling sering dikaitkan dengan kemajuan teknologi digital pada tahun 1990-an, ketika teks, angka, gambar, dan suara semua elemen media yang sebelumnya dianalisis secara terpisah dalam bab-bab sebelumnya mulai terintegrasi. Namun, pada tahun 1970-an, istilah ini digunakan dalam berbagai konteks lain, terutama merujuk pada apa yang disebut Alan Stone “sebagai perkawinan yang dilangsungkan di surga” antara komputer dan, dalam

beberapa kasus lainnya, telekomunikasi. Sebagai upaya deskriptif untuk menggambarkan fenomena ini, istilah hibrida yang kurang akurat, "*compunications*" pertama kali muncul.

Perkembangan internet dan komputerisasi mendorong terjadinya konvergensi media dengan mempermudah konsumen dalam memperoleh berbagai jenis informasi yang mereka butuhkan. Teknologi ini menyebabkan sistem manual dan analog beralih ke sistem digital, yang lebih efisien dalam penggunaan waktu dan energi, sehingga semakin mendukung kehidupan manusia. Akibatnya, proses menjadi lebih sederhana, interaksi dan komunikasi semakin lancar, serta kemampuan untuk menyelesaikan berbagai tugas meningkat secara lebih efisien.

Menurut Kertajaya, kita telah melihat konvergensi sektor komputer dan komunikasi di sejumlah bidang penting sejak awal 1970-an. Sektor komunikasi yang sebelumnya merupakan industri "sistem", kini telah berevolusi menjadi industri "digital". Dengan penggunaan perangkat lunak sistem yang canggih dan semikonduktor, telepon mulai menyerupai komputer. Pada saat yang sama, industri komputer, yang tadinya merupakan perusahaan digital, telah berevolusi menjadi perusahaan sistem, dengan komputer di seluruh dunia yang terhubung ke jaringan untuk membentuk jaringan data yang tak terbatas. Internet, yang merupakan hasil konvergensi dari kedua teknologi ini, telah sepenuhnya mengubah kehidupan kita sehari-hari. Bisnis dan individu di dalamnya dapat berjejaring dengan bisnis dan individu lain di seluruh dunia berkat digitalisasi ini.

Era konvergensi media adalah masa yang didorong oleh teknologi digital. Pada masa ini, media dituntut untuk cepat dalam memperoleh informasi, karena masyarakat menuntut kecepatan dan kemudahan dalam mengakses konten. Era ini mencerminkan proses adaptasi, integrasi, dan transisi, yang mengindikasikan adanya konfrontasi yang sedang berlangsung antara teknologi lama dan baru yang sangat kompleks. Konvergensi media membawa ideologi praktis yang memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap media dan industri komunikasi. Hal ini, pada gilirannya, menyebabkan munculnya konglomerasi dan konsentrasi industri yang tak terelakkan. Proses konvergensi media juga membuat konsolidasi industri dan kepemilikan lintas sektor menjadi tidak terhindarkan.

3. Pengaruh Konvergensi

Preston mengatakan bahwa perubahan drastis dalam bagaimana semua jenis informasi visual, aural, tekstual, data, dan lainnya ditangani, disediakan, didistribusikan, dan diproses akan sangat dipengaruhi oleh konvergensi media. Istilah "konvergensi media" menggambarkan bagaimana beragam bentuk media massa dan teknologi informasi digabungkan atau diintegrasikan ke dalam satu perangkat, sehingga memudahkan akses konsumen ke berbagai materi dan informasi. Penggabungan beberapa fungsi media ke dalam satu media tunggal yang lebih canggih dikenal sebagai konvergensi media. Fenomena ini merupakan hasil dari perkembangan kumulatif dan pertumbuhan teknologi informasi kontemporer, serta kebutuhan konsumen akan berbagai fungsi teknis.

Proses konvergensi media sangat terbantu oleh sistem digital. Kemungkinan distribusi informasi yang lebih luas dan cepat meningkat secara dramatis ketika informasi bertransisi dari format analog ke format digital. Internet dan teknologi digital saling terkait erat, seperti yang telah diketahui dengan baik. Sumber energi baru dapat diciptakan dengan mengintegrasikan media telekomunikasi tradisional dengan internet berkat perkembangan konvergensi media.

Teknologi digital memiliki sejumlah keunggulan dibandingkan teknologi analog, termasuk pemrosesan informasi yang lebih cepat, tampilan yang lebih modern, dan toleransi terhadap gangguan dari luar seperti cuaca dan bangunan. Dengan berkembangnya telepon, televisi, dan komputer, konvergensi teknologi-yang dipandang sebagai komponen gelombang pertama revolusi teknologi-mulai terbentuk. Kemudian, dengan perkembangan internet, perangkat teknologi informasi ini disatukan, memungkinkan penyebaran dan pengambilan informasi tanpa batas. Langkah inovatif untuk menghubungkan peralatan IT ke internet memungkinkan pengguna gadget untuk mengakses sejumlah besar konten dan informasi sekaligus.

Menggabungkan manfaat dari berbagai media dan teknologi informasi tidak hanya mempercepat kemajuan teknis, tetapi juga mengubah cara teknologi, industri, pasar, audiens, dan gaya hidup berinteraksi dalam domain komersial dan ekonomi. Dinamika produksi dan konsumsi telah diubah oleh munculnya konvergensi media, yang memiliki dampak besar pada sejumlah bidang, termasuk politik, ekonomi, pendidikan, dan budaya. Singkatnya, ketika media massa dan teknologi informasi terus mengembangkan layanan mereka, konvergensi media telah mengubah cara orang berkomunikasi. Pada akhirnya,

transisi ini telah mempengaruhi institusi masyarakat, mengubah persepsi dan kepercayaan, serta mengubah cara kita hidup dan bekerja. Perubahan struktur sosial dalam masyarakat tidak dapat dihindari sebagai akibat dari konvergensi media, baik secara perlahan maupun cepat.

Dalam bentuknya yang nyata, konvergensi media akan menghasilkan pengembangan sistem informasi dan barang teknologi yang berguna dan mampu menjalankan tugas komputer dan audiovisual secara bersamaan. Kombinasi teknologi digital dan media menjadi dasar bagi perubahan total, mendorong munculnya pola komunikasi yang lebih luas dan internasional dalam masyarakat. Harus diakui bahwa konvergensi media telah membuat banyak aspek kehidupan menjadi lebih mudah dikelola dalam satu media. Anggota masyarakat tidak lagi harus tinggal di rumah untuk menonton televisi di abad baru ini berkat adanya ponsel. Mereka tidak perlu bergantung pada "kotak ajaib" konvensional yaitu televisi untuk mendapatkan berita, film, dan program hiburan lainnya.

Kehadiran konvergensi media tidak hanya mengukuhkan eksistensi dan perkembangan masyarakat informasi, namun juga mendorong munculnya ekonomi digital dan sistem ekonomi informal. Namun, Preston mengingatkan bahwa konvergensi media tidak semata-mata menguntungkan para pelaku bisnis dan mendorong ekspansi ekonomi. Hal ini juga semakin banyak dimanfaatkan oleh para politisi dan tokoh-tokoh berpengaruh untuk membangun citra publik mereka, membentuk wacana publik terkait pencitraan politik, mendapatkan pengaruh, mempromosikan program, dan lainnya.

Konvergensi media adalah salah satu kekuatan utama di balik pergeseran dramatis media. Informasi dapat diakses dengan lebih cepat ketika banyak saluran komunikasi digabungkan ke dalam satu gadget teknologi. Konvergensi media semakin dipercepat oleh proses globalisasi yang lebih agresif.

Bisa dikatakan bahwa hampir tidak ada yang bisa menghindari dampak globalisasi dan konvergensi media di zaman sekarang ini. Salah satu konsekuensi langsung dari konvergensi media adalah membanjirnya informasi, film, dan telenovela asing. Dampak lain dari globalisasi adalah masuknya buku-buku, radio, televisi, jam tangan, dan barang-barang elektronik yang diimpor. Penting untuk mengenali implikasi yang tidak dapat dihindari dari keterbukaan dan perubahan gaya komunikasi di tingkat individu, organisasi, dan masyarakat.

Satu media dapat memenuhi beberapa tujuan secara bersamaan dengan menggunakan teknologi konvergensi media. Sebagai contoh, smartphone atau ponsel dapat digunakan untuk bermain game, menonton TV, mendengarkan radio, mengakses internet, menggunakan peta digital, dan bahkan berfungsi sebagai kalkulator yang canggih. Tidak mengherankan jika konvergensi media secara langsung telah mengubah kehidupan masyarakat dengan membuat informasi menjadi lebih mudah diakses. Penggunaan media telah berubah; apa yang sebelumnya terputus-putus, melelahkan, dan manual kini telah berkembang menjadi sistem yang lebih cepat, lebih terintegrasi dan membentuk dunia online. Melalui konvergensi media, data berita, video, foto, dan grafik yang sebelumnya terpisah-pisah kini dapat digabungkan dengan mudah, menjadi lebih integratif dan sinergis.

Ketika teknologi menggabungkan berbagai kebutuhan informasi manusia, dunia modern menjadi sebuah desa global. Dengan membuat banyak tugas administratif atau birokrasi menjadi lebih efisien, konvergensi media juga memiliki efek yang baik. Sebagai contoh, karena konvergensi media secara otomatis menghilangkan tahapan-tahapan yang tidak berguna, kegiatan sipil yang sebelumnya berlapis-lapis-seperti mengantre di bank atau bekerja berjam-jam di kantor distrik-menjadi lebih cepat.

Sebagai hasil dari konvergensi ini, platform internet semakin banyak menyertakan layanan komunikasi publik. Penggunaan internet menjadi semakin penting di sektor publik. Saat ini, sejumlah hal dapat diselesaikan secara online, bahkan mungkin sambil minum kopi di tempat tidur, termasuk layanan keuangan, pembelian tiket pesawat atau kereta api, dan mengikuti perkembangan berita terbaru. Singkatnya, konvergensi media secara progresif namun tentunya membawa perubahan mendasar pada gaya hidup masyarakat, yang mempengaruhi aktivitas publik, ekonomi, dan budaya.

Penggunaan lain dari teknologi digital adalah konvergensi, yang menggabungkan teks, suara, data, dan gambar serta mengubah cara berita dibuat, disebarkan, dan dikonsumsi. Kegiatan konvergensi media meliputi berbagi konten, kooperasi (persaingan kolaboratif), kloning, promosi silang, dan konvergensi penuh (integrasi total), menurut Dailey, Demo, dan Spillman. Definisi berita telah berubah sebagai akibat dari konvergensi media. Berita pernah dianggap sebagai penggambaran peristiwa yang telah terjadi sebelumnya, tetapi sekarang lebih dianggap sebagai pelaporan peristiwa saat terjadi. Bahkan, berita dapat

merujuk pada kejadian di masa depan ketika menggunakan paradigma jurnalisme interpretatif.

Konvergensi media mempengaruhi banyak aspek dalam masyarakat selain mengubah prosedur jurnalistik. Hal ini berdampak pada literasi media, persepsi publik, berbagi informasi, dan konsumsi media. Singkatnya, konvergensi media akan menghasilkan struktur media sosial yang baru.

Konstruk media sosial yang baru terbentuk melalui proses ekspresi dan proyeksi sosial oleh pekerja media dalam bentuk siaran, program, dan konten tertulis. Setiap siaran, program, dan tulisan di media membawa ideologi dan kepentingan pemilik, pemegang saham, editor, produser, penulis, atau redakturnya. Siaran, program, dan tulisan tersebut kemudian membentuk relasi sosial antara pekerja media dengan masyarakat di sekitarnya. Menurut Marx Schulman, hubungan sosial antara jurnalis dengan pihak lain dalam media bertujuan untuk mengungkap kebenaran. Hal ini karena siaran, program, dan tulisan-baik yang dijual maupun yang diberikan secara gratis-pada akhirnya membentuk makna tertentu bagi khalayak.

Aspek positif dan negatif selalu ada dalam evolusi alami teknologi. Untuk memastikan bahwa semua orang mendapatkan manfaat dari konvergensi teknologi, sangat penting untuk meramalkan efek negatifnya sekaligus memaksimalkan elemen-elemen yang menguntungkan. Kontrol yang memadai diperlukan di sektor politik untuk melindungi masyarakat umum dari konsekuensi negatif dari konvergensi media. Konsekuensi logis dari simbol-simbol budaya yang disampaikan oleh media konvergen dapat dikelola dengan bantuan regulasi. Mencegah konflik kepentingan yang dapat merugikan pihak-pihak tertentu-khususnya konsumen atau masyarakat umum, yang paling berisiko menjadi mangsa konvergensi media-adalah tujuan yang jelas.

Masalah regulasi yang pertama adalah seberapa luas media konvergen dapat didistribusikan ke seluruh masyarakat dan seberapa besar hak publik untuk mengaksesnya. Tingkat akses publik terhadap media konvergen dan sejauh mana kontennya dapat dianggap sesuai dengan standar yang berlaku merupakan isu inti dari regulasi konvergensi media dalam situasi ini. Salah satu isu terpenting yang perlu dipikirkan oleh para pemangku kepentingan konvergensi media adalah kekhawatiran serius yang dipegang oleh beberapa

organisasi bahwa beberapa elemen konten media konvergen dapat berdampak buruk pada moralitas generasi mendatang. Adapun dimensi-dimensi konvergensi media

a. Konvergensi Teknologi

   Konvergensi adalah proses media, komputasi, dan sektor telekomunikasi yang bersatu untuk menggabungkan semua komunikasi yang dimediasi ke dalam format digital.

b. Konversi Analog ke Digital

   Dunia secara alami selalu hadir dalam bentuk fisik, karena setiap impuls pesan baik itu suara, teks, gambar, atau bunyi memiliki jalur penerimaan tersendiri. Namun, dengan perkembangan teknologi digital, kini satu media dapat mentransmisikan berbagai jenis sinyal melalui satu jalur frekuensi secara bersamaan.

c. Jaringan Komputer

   Penyebaran internet memungkinkan komputer untuk terhubung dalam suatu jaringan. Dengan koneksi internet, hampir semua informasi dari berbagai media dapat diakses kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh batasan ruang dan waktu sebagaimana yang terjadi pada media tradisional.

d. Konten Multimedia

   Dari aspek konten, konvergensi media merujuk pada kemampuan untuk menyajikan beragam format konten media melalui berbagai jenis platform.

e. Kepemilikan

   Saat ini, kepemilikan media cenderung mengarah pada konsolidasi, di mana berbagai media sering kali berada di bawah kepemilikan yang sama.

f. Kolaborasi

   Dalam kolaborasi, konvergensi dapat terjadi antara media dengan kepemilikan yang berbeda atau jenis yang beragam. Konvergensi ini umumnya terwujud dalam bentuk pertukaran informasi pada tingkat penyajian.

g. Koordinasi

   Dalam dimensi koordinasi, media dengan kepemilikan berbeda dapat bekerja sama layaknya media yang berada di bawah satu kepemilikan. Bentuk konvergensi yang terjadi bisa berupa pertukaran informasi atau pemanfaatan fitur tertentu yang memberikan keuntungan bagi kedua pihak.

G. Metodologi

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus sebagaimana dikemukakan oleh Robert K. Yin. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam strategi yang diterapkan Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan dalam mempertahankan eksistensinya di era konvergensi media. Pendekatan ini menitikberatkan pada pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumen untuk memahami bagaimana radio ini beradaptasi melalui program penyiaran dan pemanfaatan media sosial. Dengan menggunakan analisis berbasis teori ekologi media, penelitian ini menyoroti dinamika strategi yang digunakan Radio Kota Batik dalam menavigasi perubahan lanskap media, memberikan wawasan tentang bagaimana radio lokal dapat bertahan dan berkembang di era digital.

Metode ini melibatkan wawancara mendalam dengan manajer program, penyiar, dan tim pemasaran Radio Kota Batik untuk mengeksplorasi strategi siaran, inovasi pemasaran, dan adaptasi terhadap platform digital. Selain itu, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas penyiaran, pengelolaan media sosial, dan interaksi dengan pendengar. Teknik ini, sebagaimana dijelaskan oleh Yin (2014), memberikan pemahaman kontekstual yang sulit dijelaskan hanya melalui wawancara. Kombinasi wawancara dan observasi memastikan penelitian menghasilkan data yang kaya, mendalam, dan terintegrasi, yang mencerminkan dinamika sosial dan budaya yang memengaruhi keberhasilan Radio Kota Batik.

Keunggulan pendekatan kualitatif terletak pada kemampuannya menggali fenomena kompleks secara detail. Denzin dan Lincoln (2018) menyatakan bahwa metode ini memungkinkan eksplorasi konteks sosial dan budaya secara mendalam. Penelitian ini berhasil menunjukkan bagaimana Radio Kota Batik mengatasi tantangan dan menjalankan strategi adaptasi melalui siaran inovatif, media sosial, dan keterlibatan audiens. Dengan wawancara dan observasi langsung, penelitian menangkap dinamika nyata di lapangan, memberikan wawasan berharga tentang keberhasilan radio dalam menghadapi persaingan media yang semakin ketat.

2. **Lokasi dan Waktu** Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di kantor Radio Kota Batik yang beralamatkan di Jl. Kurinci No. 7 Kota Pekalongan. Adapun waktu pelaksanaan penelitian yang dibutuhkan adalah 6 bulan dengan perkiraan dimulai dari bulan April 2023 kemudian dilanjutkan di bulan September 2023 hingga Januari 2024 atau dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3. Narasumber Penelitian

Pemilihan narasumber dilakukan secara *purposive*, yang berarti narasumber dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti jabatan atau peran dalam subjek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, narasumber (informan) memiliki peran penting dalam memberikan informasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pegawai dan penyiar radio di Radio Kota Batik Pekalongan, mencakup: direktur operasional, koordinator reporter, dan koordinator penyiaran. Informasi tambahan penulis rangkum berdasarkan dua orang gen Z yang pernah diundang untuk menjadi narasumber dalam siaran di Radio Kota Batik FM.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang dirancang untuk menghasilkan informasi yang kaya dan beragam, mencakup wawancara mendalam, observasi partisipatif, kuesioner, dan dokumentasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dari berbagai sudut pandang dan memastikan keabsahan data melalui triangulasi. Terdapat berbagai sumber dan metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, seperti yang tercantum di bawah ini:

a. Data Primer

Data primer merujuk pada pengumpulan data yang menggunakan instrumen seperti observasi, wawancara, catatan lapangan, dan pemanfaatan dokumen. Sumber data primer diperoleh melalui dua metode pengumpulan data berikut:

1. Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara melibatkan interaksi langsung antara pewawancara dan responden untuk memperoleh informasi dari sumber utama. Wawancara mendalam dilakukan dengan manajer, penyiar, dan staf pemasaran Radio Kota Batik untuk menggali strategi program siaran, pemasaran, dan adaptasi

terhadap media digital. Teknik ini, seperti yang dijelaskan Patton (2015), efektif dalam memahami pengalaman dan perspektif individu terkait fenomena tertentu. Dengan wawancara ini, peneliti mendapatkan wawasan rinci tentang tantangan yang dihadapi serta inovasi yang diterapkan Radio Kota Batik untuk mempertahankan eksistensinya di era konvergensi media.

2. Observasi

Peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif untuk memahami aktivitas sehari-hari di Radio Kota Batik, termasuk proses penyiaran, pengelolaan media sosial, dan interaksi dengan audiens. Teknik ini, sebagaimana ditegaskan oleh Yin (2014), penting untuk menangkap konteks sosial secara langsung, yang tidak selalu dapat diungkap melalui wawancara atau survei. Observasi memungkinkan peneliti mencatat pola kerja serta dinamika komunikasi internal dan eksternal, memberikan wawasan mendalam tentang implementasi strategi konvergensi media. Dengan cara ini, pengamatan bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan pengalaman langsung yang memperkaya penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh sebagai pelengkap atau pendukung dari data primer, yang mencakup dua teknik, yaitu:

1. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai sumber data pendukung untuk memperkuat hasil analisis dalam penelitian ini. Dokumen yang dikumpulkan, seperti arsip organisasi, laporan tahunan, tangkapan layar dari media sosial, dan konten program siaran, memberikan wawasan tentang kebijakan, strategi, serta perkembangan Radio Kota Batik dalam beradaptasi dengan era digital. Bowen (2009) menyebutkan bahwa analisis dokumen menambah kedalaman penelitian dengan menyediakan bukti tambahan yang dapat diverifikasi. Selain melengkapi data dari observasi dan wawancara, dokumentasi juga membantu memperjelas informasi melalui pengumpulan gambar dan data relevan dari lokasi penelitian.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data melalui tinjauan literatur, termasuk karya ilmiah, surat kabar, majalah, skripsi, dan dokumen lain yang

relevan, untuk memperoleh teori dan konsep yang mendukung penelitian (Moleong, 2012, hal. 217). Teknik ini bertujuan menyediakan sumber data sekunder yang memperkuat analisis. Keunggulan studi kepustakaan terletak pada kemampuannya memastikan keakuratan dan validitas data melalui triangulasi, yaitu membandingkan hasil dari berbagai sumber. Sugiyono (2017) menegaskan bahwa kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif menciptakan pemahaman yang lebih mendalam dan menjamin kesesuaian data dengan fenomena yang diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses memecah, memeriksa, dan menyelidiki suatu hal secara teliti untuk memahami atau mendapatkan makna dan kesimpulan yang relevan. Dalam penelitian, analisis data melibatkan pengolahan, pengelompokan, dan pengorganisasian data ke dalam kerangka kerja yang logis (Ibrahim, 2015). Jika data empiris berbentuk kualitatif, seperti kata-kata hasil wawancara, observasi, atau dokumen, maka digunakan analisis data kualitatif. Proses ini melibatkan pencatatan, transkripsi, dan penyusunan teks secara holistik, tanpa menggunakan perhitungan matematis atau statistik.

Dalam penelitian kualitatif, berbagai teknik analisis diterapkan, termasuk transkripsi wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi, dan triangulasi. Proses ini bertujuan untuk mengolah data secara mendalam, sehingga penarikan kesimpulan dapat dilakukan berdasarkan hasil analisis yang telah terstruktur dan terorganisir dengan baik. Hal ini memastikan bahwa interpretasi data sesuai dengan konteks penelitian dan memberikan hasil yang valid serta bermakna.

BAB II
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Radio Kota Batik

Radio Kota Batik didirikan pada tahun 1975 pada gelombang AM (*Amplitudo Modulation*) di frekuensi 97 Mhz dengan berfokus pada program hiburan dan informasi, khususnya terkait pembangunan daerah, yang pada masa itu dikenal sebagai Radio Siaran Pemerintah Daerah (RSPD). Menginjak tahun 2003, Radio Kota Batik melakukan migrasi ke jalur FM (*Frequency Modulation*) dengan frekuensi 91,2 FM. Sebagai langkah resmi, pada tahun 2004, Radio Kota Batik memperoleh izin frekuensi dari Dinas Perhubungan dan Telekomunikasi Provinsi Jawa Tengah dengan nomor 482.2/1544/2004.

Seiring berjalannya waktu, Radio Kota Batik menyesuaikan segmennya dengan perkembangan selera pasar. Pada tahun 2004, terjadi transformasi signifikan dengan beralih ke program hiburan yang lebih berfokus pada segmen umum, diwakili oleh ikon "*Bandar Dangdut & Bollywood*". Tahun 2008 menjadi poin perubahan, di mana Radio Kota Batik mengalihkan fokusnya ke segmen *news*, dan pada tahun yang sama, manajemen swasta yang sebelumnya mengelolanya, diserahkan kembali ke Pemerintah Kota Pekalongan dimana saat ini Radio Kota Batik dinaungi langsung oleh KOMINFO Kota Pekalongan. Awalnya tergabung di bawah Bagian Humas dan Protokol, pada 2015, radio tersebut dialihkan ke Dinas Komunikasi dan Informatika. Selain perubahan manajerial, sumber pembiayaan operasional Radio Kota Batik juga mengalami perubahan, dengan manajemen sebelumnya mengandalkan pendapatan iklan sebagai sumber utama untuk biaya operasional seperti gaji, upah, telepon, listrik, dan lain-lain.

Setelah pengelolaan Radio Kota Batik dialihkan kepada Pemerintah Kota Pekalongan, sumber pembiayaan dan peralatan pendukungnya kini diperoleh melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Radio Kota Batik diberikan izin untuk memperoleh penerimaan kas dari berbagai sumber, termasuk iuran penyiaran, siaran iklan, dan kegiatan usaha lain yang sah dan tidak mengikat. Seluruh penerimaan kas tersebut secara rutin disetorkan ke kas daerah, menjadi salah satu sumbangan penting dalam mencapai target pendapatan daerah.

Dengan mengubah statusnya dari sekadar Radio menjadi Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio, Radio Kota Batik bertujuan mengembangkan potensi penyelenggaraan jasa penyiaran.

Perubahan ini tidak hanya mencakup penyampaian informasi mengenai hasil pembangunan di Kota Pekalongan, melainkan juga menjadikan radio tersebut sebagai alat penting dalam pendidikan, pelestarian budaya lokal, serta sarana hiburan bagi masyarakat. Dengan demikian, Radio Kota Batik menjadi lebih integral dalam memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan, dan hiburan dalam konteks lokal.

B. Lokasi Radio Kota Batik

Radio Kota Batik dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian pada skripsi ini. Sebagaimana dengan namanya, Radio Kota Batik terletak di Kota Batik, Pekalongan yang berlokasikan di Jl. Kurinci No. 7, Kelurahan Podosugih, Kecamatan Pekalongan Barat, Kota Pekalongan. Lokasi objek penulis sangat strategis, yakni berdekatan dengan balai kota, kantor-kantor pemerintahan Kota Pekalongan.

Radio Kota Batik dipilih oleh penulis sebagai objek penelitian pada skripsi ini. Sebagaimana namanya, Radio Kota Batik terletak di Kota Pekalongan yang dikenal sebagai Kota Batik. Radio ini berlokasi di Jl. Kurinci No. 7, Kelurahan Podosugih, Kecamatan Pekalongan Barat, Kota Pekalongan. Pekalongan adalah kota pesisir dengan mayoritas penduduknya bekerja sebagai pengrajin batik, konveksi jeans, dan nelayan. Lokasi radio ini sangat strategis, berdekatan dengan balai kota dan kantor-kantor pemerintahan Kota Pekalongan, yang sangat berkorelasi dengan tingkat pendengar radio. Hal ini memungkinkan Radio Kota Batik untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Kombinasi dari letak geografis yang strategis dan keragaman mata pencaharian masyarakat memberikan konteks yang kaya bagi penelitian tentang peran dan pengaruh radio ini di dapat hidup hingga sekarang.

C. Visi dan Misi Radio Kota Batik

Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kota Batik Pekalongan didirikan sebagai radio publik dengan maksud dan tujuan memberikan akses informasi dan komunikasi dari masyarakat kepada pemerintah dan sebaliknya dari pemerintah ke masyarakat. Adapun visi dan misi dari Radio Kota Batik Pekalongan adalah sebagai berikut:

Visi	Misi

Terdepan dalam Pelayanan Informasi Publik.	a. Mewujudkan program pelayanan informasi publik. b. Mengembangkan sistem peralatan *broadcast*. c. Mewujudkan manajemen profesional. d. Meningkatkan kapasitas dan kualitas sumber daya manusia.

D. Logo Radio Kota Batik



Gambar 2 1 Logo Radio Kota Batik

E. Data Umum Radio Kota Batik

Nama Badan Hukum	: LPPL Radio Kota Batik
Nama Station Radio	: Radio Kota Batik
Frekuensi Modulasi	: FM 91.2
Nomor ISR IPP	: 173.37.91,2
Positioning	: News, Interaktif, Solutif
Tag Line	: Terdepan dalam Layanan Publik

Format Program	: Halo Kota Batik
Karakter	: Menguatkan Kearifan Lokal
Alamat Kantor/Studio	: Jl. Kurinci No.7 Kota Pekalongan
Phone	: 0285424474
Facebook	: Radio Kota Batik Pekalongan
Instagram	: @radiokotabatik
SMS/WhatsApp Studio	: 0855 4200 0912

F. Format Siaran Radio Kota Batik

Radio Kota Batik memiliki format siaran yang beragam dan dinamis untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya yang berasal dari berbagai latar belakang. Dengan segmen siaran yang terstruktur, Radio Kota Batik menyajikan program-program informatif, edukatif, dan hiburan yang meliputi berita terkini, *talk show* interaktif, musik lokal dan internasional, serta program khusus yang mengangkat budaya dan tradisi batik khas Pekalongan. Pendekatan ini tidak hanya memastikan bahwa Radio Kota Batik tetap relevan dan menarik bagi pendengarnya, tetapi juga berperan dalam melestarikan dan mempromosikan kekayaan budaya lokal.

Visi Programa	: Pusat Informasi, Layanan Publik dan Kearifan Lokal Masyarakat Kota Pekalongan
Komposisi Acara	: 50% Informasi Lokal dan Regional 15% Pendidikan Kebudayaan 15% Iklan Layanan Masyarakat 20% Hiburan dan Musik

Komposisi Musik	: 65% Pop 5% Dangdut 10% Lagu Daerah 5% Lagu Nasional 10% Lagu Religi 5% Mancanegara
Pola Programa	: Interaktif, Kapsul Program dengan Pendekatan Broadcasting (Pendengar Heterogen/All Segment)
Sapaan	: Kawan
Durasi Siaran	: 05.00-00.00 WIB (19 Jam)

G. Estimasi Data Pendengar

Estimasi data pendengar Radio Kota Batik (RKB) memberikan gambaran yang komprehensif mengenai jangkauan dan pengaruh stasiun radio ini di masyarakat Pekalongan dan sekitarnya. Berdasarkan survei terbaru, jumlah pendengar RKB terus mengalami peningkatan yang signifikan, mencerminkan kepopuleran dan relevansi program-program yang disiarkan. Data ini mencakup berbagai demografi, mulai dari usia, jenis kelamin, hingga profesi, yang menunjukkan bahwa RKB berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, segmentasi geografis, serta aspek psikografis sebagai berikut:

1. Segmentasi Demografis

Berdasarkan Jenis Kelamin	: 50% Laki-Laki 50% Perempuan
Berdasarkan Pendidikan	: 70% SLTA ke atas 25% SLTP ke atas 5 % < SD
Berdasarkan SES (Strata Ekonomi Sosial)	: Menengah 50% B 50% C
Berdasarkan Usia	: 65% 25-50 tahun 20% 50 tahun ke atas 15% kurang dari 25 tahun

2. Segmentasi Geografis

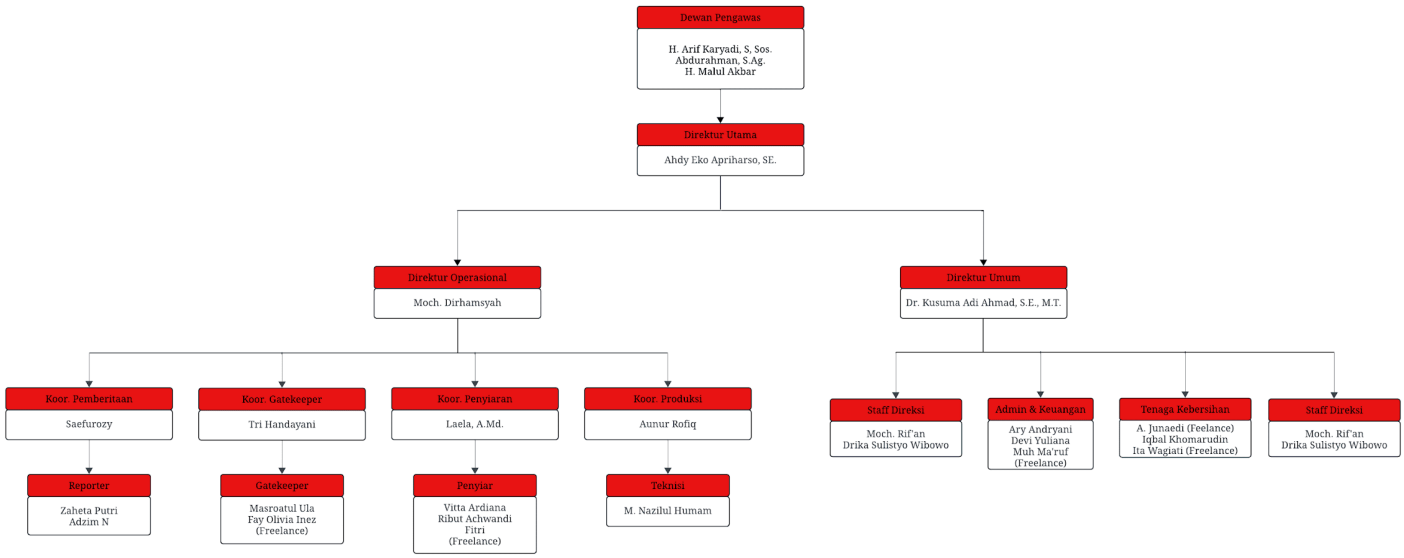
Radio Kota Batik memiliki segmentasi geografis yang luas, mencakup berbagai daerah di sekitar Jawa Tengah. Di bagian Barat, stasiun ini dapat menjangkau wilayah Kecamatan Wiradesa, Kecamatan Ulujami, Kecamatan Sragi, sebagian dari Kabupaten Pemalang seperti Kecamatan Comal hingga Kecamatan Belik, yakni daerah terjauh dekat dengan Kabupaten Purbalingga. Di sebelah Timur, cakupan radio mencakup sebagian Kabupaten Batang hingga dekat perbatasan Kabupaten Kendal. Di bagian Selatan, pendengar dapat menikmati siaran dari daerah seperti Kecamatan Buaran, Kecamatan Kedungwuni, Kecamatan Doro, Kecamatan Petungkriyono, hingga sebagian Kabupaten Banjarnegara. Dengan segmentasi geografis yang komprehensif ini, Radio Kota Batik berhasil menyampaikan informasi dan hiburan kepada beragam komunitas di wilayah tersebut.

3. Segmentasi Psikografis

Berdasarkan data psikografis yang menggambarkan gambaran dengan distribusi yang cukup merata berdasarkan jenis kelamin, serta mayoritas pendidikan SLTA ke atas dapat diasumsikan bahwa target audiens Radio Kota Batik memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi. Dari segi kelas sosial, mayoritas berada di kelas menengan dengan

pembagian merata. Dalam hal usia, target berada di rentang usia 25-50 tahun yang menunjukkan bahwa target audiens memiliki keberagaman pengalaman dan tahap kehidupan. Sementara dalam pemetaan wilayah, pemancar dapat menjangkau banyak wilayah barat serta sebagian kecil di timur dan selatan yang menunjukkan perlunya strategi yang berfokus pada kedekatan geografis dengan Kota Pekalongan.

H. Struktur Organisasi Radio Kota Batik



Gambar 2 2 Bagan Struktur Radio Kota Batik

I. Program Radio Kota Batik

Radio Kota Batik menawarkan program harian dan mingguan dengan fokus utama pada program andalan *Halo Kota Batik*, sebuah program soft-news yang menjadi identitas khas radio ini. Program harian memberikan informasi terbaru mengenai budaya, seni, dan kegiatan komunitas di Kota Pekalongan, sedangkan acara mingguan menyajikan pembahasan mendalam terkait isu-isu sosial, kehidupan perkotaan, dan wawancara dengan tokoh penting. Program ini bertujuan memberikan informasi sekaligus hiburan dengan pendekatan santai namun edukatif, menjadikannya sumber informasi terpercaya bagi masyaraka.

Halo Kota Batik disiarkan setiap Senin hingga Jumat, pukul 08.00-15.00, dengan segmen yang beragam, seperti pendidikan, layanan publik, kesehatan, politik, serta dialog bersama narasumber dari berbagai instansi.

Berikut ini adalah program harian yang disajikan oleh Radio Kota Batik, yang dirancang untuk memberikan informasi terkini, menghibur, dan mengedukasi pendengar mengenai berbagai aspek kehidupan di Kota Pekalongan, mulai dari budaya, seni, hingga kegiatan komunitas yang sedang berlangsung

Nama Program	**Waktu Siaran**	**Keterangan**
Info Hari Ini	Setiap menit 00''	Program yang berisi satu berita nasional yang dibacakan oleh *scriptwriter*.
Kabar Jawa Tengah	Setiap menit ke 20'' dan menit ke 45''	Program yang menyiarkan dua informasi regional provinsi Jawa Tengah dan aduan masyarakat yang dibuat dan dibaca oleh *gatekeeper.*
Lintas Olahraga	07.30, 11.30, 15.30, 19.30, 23.30	Program yang menyiarkan informasi seputar olahraga di dalam kota, regional, nasional, maupun internasional.
Lintas Negara	10.15, 12.15, 14.15, 17.15, 20.15	Program yang menyiarkan berita internasional yang paling *update.*
Live Report	13.30 - 14.30	Menyiarkan berita lokal hasil *hunting* kru reporter Radio Kota Batik yang disambungkan via telepon di studio.
Live Interview	Setiap menit 00'' berselingan dengan	Wawancara dengan narasumber via telepon setiap harinya minimal tiga

	Info Hari Ini	narasumber.
Sari Info	16.30 - 17.00	Program yang berisi empat informasi lokal, dua informasi nasional, yang disiarkan dalam bentuk rekaman dan satu informasi mengenai *lifestyle* yang dibaca langsung oleh penyiar.
Pekalongan Hari Ini	21.00 - 22.00	Program yang berisi 6 informasi seputar Kota Pekalongan yang disiarkan oleh duet penyiar dan *gatekeeper*.
Bulletin Info Pekalongan	06.30 - 07.00	Berisi 6 informasi lokal di Kota Pekalongan yang dikemas dalam kapsul program.

Selain program *Halo Kota Batik*, sisa waktu yang tersedia di Radio Kota Batik digunakan untuk menyajikan feature khas Pekalongan, yang diiringi dengan pemutaran lagu-lagu pilihan. Program-program lain yang dimiliki oleh Radio Kota Batik akan dijelaskan lebih lanjut berikut ini:

Nama Program	**Isi Program**	**Hari**	**Waktu Penyiaran**
Wedangan	Program hiburan malam yang disuguhkan sebagai program berbincang-bincang yang menyegarkan dan diselingi dengan *guyonan*. Disiarkan sebagai program bersantai dan bertukar obrolan antara penyiar dan pendengar.	Senin dan Rabu	21.00 - 22.00
Youth Speak Up	Segmen yang memberikan ruang untuk generasi Z untuk bersuara dan disiarkan setiap hari senin. Dimana pada segmen ini, Radio Kota Batik mengajak kawula muda, siswa sekolah di Kota Pekalongan untuk berbagi cerita dan informasi kepada pendengar.	Senin	20.00 - 21.00
Anda dan Keluarga	Segmen yang menjadi wadah konsultasi seputar keluarga bersama narasumber. Segmen ini merupakan upaya Radio Kota Batik memberikan informasi valid dan *relate* kepada pendengar seputar keluarga.	Selasa	19.00 - 20.00
Komunitas Bicara (KOMBI)	Segmen dalam *Halo Kota Batik* dengan mengundang komunitas yang ada di Kota Pekalongan untuk berdialog bersama membahas seputar kegiatan dalam suatu komunitas.	Rabu	19.00 - 20.00
Kojah Sastra	Program yang di dalamnya membahas mengenai sastra atau jenis-jenis kesenian berdasarkan tema yang dibawakan setiap minggunya. Program ini dibawakan oleh maestro penyiar Radio Kota Batik yang juga	Kamis	20.00 - 21.00

	mencintai dunia sastra. Kata “Kojah” dalam bahasa Pekalongan berarti perbincangan atau berbincang.		
Rehat Malam	Program yang disajikan untuk memberikan kesempatan pendengar untuk bersantai di tengah pekan.	Kamis	21.00 - 22.00
Osa Islam	Program yang menghadirkan informasi keagamaan bersama ormas, organisasi islam, habib, dan Kemenag. Radio Kota Batik menyajikan ini karena mayoritas masyarakat Pekalongan beragama muslim dan masih kerap menggelar haul habib.	Jum’at	07.00 - 08.00
RKB Malam	Program yang memberikan hiburan malam yang mengasyikkan. Dalam program ini, penyajian siaran dikemas dengan segalah celoteh penyiar dan pendengar radio.	Setiap Hari	22.00 - 23.00
Legenda Musik Indonesia	Program yang membahas mengenai sejarah, lagu dan hal lain seputar satu artis terkait. Program ini menjadi favorit bagi para pendengar khususnya bila idola dari pendengar menjadi topik pembahasan.	Sabtu	21.00 - 22.00
Koes Plus	Program yang dikhususkan untuk berbincang seputar Koes Plus. Program ini juga menjadi program favorit pendengar khususnya pecinta grup band jadul Koes Plus.	Minggu	20.00 - 21.00
Termuda (Terminal	Program yang lahir dari keluhan para pendengar dimana di Kota merupakan pesisir	Minggu	22.00 - 23.00

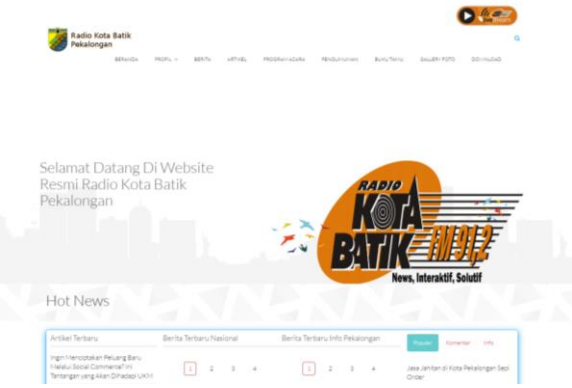
Musik Dangdut)	dimana banyak masyarakat yang menyukai hiburan dangdut.		

J. Profil Media Sosial Radio Kota Batik

Radio Radio Kota Batik menonjol sebagai stasiun radio yang berhasil beradaptasi dengan perkembangan zaman dan konvergensi media. Dengan memanfaatkan media sosial secara aktif, radio ini memperluas jangkauannya dan tetap relevan di era digital melalui konten audio, visual, dan teks yang menarik. Selain menyampaikan jadwal siaran dan program, Radio Kota Batik juga menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan pendengar serta menyediakan konten menarik terkait musik, berita, dan topik populer lainnya. Langkah ini menunjukkan bagaimana media lokal konvensional dapat berkembang dengan teknologi baru, menjadikannya contoh inovasi yang sukses di industri media. Beberapa platform media sosial digunakan untuk mendukung aktivitas ini adalah sebagai berikut:

1. *Website*

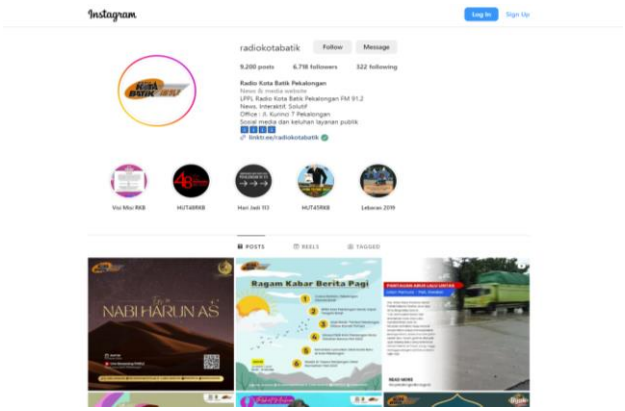
   Website resmi Radio Kota Batik, yang dapat diakses melalui mesin pencari Google dengan kata kunci "Radio Kota Batik" atau langsung di laman https://rkb.pekalongan.go.id, menawarkan berbagai layanan digital yang memperkaya pengalaman pendengar. Melalui situs ini, pengguna dapat menikmati streaming siaran langsung, memperoleh informasi terkini tentang program-program radio, membaca artikel menarik, dan berinteraksi dengan tim redaksi serta pendengar lain melalui fitur komentar atau forum diskusi. Kehadiran *website* ini memperluas jangkauan Radio Kota Batik, memungkinkan audiens mengakses kontennya dengan mudah kapan saja dan di mana saja, menjadikannya lebih dari sekadar stasiun radio konvensional.



Gambar 2 3 Halaman Website Radio Kota Batik

2. *Instagram*

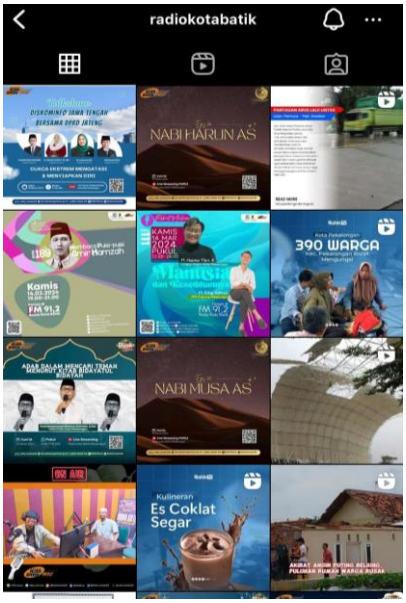
Akun *Instagram* resmi Radio Kota Batik, @radiokotabatik, yang memiliki 6.718 pengikut dan 9.200 postingan per 11 Januari 2024, menjadi platform yang kaya akan konten menarik dan informatif. Akun ini mencerminkan identitas unik stasiun radio melalui cuplikan wawancara dengan tokoh terkenal, musik terbaru, serta sorotan dari berbagai acara dan kegiatan komunitas. Dengan pendekatan kreatif dan relevan, akun ini tidak hanya menjadi media promosi tetapi juga penghubung antara Radio Kota Batik dan audiensnya, memperkuat keterlibatan serta kehadiran di dunia digital.



Gambar 2 4 Screenshot Halaman Instagram Radio Kota Batik

Akun Instagram Radio Kota Batik berperan sebagai sarana interaksi langsung antara stasiun radio dan pendengar, memungkinkan audiens memberikan tanggapan, komentar, serta berpartisipasi dalam berbagai kontes dan kuis rutin. Melalui fitur

seperti polling, tanya jawab, dan live streaming, pendengar aktif menentukan tema atau konten acara, menciptakan hubungan dua arah yang dinamis. Platform ini tidak hanya memperluas jangkauan radio tetapi juga membangun komunitas audiens yang aktif dan loyal. Dengan mendengarkan *feedback* dan menggali insight langsung dari pendengar, Radio Kota Batik dapat menghadirkan program yang lebih relevan dan personal, memperkuat peran Instagram sebagai alat promosi sekaligus jembatan komunikasi berkelanjutan dengan audiens.



Gambar 2 5 Screenshot Feeds Instagram Radio Kota Batik

3. Facebook

Radio Kota Batik juga memiliki kehadiran yang kuat di *platform Facebook*, menjadikannya saluran penting untuk berbagi pembaruan terkini tentang acara spesial, jadwal siaran, dan berita seputar musik serta hiburan. Halaman Facebook resmi ini menawarkan konten beragam, termasuk live streaming, foto eksklusif dari belakang layar, dan cuplikan wawancara dengan narasumber pilihan, sehingga memberikan pengalaman yang mendalam bagi pengikutnya. Selain menyajikan informasi, halaman ini berfungsi sebagai sarana interaktif, di mana pengikut dapat berbagi pendapat, memberikan saran, atau berkomunikasi langsung dengan penyiar melalui kolom komentar. Interaksi aktif ini memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiens,

menciptakan suasana yang inklusif dan personal. Dengan konten eksklusif seperti sneak peek acara dan pengumuman spesial, halaman Facebook Radio Kota Batik berhasil menjaga loyalitas pendengarnya sekaligus memperluas jangkauan melalui pendekatan yang konsisten dan relevan.



Gambar 2 6 Halaman Facebook Radio Kota Batik

Selain menjadi saluran informasi penting, halaman Facebook Radio Kota Batik juga berfungsi sebagai wadah interaksi yang nyaman bagi pendengar untuk berbagi pengalaman, memberikan umpan balik, dan berkomunikasi dengan sesama penggemar melalui komentar maupun pesan langsung. Hal ini memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiensnya, menciptakan komunitas yang solid dan interaktif. Kehadiran platform ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengikut, tetapi juga menjadikannya ruang untuk membangun loyalitas serta mempererat hubungan personal dengan pendengar.

4. Youtube

Selain kehadiran dinamis di Website dan Instagram, Radio Kota Batik juga aktif di platform YouTube, menawarkan konten kreatif dan informatif yang menjadi daya tarik bagi para penggemarnya. Saluran YouTube resmi Radio Kota Batik menyajikan cuplikan siaran langsung, liputan acara khusus, hingga wawancara eksklusif dengan tokoh-tokoh terkenal. Melalui komitmennya untuk menghadirkan konten yang menghibur dan inspiratif, saluran ini memberikan pengalaman mendalam dan beragam kepada penontonnya. Dengan mengundang audiens untuk bergabung, berinteraksi, dan

menikmati berbagai konten menarik, Radio Kota Batik memperkuat komunitas pendengar yang hangat dan loyal.



Gambar 2 7 Halaman Youtube Radio Kota Batik

Saluran YouTube Radio Kota Batik menawarkan pengalaman yang beragam bagi penontonnya, termasuk cuplikan siaran langsung, liputan acara khusus, dan wawancara eksklusif dengan tokoh terkenal. Dengan komitmen untuk menyediakan konten yang menghibur dan menginspirasi, mereka mengajak audiens untuk bergabung, berinteraksi, dan mempererat komunitas pendengar. Radio Kota Batik juga secara rutin mengunggah siaran ulang, memungkinkan pendengar yang melewatkan siaran langsung untuk menikmati konten tersebut. Untuk mematuhi peraturan hak cipta, mereka mencantumkan daftar lagu di deskripsi video YouTube, memberikan informasi tambahan yang memperkaya pengalaman penonton.

BAB III
ANALISIS DATA KONVERGENSI RADIO KOTA BATIK 91.2 FM PEKALONGAN DI ERA KONVERGENSI MEDIA DIGITAL

A. Perencanaan Konvergensi Media Radio Kota Batik

Radio Kota Batik dikembangkan sebagai stasiun radio yang mengutamakan hiburan dan informasi, dengan musik sebagai tren utama (*trendsetter*). Radio ini menyajikan informasi yang cepat dan akurat tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya lokal. Selain dapat didengarkan melalui radio konvensional, Radio Kota Batik juga bisa diakses secara online melalui layanan streaming di situs resminya di https://rkb.pekalongan.go.id atau melalui aplikasi Instagram @radiokotabatik, memungkinkan pendengar untuk menikmati siaran tanpa batasan wilayah.

Konvergensi media saat ini memudahkan baik media maupun audiens dalam mengakses informasi dengan lebih cepat. Oleh karena itu, hampir semua stasiun radio, termasuk Radio Kota Batik, memanfaatkan media baru sebagai platform untuk lebih mendekatkan diri dengan pendengarnya. Dengan kehadiran platform digital, komunikasi dua arah dapat terjalin, memungkinkan audiens untuk memberikan tanggapan secara langsung terhadap informasi yang disajikan oleh media.

Untuk mencapai kesuksesan dalam konvergensi media, sebuah media penyiaran harus mampu mengoptimalkan konsep 3M, yaitu *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*. Ketiga strategi ini harus saling terintegrasi agar penerapan metode 3M dapat berjalan efektif. Hal ini juga diterapkan oleh Radio Kota Batik, yang mengadopsi strategi konvergensi media guna memperluas jangkauan pendengar dan tetap kompetitif di tengah persaingan industri penyiaran, khususnya di wilayah Magetan dan sekitarnya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan oleh Radio Kota Batik dalam menerapkan konsep **3M** untuk mencapai keberhasilan konvergensi adalah sebagai berikut:

1. Multimedia

Radio Kota Batik tidak hanya bergantung pada siaran audio tradisional melalui frekuensi FM, tetapi juga mengadopsi strategi konvergensi media dengan mengintegrasikan berbagai format konten, seperti teks, gambar, dan video melalui media sosial serta situs web resminya. Langkah ini memungkinkan radio untuk tetap relevan di

era digital dan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung lebih aktif di platform digital.

Konten yang diproduksi oleh Radio Kota Batik mencakup berita terkini, yang disajikan dalam bentuk artikel singkat di media sosial dan website, serta dalam format siaran langsung dan rekaman ulang di kanal digital mereka. Selain itu, radio ini juga menghadirkan program interaktif, di mana pendengar dapat berpartisipasi langsung melalui sesi tanya jawab, polling, atau komentar yang dibuka dalam siaran *live* di *Instagram, Facebook,* dan *YouTube*. Tidak hanya itu, untuk memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih fleksibel, Radio Kota Batik juga menghadirkan **podcast** yang dapat diakses kapan saja melalui platform digital.

Dengan pendekatan ini, Radio Kota Batik berhasil memperluas jangkauan audiensnya, meningkatkan keterlibatan pendengar, dan memberikan fleksibilitas akses terhadap konten. Pendengar tidak lagi terbatas oleh waktu siaran tertentu, melainkan dapat menikmati berbagai program sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Melalui kombinasi audio, visual, dan interaksi digital, Radio Kota Batik terus beradaptasi dengan perkembangan media modern, memastikan bahwa eksistensinya tetap kuat di tengah persaingan media yang semakin kompetitif.

2. Multichannel

Selain mengandalkan siaran radio melalui frekuensi FM, Radio Kota Batik terus berinovasi dalam memperluas cakupan audiens dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi informasi berbasis digital. Strategi ini bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi media masyarakat, terutama di era konvergensi media. Salah satu platform yang digunakan adalah *TikTok,* yang menjadi sarana efektif untuk menjangkau audiens muda melalui konten yang lebih ringan dan menghibur. Di *platform* ini, Radio Kota Batik menghadirkan video singkat yang **berisi** cuplikan program siaran, tantangan viral, edukasi media, serta interaksi langsung dengan audiens**.** Dengan pendekatan yang lebih santai dan berbasis tren, *TikTok* membantu radio ini menarik perhatian generasi muda yang cenderung lebih aktif mengakses informasi melalui media sosial.

Selain *TikTok, YouTube* juga menjadi bagian penting dalam strategi multiplatform Radio Kota Batik. *Platform* ini dimanfaatkan untuk menyajikan liputan acara khusus,

dokumentasi kegiatan komunitas, serta wawancara eksklusif dengan tokoh masyarakat, pelaku industri kreatif, dan pejabat daerah. Keunggulan *YouTube* sebagai platform berbasis video dengan durasi yang lebih panjang dibandingkan *TikTok* memungkinkan Radio Kota Batik untuk menyampaikan informasi secara lebih mendalam dan terstruktur. Pendengar yang melewatkan siaran langsung juga dapat menonton ulang program-program unggulan melalui kanal *YouTube* mereka.

Tak hanya itu, website resmi Radio Kota Batik menjadi pusat informasi yang menyediakan berbagai layanan digital, termasuk akses siaran ulang, jadwal program, berita terbaru, serta ruang interaksi bagi komunitas. Melalui website ini, audiens dapat mendengarkan ulang program favorit mereka tanpa harus terbatas oleh jadwal siaran langsung. Dengan menghadirkan aksesibilitas yang lebih luas melalui berbagai platform digital, Radio Kota Batik berhasil mempertahankan relevansinya di tengah perkembangan industri media yang semakin kompetitif, sekaligus memperkuat posisinya sebagai sumber informasi yang tidak hanya berbasis radio, tetapi juga merangkul ekosistem digital secara menyeluruh.

3. Multiplatform

Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan menerapkan strategi *multiplatform* sebagai bagian dari upaya konvergensi media untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan interaksi dengan pendengar. Dengan memanfaatkan berbagai saluran digital seperti *Instagram*, *Facebook, YouTube, TikTok*, dan *website* resmi, radio ini tidak lagi hanya bergantung pada siaran konvensional melalui frekuensi FM. Setiap *platform* digunakan secara strategis untuk menjangkau segmen audiens yang berbeda. *Instagram* dan *Facebook* dimanfaatkan untuk membangun interaksi melalui unggahan infografis, *polling*, serta sesi tanya jawab yang melibatkan audiens secara langsung. Selain itu, fitur *Instagram Live* dan *Facebook Live* digunakan untuk menyiarkan program tertentu secara *real-time*, sehingga memungkinkan pendengar memberikan tanggapan langsung selama siaran berlangsung.

Selain media sosial, Radio Kota Batik juga memanfaatkan *YouTube* sebagai platform penyimpanan konten siaran yang dapat diakses kapan saja oleh audiens. Program unggulan seperti Halo Kota Batik dan Komunitas Bicara (KOMBI) direkam dan diunggah ke kanal

YouTube agar pendengar yang tidak sempat mengikuti siaran langsung tetap bisa menikmati kontennya. Tidak hanya itu, *YouTube* juga menjadi wadah bagi konten eksklusif seperti wawancara mendalam dan liputan khusus mengenai isu-isu lokal di Pekalongan. Sementara itu, untuk menarik minat generasi muda, Radio Kota Batik mengoptimalkan TikTok dengan menyajikan konten singkat yang lebih ringan dan menghibur, seperti cuplikan wawancara, tantangan viral, serta edukasi dalam bentuk video pendek yang mudah diakses dan dibagikan.

Di samping itu, *website* resmi menjadi pusat informasi yang menyediakan akses ke artikel berita, rekaman siaran, jadwal program, serta layanan streaming online. Website ini juga berfungsi sebagai platform pendaftaran untuk berbagai acara komunitas dan kolaborasi dengan pihak eksternal. Dengan penerapan strategi multiplatform ini, Radio Kota Batik berhasil memberikan fleksibilitas bagi pendengarnya untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja sesuai dengan preferensi masing-masing. Tidak hanya meningkatkan jangkauan audiens, strategi ini juga memperkuat interaksi dengan pendengar, memperkuat citra digital radio, serta memastikan bahwa Radio Kota Batik tetap relevan dan kompetitif di tengah perkembangan industri media yang semakin digital.

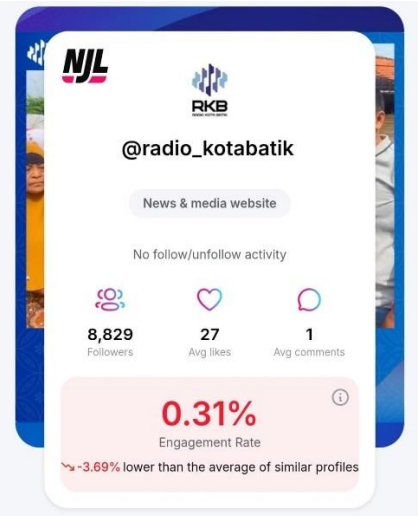
Sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, *Instagram* memainkan peran penting dalam strategi digital Radio Kota Batik untuk menjangkau target audiensnya, terutama kalangan muda dan pengguna aktif media sosial. Dengan fitur-fitur seperti *Instagram Stories*, *Reels*, *Feed*, dan *IG Live*, radio ini dapat menghadirkan berbagai format konten yang menarik dan sesuai dengan tren konsumsi media saat ini. Melalui *Instagram* Stories, Radio Kota Batik membagikan informasi singkat dan cepat mengenai program yang sedang berlangsung, pengumuman acara, serta interaksi dengan audiens melalui fitur *polling* dan pertanyaan. Hal ini memungkinkan pendengar untuk lebih terlibat secara langsung dalam menentukan topik atau program yang ingin mereka dengarkan.

Selain itu, *Instagram Reels* digunakan untuk menyajikan cuplikan program siaran, wawancara singkat, serta video informatif yang dikemas dengan cara yang lebih dinamis dan menghibur. Dengan memanfaatkan algoritma Instagram yang cenderung mempromosikan konten video pendek kepada lebih banyak pengguna, Radio Kota Batik dapat meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens baru di luar pendengar setianya. *IG Live* juga menjadi salah satu strategi utama dalam membangun interaksi *real-time*

dengan pendengar, di mana radio ini dapat mengadakan sesi diskusi langsung dengan narasumber, menjawab pertanyaan audiens secara langsung, serta membagikan pengalaman di balik layar produksi siaran.

Tidak hanya sebagai media promosi dan interaksi, Instagram juga menjadi sarana untuk membangun citra digital Radio Kota Batik sebagai radio yang modern, adaptif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Dengan menghadirkan konten yang konsisten, engaging, dan berbasis tren, Instagram membantu Radio Kota Batik dalam memperkuat loyalitas audiens serta menarik generasi muda yang lebih aktif mengonsumsi konten melalui media sosial dibandingkan radio konvensional. Kombinasi antara Instagram dan *platform* digital lainnya memungkinkan radio ini untuk tetap bertahan dan berkembang di era konvergensi media, memastikan bahwa informasi dan hiburan yang disajikan tetap dapat dinikmati oleh masyarakat dengan cara yang lebih fleksibel dan mudah diakses.

Selain menjadi *platform* interaksi dan distribusi konten, Instagram juga menyediakan berbagai data analitik yang dapat dimanfaatkan oleh Radio Kota Batik untuk memahami perilaku audiens serta mengoptimalkan strategi digital mereka. Melalui fitur Instagram Insights, radio ini dapat mengakses data terkait jumlah tayangan (*impressions*), jangkauan (*reach*), interaksi pengguna (*engagement*), serta demografi pengikut seperti usia, lokasi, dan waktu aktivitas mereka.



Gambar 3 1 Insight Instagram Radio Kota Batik

Data dari Instagram Insights menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan audiens Radio Kota Batik masih berada pada angka 0,31%, dengan rata-rata 27 like dan 1 komentar per unggahan. Meskipun angka ini menunjukkan adanya partisipasi, radio ini masih memiliki peluang besar untuk meningkatkan engagement dengan strategi yang lebih interaktif dan konten yang lebih sesuai dengan preferensi audiens. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah meningkatkan penggunaan fitur Instagram Reels dan Live untuk menarik lebih banyak interaksi, serta mengoptimalkan waktu unggahan berdasarkan data aktivitas pengguna.

Pemanfaatan data ini memungkinkan Radio Kota Batik untuk terus mengoptimalkan strategi digitalnya. Dengan mengukur kinerja setiap unggahan dan menyesuaikan pendekatan berdasarkan insight yang diperoleh, radio ini dapat memastikan bahwa konten yang mereka hadirkan tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan preferensi audiens, sehingga memperkuat posisi mereka sebagai media yang adaptif di era digital.

B. Implementasi Konvergensi Media Radio Kota Batik

Implementasi konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Kota Batik mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk memperkuat eksistensi di era digital. Dengan mengadopsi berbagai bentuk konvergensi, Radio Kota Batik tidak hanya mempertahankan perannya sebagai media penyiaran tradisional tetapi juga bertransformasi menjadi platform yang lebih modern dan interaktif. Berbagai strategi diterapkan untuk mengoptimalkan distribusi informasi, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memastikan keberlanjutan operasional di tengah perubahan industri media. Beberapa aspek utama dalam implementasi konvergensi media ini meliputi:

1. Ownership Convergence

Radio Kota Batik beroperasi sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) yang memiliki peran strategis dalam menyediakan informasi, edukasi, serta hiburan bagi masyarakat Pekalongan. Sebagai LPPL, pendanaan utama radio ini bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kota Pekalongan, yang memastikan keberlangsungan operasional dan mendukung berbagai program siaran yang bersifat informatif serta berbasis kepentingan publik. Dukungan dari pemerintah daerah memungkinkan radio ini untuk tetap berjalan sebagai media yang netral dan independen,

terutama dalam menyajikan berita serta kebijakan pemerintah yang perlu diketahui masyarakat.

Namun, sebagai lembaga yang dibiayai oleh APBD, Radio Kota Batik memiliki keterbatasan dalam mencari sumber pendanaan lain, seperti iklan dan sponsorship komersial. Berbeda dengan stasiun radio swasta yang bebas menjalin kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperoleh pendapatan tambahan, LPPL memiliki regulasi yang lebih ketat dalam hal pendanaan komersial. Hal ini membuat radio harus lebih kreatif dalam mengelola sumber daya yang ada, termasuk memaksimalkan potensi digital dan konvergensi media untuk tetap relevan dan menarik minat audiens.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Radio Kota Batik berupaya untuk mengoptimalkan media sosial dan platform digital sebagai sarana untuk memperluas jangkauan siaran tanpa harus bergantung pada model bisnis iklan konvensional. Dengan adanya strategi multiplatform yang mencakup *Instagram, YouTube, TikTok*, dan *website* resmi, radio ini dapat tetap bersaing dengan media lain dalam menyajikan konten yang menarik dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Meskipun memiliki keterbatasan finansial, Radio Kota Batik tetap berkomitmen untuk memberikan layanan penyiaran yang informatif, edukatif, serta mendukung pelestarian budaya lokal di Pekalongan.

2. Tactical Convergence

Radio Kota Batik menerapkan taktik konvergensi dengan menghadirkan program-program yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi audiens lokal. Dengan memahami karakteristik masyarakat Pekalongan, radio ini menghadirkan berbagai program yang tidak hanya informatif tetapi juga memperkuat identitas budaya serta meningkatkan keterlibatan komunitas. Salah satu program unggulannya adalah "Halo Kota Batik", sebuah program yang menonjolkan kearifan lokal dan budaya Pekalongan. Program ini membahas berbagai aspek budaya, seperti perkembangan industri batik, tradisi lokal, seni pertunjukan, serta kuliner khas Pekalongan, yang dikemas dalam format yang menarik dan interaktif. Melalui program ini, pendengar tidak hanya mendapatkan informasi tetapi juga merasa lebih dekat dengan budaya daerah mereka sendiri.

Selain itu, Radio Kota Batik juga menghadirkan program "Komunitas Bicara" (KOMBI), yang berfungsi sebagai wadah interaksi bagi berbagai komunitas di Pekalongan.

Program ini memberikan ruang bagi komunitas lokal, mulai dari pelaku UMKM, pegiat seni, organisasi sosial, hingga komunitas anak muda, untuk berbagi informasi, berdiskusi tentang isu-isu yang mereka hadapi, serta memperkenalkan inisiatif atau kegiatan mereka kepada masyarakat luas. Dengan adanya interaksi langsung melalui siaran radio, media sosial, dan live streaming, KOMBI menjadi sarana bagi komunitas untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam membangun lingkungan yang lebih dinamis dan kolaboratif.

Melalui strategi konvergensi ini, Radio Kota Batik tidak hanya mempertahankan eksistensinya sebagai media penyiaran lokal tetapi juga berhasil menjadi platform yang memfasilitasi keterlibatan komunitas dan pelestarian budaya lokal. Dengan terus beradaptasi terhadap perkembangan media digital, radio ini mampu menjangkau lebih banyak audiens dan memperkuat fungsinya sebagai media yang dekat dengan masyarakat Pekalongan.

3. Structural Convergence

Dari segi organisasi, Radio Kota Batik menerapkan strategi konvergensi dengan mengoptimalkan koordinasi antara tim produksi, penyiar, dan pengelola media digital guna memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan dapat diadaptasi secara efisien ke berbagai *platform*. Dalam era digital saat ini, media tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi secara satu arah, tetapi juga harus mampu berinteraksi dengan audiens melalui berbagai kanal komunikasi. Oleh karena itu, Radio Kota Batik membangun sistem kerja yang memungkinkan setiap bagian dalam organisasinya untuk berkolaborasi secara sinergis, sehingga konten yang awalnya diproduksi untuk siaran radio dapat dikembangkan dalam bentuk lain, seperti artikel berita, video pendek, infografis, dan podcast yang dapat diakses melalui platform digital seperti *Instagram, YouTube, TikTok*, dan *website* resmi**.**

Tim produksi bertanggung jawab dalam merancang dan menyusun program siaran, memastikan bahwa setiap program memiliki nilai informasi yang relevan dengan kebutuhan audiens lokal. Sementara itu, tim penyiar memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang engaging dengan pendengar, baik melalui siaran langsung maupun interaksi di media sosial. Di sisi lain, pengelola media digital bekerja untuk

mengadaptasi dan mendistribusikan ulang konten siaran ke berbagai platform online, agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta memberikan fleksibilitas bagi pendengar untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja.

Dengan sistem kerja yang terstruktur dan fleksibel, Radio Kota Batik mampu menghadirkan strategi penyiaran yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan teknologi serta tren konsumsi media. Hal ini memungkinkan radio untuk tetap kompetitif di era konvergensi media, sekaligus mempertahankan eksistensinya sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat Pekalongan.

4. Information Gathering Convergenve

Radio Kota Batik menerapkan pendekatan berbasis data dalam strategi penyiarannya dengan mengumpulkan informasi mengenai audiens melalui survei online dan interaksi di media sosial. Langkah ini dilakukan untuk memahami tren, preferensi, serta kebutuhan pendengar, sehingga program yang disiarkan dapat lebih relevan dan menarik bagi target audiens. Dengan memanfaatkan fitur seperti polling di Instagram dan Facebook, komentar di YouTube, serta analitik dari TikTok dan website resmi, radio ini dapat mengidentifikasi jenis konten yang paling diminati, waktu siaran yang paling efektif, serta format penyajian yang sesuai dengan pola konsumsi media pendengar.

Data yang dikumpulkan tidak hanya membantu dalam penyesuaian konten program reguler, tetapi juga dalam pengembangan program baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens. Misalnya, jika survei menunjukkan meningkatnya minat pendengar terhadap topik kewirausahaan, maka Radio Kota Batik dapat menghadirkan program khusus yang membahas peluang bisnis lokal, wawancara dengan pelaku UMKM, serta tips sukses di dunia usaha. Selain itu, informasi yang diperoleh juga digunakan untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pendengar, seperti dengan menghadirkan lebih banyak sesi tanya jawab langsung, diskusi interaktif, serta kolaborasi dengan komunitas lokal yang memiliki kepentingan serupa.

Dengan pendekatan ini, Radio Kota Batik tidak hanya mempertahankan pendengar setianya tetapi juga menarik audiens baru dari berbagai kalangan, khususnya generasi muda yang lebih aktif mengakses konten melalui platform digital. Pendekatan berbasis data

ini memungkinkan radio untuk terus berkembang, beradaptasi dengan perubahan tren media, dan tetap relevan di tengah persaingan industri penyiaran yang semakin dinamis**.**

5. Storytelling Convergence

Dalam hal penceritaan (*storytelling*)**,** Radio Kota Batik mengadopsi pendekatan *multiformat* untuk menyajikan informasi secara menarik dan mudah diakses oleh audiens. Penyajian berita tidak lagi terbatas pada siaran radio tradisional, tetapi juga diperluas ke berbagai platform digital dalam bentuk artikel di media sosial, infografis, dan video pendek. Pendekatan ini memungkinkan radio untuk menjangkau lebih banyak audiens dengan berbagai preferensi konsumsi media, mulai dari mereka yang lebih suka mendengarkan siaran langsung hingga mereka yang lebih nyaman membaca atau menonton konten visual di media sosial.

Di media sosial seperti Instagram dan Facebook, Radio Kota Batik menghadirkan artikel singkat yang merangkum berita penting secara ringkas dan informatif, sering kali disertai dengan infografis visual yang memudahkan audiens dalam memahami inti berita. Infografis ini berisi data statistik, kutipan wawancara, atau poin-poin utama dari sebuah peristiwa, sehingga memudahkan pendengar yang tidak sempat mendengarkan siaran penuh untuk tetap mendapatkan informasi yang relevan.

Selain itu, video pendek di TikTok dan YouTube menjadi salah satu strategi storytelling yang efektif untuk menarik perhatian audiens muda. Melalui format ini, berita dapat dikemas secara lebih dinamis dengan visual yang menarik, transisi cepat, serta narasi yang padat dan engaging. Video pendek ini sering kali menampilkan cuplikan wawancara eksklusif, liputan acara lokal, atau rekaman siaran radio yang dikemas ulang agar lebih sesuai dengan format digital.

Dengan strategi storytelling yang adaptif dan berbasis multiplatform, Radio Kota Batik berhasil mempertahankan relevansinya di tengah perubahan tren konsumsi media. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi media masyarakat modern.

C. Implikasi Konvergensi Media Radio Kota Batik

Strategi konvergensi media yang diterapkan oleh Radio Kota Batik membawa implikasi dalam berbagai aspek, baik dari segi sosial, budaya, maupun ekonomi. Dengan mengadopsi berbagai platform digital dan memperluas jangkauan audiens, radio ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyiaran tradisional tetapi juga sebagai ruang interaksi yang lebih dinamis dan inklusif. Transformasi ini berdampak pada pola konsumsi media masyarakat, keterlibatan komunitas, serta keberlanjutan industri penyiaran lokal. Untuk memahami lebih lanjut, berikut adalah beberapa implikasi utama dari strategi konvergensi yang diterapkan oleh Radio Kota Batik.

1. Implikasi Sosial

Meningkatnya partisipasi audiens menjadi salah satu dampak positif dari strategi konvergensi yang diterapkan oleh Radio Kota Batik. Pendengar tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen informasi yang pasif, tetapi kini memiliki kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan penyiar dan memberikan *feedback* melalui berbagai *platform* digital. Dengan adanya fitur komentar, *polling*, serta sesi siaran langsung di media sosial seperti *Instagram, Facebook, dan YouTube*, audiens dapat menyampaikan pendapat, bertanya, atau bahkan memberikan usulan topik yang ingin dibahas dalam program siaran. Interaksi ini menciptakan keterlibatan yang lebih erat antara radio dan pendengarnya, sehingga membuat mereka merasa lebih dihargai dan memiliki peran dalam membentuk isi siaran. Selain itu, komunikasi yang lebih interaktif ini juga membantu Radio Kota Batik dalam memahami preferensi audiens, sehingga dapat terus menyajikan program yang relevan dan menarik.

Selain meningkatkan partisipasi audiens, strategi konvergensi media yang diterapkan oleh Radio Kota Batik juga berkontribusi dalam memperkuat komunitas lokal. Program seperti *Komunitas Bicara (KOMBI)* dan *Youth Speak Up* menjadi wadah bagi berbagai komunitas di Pekalongan untuk berbagi informasi, berdiskusi, serta menyampaikan aspirasi mereka terkait isu-isu sosial, budaya, dan ekonomi. Melalui program ini, komunitas lokal diberikan ruang untuk memperkenalkan kegiatan mereka, menyampaikan gagasan, serta menjalin kolaborasi dengan pihak lain yang memiliki visi serupa. Dengan demikian, radio tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai fasilitator yang menghubungkan berbagai elemen masyarakat dalam upaya membangun kota yang lebih progresif dan inklusif. Melalui pendekatan ini, Radio Kota

Batik berhasil mempertahankan relevansinya sebagai media yang tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga berperan aktif dalam membangun interaksi sosial dan mendukung dinamika komunitas di Pekalongan.

2. Implikasi Budaya

Pelestarian budaya lokal menjadi salah satu peran penting yang diemban oleh Radio Kota Batik dalam menghadapi era konvergensi media. Dengan menampilkan konten yang berbasis budaya lokal, radio ini tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi dan pelestarian warisan budaya Pekalongan. Salah satu program unggulan yang mendukung upaya ini adalah *Kojah Sastra*, yang secara khusus membahas seni dan sastra lokal, termasuk puisi, prosa, dan sejarah kebudayaan daerah. Program ini memberikan ruang bagi seniman, budayawan, serta komunitas sastra untuk berbagi wawasan dan mempertahankan eksistensi budaya Pekalongan di tengah modernisasi yang semakin pesat. Selain itu, dengan menampilkan musik daerah, wawancara dengan tokoh budaya, serta liputan acara kebudayaan lokal, Radio Kota Batik membantu menjaga identitas daerah agar tetap hidup di tengah arus globalisasi. Pendekatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan apresiasi masyarakat, terutama generasi muda, terhadap kekayaan budaya yang dimiliki oleh daerah mereka.

Seiring dengan perkembangan teknologi, terjadi transformasi dalam cara masyarakat mengonsumsi konten budaya, terutama di kalangan generasi muda. Perpindahan konsumsi media ke platform digital membuat mereka lebih tertarik pada konten berbasis video, interaktif, dan dapat diakses secara on-demand melalui media sosial dan layanan streaming. Hal ini menuntut Radio Kota Batik untuk menyesuaikan format kontennya agar tetap relevan dengan kebiasaan baru audiens. Selain menyiarkan program berbasis budaya secara konvensional melalui gelombang FM, radio ini juga mengadaptasi program-programnya ke dalam bentuk video pendek, siaran langsung, serta podcast yang dapat diakses melalui *YouTube, TikTok,* dan *Instagram*. Dengan strategi ini, informasi tentang budaya lokal dapat dikemas lebih menarik dan lebih mudah menjangkau generasi muda, sehingga nilai-nilai budaya tidak hanya dapat dilestarikan tetapi juga diperkenalkan kepada audiens yang lebih luas. Adaptasi terhadap tren digital ini menjadi langkah penting bagi Radio Kota Batik

dalam memastikan bahwa warisan budaya Pekalongan tetap eksis dan terus berkembang di era digital.

3. Implikasi Ekonomi

Dengan memperluas *platform* distribusi ke berbagai media digital, Radio Kota Batik membuka peluang baru untuk monetisasi yang sebelumnya sulit dijangkau melalui model bisnis penyiaran tradisional. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) yang memiliki keterbatasan dalam mencari pendapatan dari iklan konvensional, pemanfaatan media sosial, live streaming, podcast, dan website memberikan potensi baru dalam mendapatkan sumber pendapatan alternatif. Salah satunya adalah melalui **sponsorship dan iklan digital**, di mana Radio Kota Batik dapat bekerja sama dengan berbagai pihak untuk menyisipkan konten promosi dalam program siarannya, baik dalam bentuk advertorial, brand mention, maupun konten bersponsor yang tetap relevan dengan audiens mereka. Selain itu, radio ini juga dapat berkolaborasi dengan UMKM lokal, dengan memberikan ruang promosi bagi pelaku usaha mikro di Pekalongan untuk memperkenalkan produk mereka melalui siaran radio dan media sosial. Dengan strategi ini, tidak hanya Radio Kota Batik yang mendapatkan manfaat secara finansial, tetapi juga ekosistem bisnis lokal yang semakin berkembang melalui jangkauan promosi yang lebih luas.

Selain membawa manfaat ekonomi, strategi digital yang diterapkan Radio Kota Batik juga memberikan dampak besar pada industri media lokal. Radio ini menjadi contoh bagaimana media penyiaran lokal dapat bertahan dan berkembang di era digital dengan menerapkan strategi yang adaptif. Di tengah gempuran platform digital dan perubahan pola konsumsi media masyarakat, Radio Kota Batik mampu menunjukkan bahwa media tradisional tetap memiliki tempat jika mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Keberhasilan dalam mengintegrasikan radio konvensional dengan platform digital seperti *TikTok, YouTube,* dan media sosial lainnya membuktikan bahwa inovasi dalam industri media lokal dapat menjadi solusi untuk menghadapi tantangan digitalisasi. Dengan pendekatan ini, Radio Kota Batik tidak hanya mempertahankan eksistensinya, tetapi juga membuka jalan bagi stasiun radio lokal lainnya untuk mengikuti jejak transformasi digital yang lebih relevan dengan kebutuhan audiens modern.

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam era konvergensi media yang semakin berkembang, industri penyiaran menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan di tengah persaingan dengan media digital. Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan merupakan salah satu contoh radio lokal yang berhasil mempertahankan eksistensinya dengan menerapkan berbagai strategi adaptif. Keberhasilan ini tidak lepas dari upaya radio dalam mengintegrasikan berbagai platform digital sebagai bagian dari strategi konvergensinya. Melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta dukungan dari situs web dan layanan live streaming, Radio Kota Batik mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di dunia digital. Keberadaan di berbagai platform digital ini tidak hanya memperluas jangkauan siaran tetapi juga meningkatkan interaksi dengan pendengar secara lebih dinamis.

Selain itu, inovasi dalam program siaran menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan minat pendengar. Radio Kota Batik menghadirkan berbagai program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Pekalongan, seperti berita lokal, talk show interaktif, serta program berbasis budaya dan ekonomi kreatif yang mendukung industri batik sebagai identitas kota. Melalui pendekatan ini, radio tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga menjadi media yang memperkuat nilai-nilai budaya lokal. Dalam konteks strategi ekologi media, Radio Kota Batik terus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media di masyarakat. Diversifikasi konten dan peningkatan interaksi dengan pendengar melalui berbagai platform digital menjadi langkah penting agar tetap kompetitif di tengah perubahan ekosistem media.

Di sisi lain, strategi pemasaran yang efektif turut berperan dalam menjaga keberlanjutan Radio Kota Batik. Dengan menerapkan segmentasi pasar yang jelas dan strategi promosi berbasis digital, radio ini mampu mempertahankan daya tariknya bagi audiens yang lebih luas. Pendekatan ini membantu Radio Kota Batik tetap bersaing dengan media digital lainnya, sekaligus memastikan bahwa kontennya tetap relevan bagi pendengar setia. Meskipun berbagai strategi ini telah menunjukkan hasil yang positif, tantangan dalam hal keberlanjutan model bisnis dan pengelolaan biaya operasional masih menjadi isu yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, inovasi yang berkelanjutan dan optimalisasi strategi digital menjadi kunci

utama agar Radio Kota Batik tetap dapat berkembang dan mempertahankan perannya sebagai media informasi dan hiburan bagi masyarakat Pekalongan di era digital yang terus berubah.

B. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai strategi konvergensi media yang diterapkan oleh Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya berfokus pada satu studi kasus, yaitu Radio Kota Batik, sehingga temuan yang diperoleh belum tentu dapat digeneralisasi untuk semua stasiun radio lokal di Indonesia. Karakteristik dan tantangan yang dihadapi oleh radio lain mungkin berbeda, tergantung pada lokasi, target audiens, serta sumber daya yang dimiliki. Kedua, penelitian ini lebih menitikberatkan pada strategi yang digunakan dalam mempertahankan eksistensi radio tanpa mengeksplorasi secara mendalam dampak jangka panjang dari strategi tersebut terhadap keberlanjutan bisnis radio di era digital. Dalam jangka waktu yang lebih panjang, perubahan tren media dan preferensi audiens yang semakin dinamis dapat mempengaruhi efektivitas strategi yang telah diterapkan.

Selain itu, penelitian ini juga terbatas dalam cakupan data yang digunakan, di mana analisis lebih banyak dilakukan berdasarkan wawancara dan observasi terhadap pihak internal radio tanpa melibatkan perspektif yang lebih luas dari audiens atau pemangku kepentingan lainnya. Padahal, pendapat dan preferensi pendengar sangat berpengaruh dalam menentukan efektivitas strategi konvergensi yang dijalankan. Terakhir, perkembangan teknologi yang terus berubah dengan cepat menjadi tantangan tersendiri dalam penelitian ini. Temuan yang dihasilkan mungkin relevan dalam konteks saat ini, namun tidak menutup kemungkinan bahwa strategi yang digunakan perlu diperbarui seiring dengan munculnya inovasi teknologi baru di industri media. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas serta pendekatan yang lebih komprehensif sangat diperlukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai strategi konvergensi media dalam industri radio lokal.

C. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan strategi konvergensi media Radio Kota Batik 91.2 FM Pekalongan agar tetap relevan dan kompetitif di era digital. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah

memperluas kanal digital dengan tidak hanya mengandalkan media sosial dan live streaming, tetapi juga mengembangkan konten dalam bentuk podcast atau bekerja sama dengan platform streaming musik. Hal ini memungkinkan radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang lebih sering mengakses konten audio melalui aplikasi digital. Selain itu, peningkatan interaktivitas juga menjadi strategi yang perlu diperhatikan. Radio Kota Batik dapat memperbanyak sesi interaktif seperti live chat, polling, atau siaran langsung dengan narasumber melalui media sosial guna meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun loyalitas pendengar.

Di sisi lain, untuk mengatasi tantangan finansial, radio perlu melakukan diversifikasi sumber pendapatan dengan mengembangkan model bisnis baru. Kemitraan dengan brand lokal, monetisasi konten digital, serta layanan iklan berbasis data pendengar dapat menjadi alternatif untuk memastikan keberlanjutan operasional radio. Selain itu, optimalisasi penggunaan data dari media sosial dan platform streaming juga menjadi langkah penting. Dengan menganalisis data preferensi audiens, Radio Kota Batik dapat mengembangkan konten yang lebih sesuai dengan minat pendengar serta meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital.

Tidak kalah penting, penguatan identitas lokal tetap harus menjadi prioritas dalam setiap program siaran. Dengan menampilkan konten yang mencerminkan budaya dan kearifan lokal Pekalongan, radio ini dapat memiliki diferensiasi yang kuat dibandingkan dengan stasiun radio lainnya serta tetap menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat setempat. Dengan menerapkan strategi-strategi ini secara berkelanjutan, diharapkan Radio Kota Batik dapat semakin berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri media yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Butterick, K. (2012). *Pengantar Public Relations*. Raja Grafindo Persada, hal. 153.

Cangara, H. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada, hal. 61.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.

Djamal, H. (2013). *Dasar-Dasar penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan regulasi* (Edisi ke-2). Jakarta: Kencana, hal. 127.).

Haryanto, A. (2014). *Konvergensi media: Adaptasi dan tantangan media tradisional di era digital*. Kencana.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Marshall, C., & Rossman, G. B. (2016). *Designing qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi : Vol. II* (Revisi). Simbiosa Rekatama Media.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sutrisno, S. (2019). Strategi kreatif Serang Radio sebagai radio jaringan. *Eprints Universitas Trisakti.*

Starkey, G. (2011). *Local Radio, Going Global*. Springer.

Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Audiens. *Jurnal Simbolika Research and Learning in Communication Study*, *4*(1), 24–31

Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications.

Triartanto, A. I. Y. (2010). *Broadcasting radio: Panduan teori dan praktik*. Pustaka Book Publisher.

Vera, N. (2016). *Komunikasi massa*. Ghalia Indonesia.

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.

Jurnal

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, *9*(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

dewanpers.or.id. (n.d.). *Dewan Pers*. Retrieved July 23, 2024, from https://dewanpers.or.id/publikasi/opini_detail/173/Media_Online_Perlu_Berbenah_Diri

Jurnal Indonesia. (2021). Teori niche dan konsepnya. *Catatan Jurnal Indonesia*.

kpi. (2022). *Peningkatan Penggunaan Radio*. Kpi.Go.Id. https://www.kpi.go.id/en/umum/23-berita-daerah?detail5=9437&detail3=20289&start=130

Nasution, N. (2018). Strategi manajemen penyiaran radio swasta Kiss FM dalam menghadapi persaingan informasi digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Perkembangan Teknologi Radio dari Masa ke Masa - Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio Kelas I Ternate. (2024, March 15). Balai Loka Monitor Ternate. https://uptternate.postel.go.id/artikel/perkembangan-teknologi-radio-dari-masa-ke-masa

piano. (2022, May 1). *Radio statistics in 2024 (listening & advertising)*. Musical Pursuits. https://musicalpursuits.com/radio/

Puspitaningrum, D. (2022). Konvergensi media dan memori kolektif masyarakat indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *2*(11).

Indrani, N. J. (2010). Pengertian Eksistensi. *Wordpress.Com*.

Website

RADIO KOTA BATIK PEKALONGAN. (n.d.). Retrieved July 23, 2024, from

https://rkb.pekalongankota.go.id/

Skripsi

Yusuf, M. I. (2022). *Eksistensi Televisi Lokal di Tengah Era Konvergensi Media Digital (Studi Kasus pada Pengelolaan Konten Siaran dan SDM di Jawa Timur Televisi (JTV) Jember)*.

Fikarina, M. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio UTY FM dan Radio JIZ FM dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan dan Pendengar*.

Nurrahmah. (2017). *Konvergensi dari Media Konvensional ke Digital (Studi pada Harian Ujungpandang Ekspres)*.

Prasetyo, E. A. (2020). *Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online*.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Hasil Wawancara 1

Nama : Moch. Dirhamsyah

Jabatan : Direktur Operasional

Lokasi Wawancara : Radio Kota Batik

Waktu : 29 Oktober 2023

Hasil Wawancara

1. Apa tugas Direktur Operasional di Radio Kota Batik?

Tugas atau tanggung jawab utama sebagai Direktur Operasional disini untuk memastikan semua kegiatan operasional harian berjalan lancar. Setiap hari, saya mengelola program siaran dan berkoordinasi dengan staf penyiar untuk memastikan siaran kami tetap berjalan sesuai rencana dan standar yang tinggi. Selain itu, saya juga bertanggung jawab menjaga kualitas siaran, agar program-program yang kami tawarkan selalu relevan dan menarik bagi pendengar kami. Saya harus terus memantau dan mengawasi implementasi strategi bisnis untuk menjaga daya saing radio ini, baik dalam hal kualitas konten maupun jangkauan audiens. Mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan media digital, saya juga fokus pada perluasan jangkauan kami melalui platform digital, agar Radio Kota Batik tetap dapat berinteraksi dengan pendengar lebih luas. Semua ini saya lakukan dengan tujuan agar Radio Kota Batik tetap relevan dan mampu bersaing di tengah kemajuan industri media yang terus berkembang.

2. Bagaimana perjalanan karir anda di Radio Kota Batik?

Sebagai Direktur Operasional Radio Kota Batik, saya telah merasakan perjalanan karir yang panjang dan penuh tantangan di industri penyiaran. Saya mulai bekerja di sini lebih dari 20 tahun yang lalu, diawali sebagai penyiar. Seiring waktu, saya berpindah ke bagian teknis, lalu mengemban tanggung jawab sebagai manajer program. Posisi saya sekarang sebagai Direktur Operasional adalah hasil dari proses panjang dan pengalaman yang saya jalani di berbagai bagian radio ini. Tantangan terbesar yang saya hadapi tentu saja adalah bagaimana mengimbangi perkembangan teknologi yang begitu cepat dan semakin ketatnya persaingan

dengan media-media baru. Namun, saya percaya dengan komitmen dan adaptasi, Radio Kota Batik akan terus bertahan dan berkembang di tengah perubahan zaman.

3. Selama menjadi Direktur Operasional, apa suka duka yang pernah dihadapi?

Banyak sekali suka dukanya. Sukanya tentu ketika program-program yang kami jalankan berhasil dengan baik dan mendapat respons positif dari pendengar. Melihat pendengar menikmati konten yang kami sajikan dan merasa terhubung dengan apa yang kami lakukan, itu sangat memuaskan dan memberikan kebanggaan tersendiri. Namun, di sisi lain, ada juga tantangan yang tidak bisa dihindari, yaitu penurunan pendapatan iklan, terutama di era digital ini. Banyak pengiklan yang sekarang lebih memilih beriklan di media sosial atau platform digital lainnya, yang secara langsung mempengaruhi pendapatan kami. Hal ini menjadi tantangan besar bagi kami, karena kami harus beradaptasi dan mencari cara baru untuk tetap bertahan dan berkembang di tengah perubahan ini. Meskipun begitu, kami terus berusaha menghadapi tantangan ini dengan inovasi dan semangat untuk menjaga Radio Kota Batik tetap relevan dan menjadi pilihan utama bagi pendengar.

4. Program apa saja yang masih berjalan dari awal hingga sekarang?

Saya bangga mengatakan bahwa beberapa program klasik kami masih tetap berjalan hingga sekarang dan terus disukai pendengar. Salah satunya adalah acara musik lokal di malam hari yang kami sebut *Wedangan* yang telah menjadi bagian dari tradisi radio kami dan tetap dinantikan oleh pendengar setia. Selain itu, program interaktif dengan pendengar juga masih ada, di mana kami selalu berusaha untuk menjaga keterlibatan audiens dengan memberikan ruang bagi mereka untuk berkomentar atau berbagi cerita. Namun, seiring berjalannya waktu, kami juga terus berinovasi dengan menambahkan program-program baru yang lebih sesuai dengan selera pendengar masa kini, seperti acara streaming di YouTube dan interaksi langsung melalui media sosial. Program lainnya yang juga tetap menjadi ciri khas kami sejak awal adalah Halo Kota Batik yang menyajikan *soft news* dengan wawancara tokoh-tokoh lokal tentang topik hangat. Program ini selalu berhasil menarik perhatian pendengar karena kami mengangkat isu-isu yang dekat dengan kehidupan mereka, yang menjadikan Radio Kota Batik tetap relevan dan selalu dinanti.

5. **Terkait perkembangan media saat ini, bagaimana perencanaan program Radio Kota Batik untuk menghadapi era konvergensi media?**

   Kami sudah masuk ke ranah digital dengan memanfaatkan platform streaming, YouTube, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, kami juga harus realistis bahwa saat ini hampir semua media mengalami penurunan pendapatan iklan, termasuk radio. Oleh karena itu, kami terus berinovasi dengan merancang program-program yang tidak hanya menarik bagi pendengar setia, tetapi juga relevan dengan tren dan minat audiens muda. Kreativitas dalam menyusun konten yang fresh dan berbeda menjadi kunci agar kami tetap bisa bersaing dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media yang semakin ketat.

6. **Bagaimana strategi Radio Kota Batik untuk mempertahankan pendengar agar tetap setia, terutama di era digital ini?**

   Kami menyadari bahwa di era digital ini, mempertahankan pendengar yang setia merupakan tantangan yang besar. Untuk itu, kami terus berusaha menjaga interaksi yang kuat dengan audiens melalui berbagai program interaktif dan aktif di media sosial. Kami tahu bahwa pendengar ingin merasa terhubung dan didengarkan, jadi kami memastikan untuk menghadirkan konten yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu, kualitas siaran juga menjadi prioritas utama kami, agar setiap program yang kami tampilkan selalu memenuhi ekspektasi dan minat pendengar. Kami berusaha untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, agar Radio Kota Batik tetap menjadi pilihan utama bagi pendengar setia kami di tengah banyaknya alternatif media yang ada.

7. **Bagaimana cara Bapak mempromosikan program-program tersebut ke audiens?**

   Promosi dilakukan melalui media sosial, terutama Instagram dan YouTube. Kami juga bekerja sama dengan beberapa influencer lokal untuk memperluas jangkauan promosi. Selain itu juga kami selalu melakukan *brainstorming* guna pembaruan program agar terus *update,* kemudian kami juga berusaha untuk menyajikan program untuk berdialog bersama tokoh siswa dan mahasiswa untuk andil dalam agenda siaran dengan harapan generasi muda akan terus tahu apa itu radio, bagaimana radio bekerja, dan yang terpenting bagaimana mereka bisa menjadi sasaran bagi kami untuk terus hidup.

8. **Apa yang menurut Bapak membuat Radio Kota Batik tetap diminati masyarakat meskipun banyak media baru yang bermunculan?**

Saya percaya bahwa salah satu alasan utama mengapa Radio Kota Batik tetap diminati masyarakat meskipun banyak media baru bermunculan adalah hubungan kami yang kuat dengan komunitas lokal. Kami selalu berusaha menghadirkan program-program yang dekat dengan kehidupan dan kebudayaan lokal, yang membuat Radio Kota Batik berbeda dari media lainnya. Pendengar kami merasa lebih terhubung karena kami benar-benar memahami kebutuhan dan minat mereka. Dengan menghadirkan konten yang relevan dan menggambarkan identitas lokal, kami berhasil menciptakan ikatan yang kuat dengan audiens kami, yang merasa bahwa radio ini adalah bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Ini adalah kekuatan kami yang tidak bisa ditiru oleh media lain, dan yang membuat kami tetap relevan di tengah perkembangan media digital yang pesat.

9. **Strategi apa yang Bapak terapkan dalam menentukan jadwal program di radio?**

Dalam menentukan jadwal program siaran, kami sangat mengutamakan data yang kami peroleh dari survei dan interaksi langsung dengan pendengar. Melalui informasi ini, kami bisa mengetahui waktu-waktu puncak ketika pendengar paling aktif mendengarkan radio. Berdasarkan pola kebiasaan tersebut, kami merancang jadwal program yang lebih efektif, penempatan penyiar yang tepat dengan melakukan *meeting* bulanan agar sesuai dengan preferensi audiens. Dengan cara ini, kami berharap setiap program dapat dijangkau oleh lebih banyak pendengar di waktu yang tepat, sehingga siaran kami lebih maksimal dan dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi audiens.

10. **Apakah Radio Kota Batik membeli program atau membuat sendiri?**

Mengenai strategi program kebetulan kami membuat program sendiri karena menurut saya program adalah hal krusial, jadi harus menyesuaikan selera orang Pekalongan. Misalnya dalam hal pemutaran musik, program interaktif, semuanya kita konsepkan sendiri supaya cocok dan pas sama yang diingini pendengar. Lalu dengan adanya streaming di media begitu, jadi kita tidak bergantung dengan program dari luar karena ingin khas dan berbeda.

11. Apakah ada evaluasi rutin terhadap setiap program yang dijalankan di Radio Kota Batik?

Tentu saja. Kami memastikan bahwa setiap program yang kami jalankan selalu dievaluasi secara rutin untuk memastikan kualitasnya tetap terjaga dan relevan dengan audiens. Evaluasi ini kami lakukan secara berkala, dengan fokus utama pada respons pendengar dan sejauh mana program tersebut berhasil mencapai target audiens yang telah ditentukan. Kami juga sangat terbuka terhadap masukan dari pendengar, karena feedback mereka sangat berharga bagi kami untuk perbaikan program kedepannya. Selain itu, kami juga melibatkan tim internal dalam proses evaluasi, sehingga kami bisa mendapatkan perspektif yang lebih luas dan menyeluruh. Dengan evaluasi yang berkesinambungan, kami berharap Radio Kota Batik dapat terus berkembang dan memberikan konten yang bermanfaat serta menarik bagi pendengar setia kami.

12. Apa saja yang dilakukan oleh Radio Kota Batik untuk mengembangkan program-programnya?

Pengembangan program kami lakukan dengan menyesuaikan tema dan format sesuai dengan tren terkini agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar. Salah satu cara kami melakukannya adalah dengan selalu menyesuaikan tema dan format program sesuai dengan tren terkini, baik dalam hal topik maupun cara penyajiannya. Kami juga aktif menjalin kerja sama dengan tokoh-tokoh lokal dan berbagai komunitas untuk memperkaya konten siaran kami. Kolaborasi ini tidak hanya memberikan perspektif yang lebih beragam, tetapi juga membuat program kami semakin dekat dengan kehidupan masyarakat dan budaya lokal. Dengan cara ini, kami berharap Radio Kota Batik dapat terus menghadirkan konten yang segar, bermanfaat, dan selalu dinantikan oleh pendengar setia kami.

13. Apa yang membedakan Radio Kota Batik dengan radio lain?

Fokus kami pada kebudayaan lokal Pekalongan dan keterlibatan komunitas membuat kami berbeda. Kami bangga bisa menjadi saluran yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan mengangkat nilai-nilai budaya lokal. Banyak radio lain yang lebih fokus pada program hiburan, sementara di Radio Kota Batik, kami lebih banyak menyajikan program-program edukatif dan kebudayaan yang menggali kekayaan sejarah, seni, dan tradisi Pekalongan.

Pendengar kami merasa bahwa mereka mendapatkan lebih dari sekadar hiburan, tetapi juga wawasan yang bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan mereka tentang budaya dan kehidupan lokal. Inilah yang menjadi ciri khas kami, dan yang membuat Radio Kota Batik tetap relevan dan dekat di hati masyarakat.

14. Apakah Radio Kota Batik memiliki tagline yang menjadi positioning di mata pendengar?

Kami memiliki tagline yang sangat bermakna bagi identitas kami, yaitu "*News, Interaktif, Solutif.*" Tagline ini menggambarkan komitmen kami untuk menjadi saluran yang tidak hanya menyuarakan kepentingan lokal, tetapi juga memberikan ruang untuk berinteraksi dengan pendengar agar bisa langsung bertukar pikiran. Kami ingin tidak hanya sekedar menyajikan informasi tapi juga menghadirkan solusi bagi isu-isu yang sedang dihadapi masyarakat. Kami ingin agar pendengar di luar Pekalongan juga bisa merasakan kedekatan dengan budaya dan kehidupan kami, serta mendengar berbagai cerita dan informasi yang mungkin jarang mereka temui di media lainnya. Dengan tagline ini, kami berharap Radio Kota Batik dapat terus dikenal sebagai media yang menghubungkan masyarakat lokal dengan audiens yang lebih luas, sekaligus memperkenalkan Pekalongan dengan cara yang lebih berarti dan berkesan.

15. Bagaimana sistem modal dan pendapatan Radio Kota Batik? Apakah bergantung kepada pengiklan?

Kami ini kan sudah masuk menjadi radio penyiaran publik, jadi modal kami berasal dari dana pemerintah daerah. Sebagai salah satu upaya meningkatkan pendapatan daerah, kami tetap diizinkan untuk mencari mitra pengiklan dan sponsor lain tapi harus sesuai aturan juga dan fokusnya disini untuk mendukung pelayanan informasi bagi masyarakat Pekalongan. Sistem seperti ini sangat membantu kita untuk tetap independen dan menjalankan program yang bermanfaat untuk warga tanpa bergantung penuh dengan iklan.

16. Apa pencapaian terbesar yang pernah diraih oleh Radio Kota Batik, Pak?

Saya merasa sangat bangga dengan pencapaian terbesar yang telah kami raih salah satunya, yaitu mampu mempertahankan eksistensi di tengah perubahan besar dalam industri media. Meskipun banyak media baru, termasuk platform digital, bermunculan dan mengubah cara orang mengakses informasi, Radio Kota Batik masih tetap menjadi pilihan utama bagi

masyarakat Pekalongan. Kami bisa bertahan dan terus berkembang karena kami selalu berfokus pada kebutuhan lokal, menjaga kualitas program, dan terus berinovasi. Kehadiran kami yang tetap relevan di hati pendengar di tengah perkembangan pesat teknologi dan media baru adalah bukti bahwa kami telah berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan audiens kami. Ini adalah pencapaian yang sangat berarti bagi kami, dan menjadi motivasi untuk terus berusaha memberikan yang terbaik bagi masyarakat Pekalongan.

17. Apa kendala utama yang dihadapi oleh Radio Kota Batik saat ini?

Kendala terbesar yang kami hadapi saat ini salah satunya tentu saja mengenai penurunan pendapatan, terutama dari iklan. Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan lebih memilih beriklan di platform digital yang lebih modern, sementara pendengar kami juga semakin beralih ke media digital. Kami harus beradaptasi dengan perubahan preferensi audiens yang lebih memilih konten online, yang tentunya berdampak pada pendapatan radio. Namun, meskipun kami menghadapi tantangan ini, ada keuntungan yang kami syukuri sebagai lembaga penyiaran publik (LPPL), yaitu dalam hal gaji dan kesejahteraan staf, yang tetap terjaga meskipun kondisi ekonomi dan pendapatan iklan tidak stabil. Kami tetap fokus pada kualitas siaran dan bagaimana menjaga relevansi di mata pendengar, sembari mencari cara untuk berinovasi dan memperluas sumber pendapatan, terutama melalui platform digital.

18. Siapa saja segmen pendengar utama Radio Kota Batik?

Pendengar kami bervariasi, dari generasi yang lebih tua hingga generasi muda. Namun, kami berusaha untuk terus merangkul generasi muda agar tetap terhubung dengan radio melalui program-program interaktif.

19. Apa harapan Bapak untuk masa depan Radio Kota Batik?

Harapan saya untuk masa depan radio ini semoga kami terus berinovasi dan berkembang mengikuti perkembangan zaman, terutama di era digital yang semakin maju ini. Saya ingin Radio Kota Batik tetap bisa menjadi media yang relevan bagi masyarakat Pekalongan, memberikan informasi, hiburan, dan edukasi yang bermanfaat. Kami juga bertekad untuk terus menjaga eksistensi kami di tengah persaingan media yang semakin ketat, baik itu dari media tradisional maupun platform digital yang terus berkembang. Dengan terus beradaptasi dan

berinovasi, saya berharap Radio Kota Batik tidak hanya bisa bertahan, tetapi juga berkembang menjadi media yang lebih kuat, mampu menjangkau lebih banyak pendengar, dan tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Pekalongan di masa depan.

Lampiran 2

Hasil Wawancara 2

Nama : Saifurozy

Jabatan : Koordinator Reporter dan penyiar

Lokasi Wawancara : Radio Kota Batik

Waktu : 10 November 2023

Hasil Wawancara

1. **Bagaimana bentuk perencanaan program yang dilakukan di Radio Kota Batik sebelum melakukan siaran?**

   Perencanaan program di Radio Kota Batik dilakukan dengan sangat terstruktur untuk memastikan siaran berjalan lancar dan sesuai dengan harapan pendengar. Sebelum siaran, kami melakukan pengaturan jadwal program dengan mempertimbangkan waktu-waktu terbaik untuk menjangkau target audiens kami. Kami juga memilih materi yang relevan dan menarik, sehingga program yang disajikan selalu dapat menyentuh kebutuhan dan minat pendengar. Penyusunan program ini biasanya diatur oleh koordinator penyiaran, yang bertugas untuk memastikan bahwa setiap program memiliki keseimbangan dalam waktu siarannya. Setiap penyiar mendapatkan jatah waktu yang adil, agar semua program memiliki peluang yang sama untuk mencapai audiens yang diinginkan. Semua perencanaan ini kami lakukan dengan penuh perhatian, agar Radio Kota Batik tetap bisa memberikan informasi, hiburan, dan edukasi yang bermanfaat bagi masyarakat Pekalongan.

2. **Bagaimana proses produksi dan pembelian program yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Proses produksi disini itu biasanya dimulai dengan ngerancang program dulu, terus nentuin juga buat yang siarannya langsung maupun yang rekaman. Kami juga manfaatin media sosial seperti Facebook sama Instagram biar bisa nyampe ke pendengar yang lebih banyak. Selain itu, buat yang gak bisa dengerin lewat radio biasa, kita siarin juga lewat website dan streaming. Kalau untuk beli program atau kolaborasi, biasanya sih arahan dari Kominfo lewat sosialisasi sama instansi lain, supaya bisa kerjasama buat acara atau kampanye tertentu.

3. **Bagaimana bentuk eksekusi program yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Eksekusi program di Radio Kota Batik dilakukan dengan menjalankan siaran sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Setiap penyiar akan membawakan program sesuai tema dan waktu yang sudah dibagi, misalnya siaran berita pagi, ekonomi di siang hari, dan hiburan malam. Selain itu, selama siaran, kami juga menerima panggilan langsung dari pendengar untuk bisa saling berinteraksi dan berbagi informasi.

4. **Bagaimana bentuk pengawasan dan evaluasi yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Pengawasan di Radio Kota Batik dilakukan oleh tim siaran dan koordinator penyiaran, yang selalu memantau jalannya siaran. Untuk evaluasi, kami juga mengandalkan feedback dari pendengar, baik lewat telepon maupun media sosial, untuk tahu sejauh mana program yang kami tayangkan menarik perhatian dan diterima oleh mereka.

5. **Bagaimana bentuk strategi kesesuaian yang dilakukan di Radio Kota Batik dalam memperoleh pendengar?**

   Kita selalu sesuaikan program dengan selera pendengar lokal, terutama yang ada di wilayah pesisir. Misalnya, kita sering memainkan lagu dangdut sama campursari yang emang disukai banget sama masyarakat sini. Program-program kayak gitu kita adain setiap minggu, jadi udah jadi acara yang selalu ditunggu-tunggu sama pendengar setia kita. Dengan cara itu, pendengar bisa ngerasa lebih dekat sama acara yang kita tayangkan.

6. **Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Kita punya strategi supaya pendengar jadi terbiasa dengerin program kita, salah satunya dengan rutin adakan program unggulan yang udah dikenal sama pendengar. Selain itu, kita juga sering buka sesi *live phone*, jadi pendengar bisa langsung ngobrol sama penyiar. Dengan cara-cara kayak gitu, pendengar jadi ngerasa dekat dan selalu nungguin program kita setiap harinya, dan akhirnya kebiasaan buat terus dengerin Radio Kota Batik pun terbentuk.

7. **Bagaimana bentuk strategi dalam pengontrolan arus pendengar yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

Pengontrolan arus pendengar itu dengan cara nyesuain waktu siaran sama jenis pendengarnya. Misalnya, untuk siaran hiburan kita pilih jam malam, karena banyak pendengar yang aktif di waktu itu. Sementara, untuk siaran berita, kita lebih sering tayang di siang hari, karena banyak pendengar yang butuh informasi di jam kerja. Dengan cara ini, kita bisa pastiin setiap program nyampe ke audiens yang tepat sesuai waktunya.

8. Bagaimana bentuk strategi dalam penyimpanan sumber-sumber program yang dilakukan di Radio Kota Batik?

Kita menyimpan sumber program dalam bentuk rekaman siaran, jadi setiap acara yang udah disiarin bisa dipantau lagi kalau diperlukan. Selain itu, kita juga rutin update berita lewat sosial media, supaya informasi yang kita tayangin bisa tetap *up-to-date* dan mudah diakses. Semua dokumentasi program kita simpan secara digital, jadi lebih gampang buat cek dan review program yang sudah pernah tayang.

9. Bagaimana bentuk strategi daya penarik massa yang dilakukan di Radio Kota Batik?

Untuk menarik pendengar itu kita sesuaikan banget sama minat lokal, contohnya dengan program dangdut yang memang disukai banyak orang di sini. Selain itu, kita juga sering adakan program off-air, kayak *Goes to School*, buat ngenalin radio ke generasi muda, terutama pelajar dari Gen Z dan Gen Alpha. Lewat acara-acara kayak gitu, kita berharap bisa menarik perhatian mereka dan makin banyak yang tertarik dengerin RKB.

10. Bagaimana cara Radio Kota Batik agar tetap bertahan pada era digitalisasi saat ini?

Untuk tetap bertahan di era digital sekarang, kami memanfaatkan konvergensi media, yaitu dengan aktif di platform sosial media seperti Facebook dan Instagram, serta menyediakan layanan streaming pada Website. Kita juga sering *update* berita-berita pendek lewat sosial media supaya tetap *update*, sementara bagi pendengar yang susah akses radio langsung, kita sediakan streaming di Facebook itu biar tetap bisa dengerin program RKB kapan saja dan di mana saja.

11. Apakah Radio Kota Batik sudah berkembang pada era digitalisasi saat ini?

Betul, Radio Kota Batik sudah berkembang dengan memanfaatkan media sosial dan layanan streaming untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama Gen Z yang lebih aktif di platform digital. Dengan cara ini, Radio Kota Batik bisa tetap terhubung dengan pendengar muda yang mungkin lebih suka dengerin radio lewat ponsel atau komputer, selain melalui siaran langsung di frekuensi radio.

Lampiran 3

Hasil Wawancara 3

Nama : Laela

Jabatan : Koordinator Penyiaran

Lokasi Wawancara : Radio Kota Batik

Waktu : 12 November 2023

Hasil Wawancara

1. **Bagaimana bentuk perencanaan program yang dilakukan di Radio Kota Batik sebelum melakukan siaran?**

   Sebelum siaran di RKB, kita tuh selalu nyiapin perencanaan program dengan matang. Pertama, kita nentuin tema atau topik yang sesuai sama waktu tayangnya, misalnya kalau pagi kita fokus ke berita atau informasi penting, terus kalau malam lebih ke hiburan yang santai dan menyenangkan. Kita juga pastiin kalau ada permintaan lagu dari pendengar, itu bisa segera diputar. Nah, biar tahu juga nih program yang paling favoritnya pendengar apa. Tapi biasanya program hiburan yang ada lagu dangdut atau campursari itu yang paling banyak peminatnya. Pendengar tuh suka banget dengerin lagu-lagu yang dekat dengan selera mereka, apalagi kalau bisa ikut request lagu juga.

2. **Bagaimana proses produksi dan pembelian program yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Proses produksi di RKB dimulai dengan ngerancang program dulu, supaya siaran kita bisa sesuai dengan waktu dan selera pendengar. Kita juga pakai media sosial kayak Facebook dan Instagram buat bantu promosi dan jangkau pendengar lebih luas, nggak cuma yang dengerin lewat radio, tapi juga yang nonton streaming. Kalau untuk pembelian program atau kerja sama, biasanya kita ikut arahan aja, yang sering sosialisasi dengan instansi lain. Jadi, kalau ada program spesial atau kolaborasi, kita biasanya akan jalani sesuai arahan dan komunikasi itu, supaya program yang tayang tetap relevan dan bermanfaat buat pendengar.

3. **Bagaimana bentuk eksekusi program yang dilakukan di Radio Kota Batik?**

   Eksekusi program itu lebih ke gimana caranya supaya pendengar merasa dekat dan akrab sama penyiar. Kami nggak bikin jarak antara penyiar dan pendengar, malah lebih menganggap

mereka itu teman. Jadi, meskipun cuma nyiar lewat udara, penyiar bayangin pendengar kayak ada di depan mereka, biar suasana lebih hangat. Dalam menyampaikan materi, kami nggak pake teknik yang ribet, lebih ke jadi diri sendiri aja, supaya pendengar ngerasa kita tuh sama, bukan cuma di radio, tapi di kehidupan sehari-hari juga. Program yang disiarkan bervariasi, mulai dari acara hiburan ringan kayak Bollywood, sampai program berita dan talk show yang lebih serius. Interaksi langsung sama pendengar, lewat telepon atau WhatsApp, juga jadi kunci, karena mereka merasa lebih dihargai dan ini bikin mereka makin setia dengerin siaran kita.

4. Bagaimana bentuk pengawasan dan evaluasi yang dilakukan di Radio Kota Batik?

Di Radio Kota Batik, pengawasan dan evaluasi dilakukan dengan cara yang cukup rutin dan menyeluruh. Tim siaran dan koordinator penyiaran selalu memantau setiap program yang tayang, baik itu secara langsung maupun rekaman. Kami juga memperhatikan feedback dari pendengar, baik lewat telepon, media sosial, atau pesan masuk, karena itu bisa jadi acuan untuk menilai sejauh mana program yang kami siarkan diterima dengan baik. Selain itu, kita juga sering melakukan evaluasi internal, untuk melihat apakah tema, isi, dan cara penyampaian program sudah sesuai dengan harapan pendengar. Dengan cara ini, kami bisa terus memperbaiki kualitas siaran dan memastikan bahwa program-program yang ditayangkan tetap relevan dan menarik bagi audiens.

5. Bagaimana Radio Kota Batik mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya media digital. Menurut ibu, bagaimana Radio Kota Batik tetap relevan?

Kita fokusnya gak cuma nyiarin berita atau informasi secara formal, tapi lebih ke jadi teman buat pendengar. Kami ngerti, pendengar itu lebih suka merasa didengar dan dipahami, kayak ngobrol sama teman dekat. Misalnya, kalau ada yang mengeluh atau butuh perhatian, kita langsung tindak lanjut supaya mereka merasa dihargai. Terus, untuk program hiburan, pendengar juga senang banget kalau lagu yang mereka minta bisa segera diputar. Jadi, kita berusaha tetap dekat sama pendengar, nggak cuma sebagai penyiar, tapi juga teman yang bisa mereka ajak ngobrol.

6. Bagaimana pola komunikasi antara penyiar dan pendengar selama siaran *on-air*?

Saya selalu menerapkan ke temen-temen penyiar tu buat nggak bikin jarak antara penyiar dan pendengar. Kami lebih nganggep pendengar itu teman, jadi posisinya setara. Selama siaran, saya selalu bayangin kalau pendengar itu ada di depan saya, meskipun kita cuma terhubung lewat udara. Dengan cara ini, suasana siaran jadi lebih akrab dan dekat, dan pendengar pun merasa lebih dihargai dan terlibat, seakan-akan ngobrol langsung sama penyiar, bukan cuma dengar dari radio.

7. Apakah ada memiliki teknik khusus dalam menyampaikan materi siaran kepada pendengar?

Sebenernya, nggak ada teknik khusus yang saya pakai dalam menyampaikan materi siaran. Saya lebih fokus ke keaslian diri aja, supaya pendengar bisa ngerasa kalau saya tuh sama di udara dan di kehidupan nyata. Jadi, saya berusaha tampil apa adanya, nggak dibuat-buat, biar ada kesan yang lebih autentik dan natural. Dengan begitu, pendengar bisa merasa lebih dekat, karena mereka tahu saya bukan cuma tampil sebagai penyiar, tapi juga orang yang sama seperti mereka, dengan gaya bicara dan kepribadian yang jujur.

8. Apa program yang paling favorit di kalangan pendengar?

Program yang paling favorit itu tergantung segmennya. Kalau saya lagi bawain acara Bollywood, pendengarnya lebih banyak anak-anak sama dewasa muda yang suka musik India. Tapi kalau untuk segmen berita, pendengarnya lebih beragam, dari berbagai kalangan, karena mereka butuh informasi yang terbaru. Jadi, setiap program punya peminatnya sendiri-sendiri, sesuai dengan minat dan kebutuhan pendengarnya.

9. Bagaimana cara menarik minat pendengar pasif agar lebih aktif berinteraksi?

Untuk menarik minat pendengar yang pasif, saya biasanya mencoba melempar opini atau pertanyaan terbuka di akhir penyampaian materi. Biasanya, pendengar yang pasif akan mulai tertarik untuk ikut berinteraksi kalau mereka merasa topiknya relevan dengan mereka. Misalnya, topik tentang kesehatan, ekonomi, atau bantuan sosial sering banget bikin mereka merasa perlu untuk kasih pendapat atau bertanya. Jadi, kami coba bawa topik-topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka, supaya mereka merasa lebih terlibat dan mau berpartisipasi.

10. Radio Kota Batik sudah berdiri cukup lama sejak tahun 1974. Bagaimana anda melihat perkembangan Radio Kota Batik di era digital ini?

Menurut saya, Radio Kota Batik tetap berkembang dan bisa beradaptasi dengan baik di era digital ini. Meskipun dulu kita lebih fokus di segmen hiburan, sekarang kami lebih banyak menyajikan berita dan program-program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, seperti informasi terkini dan acara yang lebih edukatif. Seiring waktu, kami juga mulai memperkuat interaksi dengan pendengar lewat media sosial, seperti Instagram dan YouTube, biar bisa lebih dekat dan lebih mudah diakses oleh audiens, terutama generasi muda yang lebih aktif di dunia digital.

11. Apa yang membuat Radio Kota Batik unik dibandingkan dengan radio lain?

Yang bikin Radio Kota Batik unik itu adalah eksistensinya yang sudah sangat kuat di Pekalongan. Meskipun segmen dan zaman terus berubah, Radio Kota Batik tetap jadi pilihan utama masyarakat sini. Kami sudah berdiri selama 49 tahun, dan itu jelas nunjukin kalau Radio Kota Batik sudah jadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Pekalongan. Selain itu, Radio Kota Batik juga punya pendekatan yang sangat fokus ke budaya lokal, serta selalu menjaga kedekatan dengan pendengar. Radio Kota Batik bukan cuma sekadar media, tapi juga jadi ruang bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri dan mempertahankan nilai-nilai budaya Pekalongan dalam setiap siarannya.

Lampiran 4

Hasil Wawancara 4

Nama : Fitria

Jabatan : Penyiar Junior

Lokasi Wawancara : Radio Kota Batik

Waktu : 12 November 2023

Hasil Wawancara

1. Sebagai penyiar, apa saja yang perlu lakukan agar bisa dekat dengan pendengar?

Sebagai penyiar, yang penting itu kita harus tahu apa yang disukai pendengar. Misalnya, kalau kita bahas topik-topik yang dekat dengan mereka, kayak cuaca atau nostalgia masa muda, biasanya pendengar langsung kasih feedback. Selain itu, kita juga harus jaga kedekatan emosional, dengan cara menyesuaikan gaya bicara biar bisa diterima oleh semua kalangan. Jadi, yang utama itu adalah interaksi, karena dengan ngobrol langsung dan merespons pendengar, kita bisa makin dekat dan nyambung sama mereka.

2. Apakah ada teknik khusus supaya mudah diterima pendengar?

Biasanya pakai bahasa yang gampang dimengerti oleh semua orang, biar pendengar dari berbagai kalangan bisa nyambung. Meskipun kadang ada teks atau informasi yang formal, saya tetap usahakan untuk menyampaikannya dengan cara yang santai dan lebih dekat dengan masyarakat, supaya nggak terkesan kaku. Jadi, meskipun bahasannya serius, kita tetap bikin suasana siaran jadi ringan dan asyik, supaya pendengar lebih nyaman dan mudah menerima informasi yang disampaikan.

3. Bagaimana cara menarik pendengar pasif supaya jadi aktif dan ikut berinteraksi?

Salah satu cara supaya pendengar yang pasif bisa jadi lebih aktif itu dengan mengangkat topik-topik yang dekat dan relate sama mereka. Contohnya, kayak nostalgia harga barang zaman dulu, yang biasanya bikin mereka ingat masa lalu dan tertarik buat berbagi cerita. Misalnya, kita tanya, “Zaman dulu, 10.000 itu dapet apa aja, sih?” Nah, dari situ mereka mulai penasaran dan mau ikut ngobrol, jadi mereka merasa terlibat dan akhirnya berinteraksi langsung dengan kita. Ini cara yang simpel, tapi efektif buat ngajak pendengar lebih aktif.

4. Apa yang membuat Radio Kota Batik berbeda dari radio lainnya?

Yang bikin Radio Kota Batik beda dari radio lain itu karena suasananya yang sangat akrab dan orang-orangnya yang unik. Di sini, kita semua merasa seperti satu keluarga, jadi pendengar juga ngerasain kedekatan itu. Selain itu, karena Radio Kota Batik didukung oleh APBD, kita nggak terlalu bergantung sama iklan seperti radio-radio swasta. Hal ini bikin kami bisa fokus lebih ke program-program yang bermanfaat buat masyarakat tanpa tekanan dari sponsor atau iklan.

5. Apa saja yang dilakukan RKB untuk menarik audiens dan pendengar pasif saat *on-air*?

Pendengar pasif memang jadi tantangan tersendiri, jadi saya berusaha banget buat bikin suasana siaran lebih hidup dan seru, supaya mereka yang nggak langsung ikut berinteraksi juga merasa terlibat. Selain siaran *on-air*, kami juga aktif berinteraksi lewat *live* Instagram dan Facebook, biar bisa ngobrol langsung sama pendengar yang mungkin nggak bisa dengerin lewat radio. Komentar-komentar *live* di media sosial itu juga membantu kita buat jangkau lebih banyak audiens, karena mereka bisa ikut ngobrol atau kasih pendapat secara langsung. Dengan cara ini, kami nggak cuma memperluas interaksi, tapi juga menjaga supaya audiens tetap setia dan terus dengerin program-program kami.

6. Bagaimana pola komunikasi antara penyiar dan pendengar saat *on-air*? Apakah mempengaruhi kesetiaan audiens?

Sebagai penyiar, saya percaya bahwa komunikasi yang santai dan hangat sangat penting untuk membangun hubungan dengan pendengar. Ketika saya menyapa pendengar secara langsung dan berbicara dengan nada yang ramah, mereka merasa lebih dekat dan terlibat, seolah-olah kita sedang berbincang dengan teman. Hal ini membuat mereka merasa dihargai dan lebih setia kepada program yang saya bawakan. Saya juga suka berbagi cerita pribadi atau pengalaman yang relevan, karena itu bisa membuat suasana semakin akrab. Dengan cara ini, pendengar tidak hanya mendengarkan, tetapi juga merasa menjadi bagian dari komunitas. Jadi, komunikasi yang baik tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membantu menjaga loyalitas pendengar dalam jangka panjang.

7. Siapa saja target dari segmen radio yang disajikan Radio Kota Batik?

Sebagai penyiar di Radio Kota Batik, saya sadar bahwa pendengarnya datang dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari kelas menengah hingga kelas atas, serta dari berbagai usia. Untuk itu, kami merancang program siaran yang beragam, mulai dari berita terkini, dialog pendidikan, sampai hiburan agar bisa diterima oleh semua kalangan. Contohnya, program Halo Kota Batik yang dibuat untuk memberikan informasi berguna bagi pendengar. Setiap hari, kami melakukan wawancara dengan narasumber dari berbagai bidang untuk memberikan informasi berharga dan membuat interaksi lebih dekat antara pendengar dan penyiar. Kami juga sering menganalisis data pendengar untuk memahami preferensi mereka dan menyesuaikan konten siaran sehingga lebih relevan dan menarik bagi semua kelompok sosial. Melalui upaya ini, Radio Kota Batik ingin menjadi pilihan utama bagi pendengar dari berbagai latar belakang, memberikan informasi dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

8. Apakah adanya interaksi aktif dari pendengar, seperti melalui telepon atau WhatsApp, mempengaruhi kesetiaan mereka?

Interaksi aktif dari pendengar, seperti lewat telepon atau WhatsApp, jelas sangat berpengaruh buat kesetiaan mereka. Ketika kami memberi kesempatan buat pendengar buat ngobrol langsung, mereka merasa lebih dihargai karena pendapat atau pertanyaan mereka bisa langsung didengerin. Ini bikin ikatan antara penyiar dan pendengar jadi lebih kuat, dan mereka merasa lebih terhubung dengan siaran yang kita bawain. Jadi, nggak cuma sebagai pendengar, tapi mereka juga jadi bagian dari siaran itu.

9. Upaya yang dilakukan penyiar untuk dekat dengan pendengar?

Beberapa penyiar di Radio Kota Batik biasanya aktif banget di media sosial, nggak cuma lewat siaran radio, tapi juga dengan menyapa pendengar langsung lewat live di Instagram atau Facebook. Kami juga berusaha membangun hubungan lebih dekat dengan audiens lewat fanbase, supaya mereka merasa lebih dihargai dan terhubung dengan kami. Pendekatan seperti ini bikin kedekatan dengan pendengar tetap terjaga, nggak hanya di udara, tapi juga di dunia maya.

10. Apa yang membuat Radio Kota Batik unik dibandingkan dengan radio lain?

Yang bikin Radio Kota Batik unik itu karena suasananya yang hangat dan dekat banget sama pendengarnya. Kami di sini tuh bukan cuma sekadar penyiar, tapi lebih kayak teman yang bisa diajak ngobrol. Selain itu, Radio Kota Batik juga udah berdiri lama, jadi udah jadi bagian dari kehidupan masyarakat Pekalongan. Kami nggak cuma fokus pada iklan kayak radio swasta, karena Radio Kota Batik didukung oleh APBD, jadi lebih leluasa dalam menyajikan program yang bermanfaat buat masyarakat. Semua itu bikin Radio Kota Batik berbeda dan tetap jadi pilihan utama bagi pendengar di Pekalongan.

Lampiran 5

Hasil Wawancara 5

Pendengar 1

Nama : Khalimatus Syadiah

Usia : 21 Tahun

Alamat : Kelurahan Panjang Baru Pekalongan Utara

Waktu : 5 Januari 2024

Hasil Wawancara

1. **Apa yang membuat anda tertarik dengan Radio Kota Batik?**

   Yang buat saya tertarik sama Radio Kota Batik itu karena mereka bisa bertahan di tengah zaman yang serba digital ini. Radio Kota Batik punya kelebihan sendiri, soalnya setahu saya radio ini didukung oleh pemerintah kota, jadi bisa tetap berjalan lancar meski banyak media baru. Selain itu, mereka sering mengundang anak muda buat siaran bareng, juga tokoh-tokoh publik dan instansi penting, jadi suasananya seru banget. Saya sendiri pernah diajak siaran bareng, ngobrol tentang tema komunitas, dan itu pengalaman yang menyenangkan banget. Jadi, siaran di Radio Kota Batik tuh nggak cuma buat dengerin, tapi juga seru untuk ikut terlibat langsung.

2. **Berapa jam sehari mendengarkan Radio Kota Batik?**

   Sebetulnya gak nentu ya karena saya jarang banget dengerin radio.

3. **Program apa yang sering di dengar?**

   Kalau program radio paling saat sesi lagu diputar gitu ya, apalagi yang diputar itu lagu yang lagi viral itu menurut saya bisa menjadi umpan bagi pendengar.

4. **Bagaimana pendapat anda mengenai program-program yang disiarkan Radio Kota Batik?**

   Radio Kota Batik punya program-program yang betul-betul menurut saya harus diapresiasi, karena di Kota Pekalongan ini sebenarnya banyak banget tuh radio-radio lokal,

tapi mereka terlihat tidak mengikuti perkembangan zaman gitu loh, sedangkan di Radio Kota Batik program siarannya bermutu banget dan pastinya interaktif.

5. Apa yang menjadi keunggulan radio Kota Batik di mata pendengar dibanding radio lain?

Yang bikin Radio Kota Batik ini unggul karena programnya itu tadi sih. Contohnya saya dan rekan organisasi saya yang dulu pun menganggap radio itu media yang tertinggal, tapi setelah saya diundang untuk *sharing* tentang komunitas kampus disini itu "Waw ternyata di zaman sekarang masih ada radio sekeren ini." Nah disini kan jadinya kawula muda yang awalnya gak tau kalau ternyata masih ada radio yang berusaha terus eksis dan masih ada loh ini radio keren dan *update* itu jadi tahu kalau ternyata masih ada.

6. Apa kekurangan Radio Kota Batik menurut anda?

Maaf banget ya tim Radio Kota Batik, mungkin saya mau mengkritik dari segi bangunannya aja karena kalau kinerjanya udah top markotop banget cuma sepertinya perlu memaksimalkan kenyamanan ruangan aja sih.

7. Pernahkan memberikan saran dan masukan terhadap program Radio Kota Batik?

Untuk secara langsung kemarin belum pernah, tapi jawaban sebelumnya saya lontarkan jadi bisa dibilang sudah memberi saran dan masukan ya.

8. Jika berbicara mengenai Radio Kota Batik, apa yang terlintas dalam pikiran anda?

Radio keren!

9. Apakah anda mengetahui slogan Radio Kota Batik?

Tahu dong, kalau gak salah dulu orang tua saya sering dengerin radio itu slogannya "*News, Interaktif, Solutif*"

10. Apakah ada saran untuk Radio Kota Batik kedepannya?

Saya yakin Radio Kota Batik itu akan terus punya dan cari cara agar terus berkembang di era-era kedepannya. Kalau soal saran mungkin harapan saya Radio Kota Batik ini terus bisa

menjadi wadah aspirasi, sharing, dan mungkin keluhan dari masyarakat Kota Pekalongan dalam berbagai kalangan. Saya lihat juga selain kami para mahasiswa, tim Radio Kota Batik juga sudah mulai ngajakin anak-anak SMA buat sharing dan itu menurut saya keren banget.

Lampiran 6

Hasil Wawancara 6

Pendengar 2

Nama : Dhinie Afrilia Ryhilda

Usia : 23 Tahun

Alamat : Kelurahan Medono Pekalongan Timur

Waktu : 19 Januari 2024

Hasil Wawancara

1. **Apa yang membuat anda tertarik dengan Radio Kota Batik?**

   Aku tertarik sama cara Radio Kota Batik dalam merangkul komunitas dan anak muda karena gak semua elemen penting di Kota Pekalongan melakukan hal tersebut. Radio Kota Batik juga keliatan banget sangat *aware* sama kondisi yang masih terjadi di Pekalongan. Buat aku selaku masyarakat asli Pekalongan dan penggiat seni disini sangat terbantu oleh radio Kota Batik dalam segi penginformasian, kemudian kami Bumi Wastra juga pernah diundang untuk siaran bareng dan ternyata itu seru banget. Aku yakin ini radio GONG banget.

2. **Berapa jam sehari mendengarkan Radio Kota Batik?**

   Aku termasuk pendengar pasif ya, karena paling dengerin radio tuh kalau di mobil aja. Tapi aku suka dengerin radio karena aku juga pengen radio itu terus hidup dan berkembang kayak media lain. Nah karena untuk durasi nyetir di Pekalongan ini singkat, mungkin sekitar satu jam-an aja sih dengernya.

3. **Program apa yang sering di dengar?**

   Kalau di Radio Kota Batik itu aku sering dengerinnya Halo Kota Batik karena disitu kita bisa tau informasi terbaru dari Pekalongan, mungkin juga seputar Jawa Tengah, nasional, bahkan berita internasional juga setahuku disajikan juga ya disana. Terus gak *boring* karena ada selingan pemutaran lagu juga.

4. **Bagaimana pendapat anda mengenai program-program yang disiarkan Radio Kota Batik?**

Mungkin kita harus mengapresiasi pembuat list program di Radio Kota Batik ya karena Halo Kota Batik kan bisa dibilang *news* tapi seru gitu menurutku. Untuk program lain juga gak kalah seru pastinya karena aku sempat siaran bareng di segmen Rehat Malam itu topik bahasannya bener-bener seru. Dan aku yakin pasti di program sajian Radio Kota Batik yang mengundang narasumber lain itu pasti membahas hal seru dan berbobot dan penting.

5. Apa yang menjadi keunggulan radio Kota Batik di mata pendengar dibanding radio lain?

Dari kacamataku mereka itu punya kedekatan yang lebih dengan audiens. Siarannya nggak cuma formal, tapi lebih terasa personal, kayak ngobrol sama teman. Selain itu, kan sering banget melibatkan narasumber dan pendengar secara langsung, baik lewat siaran bareng anak muda, undangan tokoh publik, atau program-program yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Pekalongan. Aku juga seneng banget sih ketika tau ternyata Radio Kota Batik ini *full support* pemkot juga jadi bisa lebih leluasa dalam menyajikan program yang bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan lokal. Semua itu bikin radio ini terasa lebih dekat dan istimewa dibandingkan radio lain.

6. Apa kekurangan Radio Kota Batik menurut anda?

Wah kayaknya gak ada.

7. Pernahkan memberikan saran dan masukan terhadap program Radio Kota Batik?

Kalau langsung ke orang Radio Kota Batiknya belum pernah sih cuma paling gerutuan aja gitu, mbatin.

8. Jika berbicara mengenai Radio Kota Batik, apa yang terlintas dalam pikiran anda?

Best radio in this town sumpah keren banget selama ini aku tahunya radio yang masih eksis dan punya bobot itu di kota-kota besar aja, tapi ternyata kotaku punya itu.

9. Apakah anda mengetahui slogan Radio Kota Batik?

Aduh gak tahu lagi.

10. Apakah ada saran untuk Radio Kota Batik kedepannya?

Semoga Radio Kota Batik tetep pertahanin kedekatannya sama pendengar, apalagi sama komunitas-komunitas lokal dan anak muda. Program-program kayak Halo Kota Batik yang ngangkat berita lokal tuh penting banget buat masyarakat biar selalu update. Bisa juga lebih sering bikin acara atau program yang ngajak pendengar aktif, biar interaksi tetep terjaga. Karena banyak pendengar yang dengerin radio pas perjalanan singkat, mungkin bisa coba buat segmen yang lebih ringan dan informatif, misalnya berita singkat atau cerita lokal yang menarik, supaya lebih pas buat didengerin dalam waktu sebentar. Yang pasti, tetep konsisten dengan program yang variatif dan jangan lupa deketin pendengar, karena itu yang bikin Radio Kota Batik beda dan makin dicintai masyarakat Pekalongan.