

**STRATEGI DAN PRAKTIK KONVERGENSI MEDIA PADA SEGMENT
MAKARENA DALAM PROGRAM SORE BARA HARYSA SEBAGAI UPAYA
SURVIVAL RADIO DELTA FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI
PENYIARAN**

Laksmi Rachmaria¹, Yunita Rafika Dewi²

¹*laksmi.ozil@gmail.com*

²*yoenitard@gmail.com*

Universitas Budi Luhur Jakarta

Abstract

Limitations possessed by conventional media in serving the needs of media users such as radio, newspapers, magazines or television to adapt to the advancement of communication technology, if there is no concern from competition in the media industry. This study aims to determine the process of media convergence conducted by producer Sore Bara Harsya on the segment in the segment of Makarena. This study uses a qualitative approach and the Concept of Media Convergence Shierly Biagy. The subject of this research is the program of Bara Harsya Event Producer on Radio 99.1 Delta FM Jakarta. Data collection was obtained using non-participants and interviews with program producer Bore Harsya Sore to support interview data with Program Director and Digital Radio Content 99.1 Delta FM Jakarta. Other data about library creation, documentation, and internet. The results showed that in conducting the convergence process on the content of Makarena, the manufacturer has performed four stages which became the basis of consistent convergent media formation. Where the producers have done the stages (chain) applied in the form of maintenance or how to manage, the broadcast network is applied in the form of segmentation of Delta FM radio listener audience, then the conglomerate (conglomerate) used as a form of profit program for the company, and vertical integration (vertical integration) is applied in the form of combining conventional media (radio) with digital media (youtube) as a form of target market openness. Amongst these stages, in managing content, Makarena Producer is more dominant than conglomerate and vertical as it can support its show program.

Keywords: *Radio, Content Program, Convergence Media*

ABSTRAK

Keterbatasan yang dimiliki oleh media konvensional dalam melayani kebutuhan pengguna memaksa media konvensional seperti radio, surat kabar, majalah ataupun televisi untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi komunikasi, jika tidak ingin tergilas dari ketatnya persaingan di industri media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses konvergensi media yang dilakukan produser Sore Bara Harsya pada Segmen pada segmen Makarena. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan Konsep Konvergensi Media Shierly Biagy. Subjek penelitian ini adalah

Produser program acara Sore Bara Harsya di Radio 99.1 Delta FM Jakarta. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi non partisipan dan wawancara mendalam terhadap Produser program Sore Bara Harsya disertai data pendukung wawancara dengan Program *Director* dan *Digital Content* Radio 99.1 Delta FM Jakarta. Data lain diperoleh melalui studi kepustakaan, dokumentasi, dan internet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan proses konvergensi pada konten Makarena, produser sudah melakukan empat tahapan yang menjadi landasan terbentuknya media konvergensi dengan konsisten. Dimana produser sudah menjalankan tahapan rangkaian (*chains*) yang diterapkan dalam bentuk *treatment* atau cara mengelola, lalu jaringan siaran (*broadcast networks*) yang diterapkan dalam bentuk segmentasi khalayak pendengar radio Delta FM, kemudian konglomerasi (*conglomerate*) yang diterapkan sebagai bentuk keuntungan program untuk perusahaan, dan yang terakhir vertikal integrasi (*vertical integration*) yang diterapkan dalam bentuk penggabungan media konvensional (radio) dengan media digital (youtube) sebagai bentuk perluasan target market. Diantara keempat tahapan tersebut, dalam mengelola konten Makarena produser lebih dominan kepada tahapan konglomerasi dan vertikal integrasi karena dapat menguntungkan program acaranya

Kata kunci: *Radio, Konten, Konvergensi Media*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang demikian pesat memberikan pengaruh yang besar bagi perkembangan industri media, khususnya media konvensional seperti radio, surat kabar, majalah, dan televisi. Media konvensional dituntut untuk sigap menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi dari media baru. *Digitality, interactivity, hypertextuality*, dan *virtuality* merupakan unsur-unsur yang tidak dimiliki oleh media konvensional.

Dalam konsep *digitality* semua proses media digital diubah (disimpan) ke dalam bilangan, sehingga luaran (*output*) nya dalam bentuk sumber online, *digitaldisc*, atau *memorydrives*, yang akan diubah dan diterima layar monitor dalam bentuk 'hard copy'. *Interactivity* merujuk kepada kemampuan teks pada media baru untuk melakukan "write back into the text" kepada usersnya, dalam hal ini khalayak tidak dapat memberikan *feedback* dalam bentuk *text* komentar setelah menerima sebuah informasi. Sementara *dispersal* adalah saat proses produksi dan distribusi media menjadi *decentralized* serta mengandalkan keaktifan individu.

Radio sebagai media konvensional tidak dapat memenuhi unsur-unsur yang dimiliki oleh media baru. Misalnya, out put atau informasi yang disampaikan media radio tidak diterima dalam layar monitor (*digitality*), radiopun tidak memiliki mekanisme *feedback* ketika programnya disiarkan, kecuali ada medium SMS dan Telepon.

Di sisi lain Internet mampu memenuhi kebutuhan khalayak dalam berbagai hal, seperti kemampuan melakukan aksesibilitas yang lebih bebas dan tanpa batas dari media tradisional. Fenomena internet dan upaya mengembangkan teknologi tersebut dengan cara memanfaatkan secara optional internet pun menjadi bagian dari grup Masima Radio Network yang menaungi beberapa radio salah satunya radio Delta FM Jakarta. Radio 99.1 Delta FM Jakarta ini sudah memiliki audio streaming didalam webnya yaitu www.deltafm.net.

Delta FM merupakan radio yang menduduki peringkat ke-empat urutan radio di Jakarta pada tahun 2015 akhir. Salah satunya, Program “Sore Bara Harsya” yang merupakan program Afternoon Drive Show unggulan dari Delta FM. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan produser Delta FM Ibu Ian Fathanah Laoh, program “Sore Bara Harsya” merupakan program radio yang telah hadir sejak tahun 2013 hingga saat ini mengusung konsep Music, and Entertain yang di siarkan setiap Senin - Jumat pukul 16.00-20.00 WIB. Tidak hanya hadir di kota Jakarta, namun Delta FM telah tersebar di tujuh kota besar lain nya seperti Bandung, Makassar, Manado, Medan, Surabaya, Semarang, dan Yogyakarta. Radio ini dikembangkan sebagai radio yang membidik segmentasi pendengar dewasa dengan rentang usia 30-39 tahun. Rentetan segmen dalam program ini sangat beragam, mulai dari Senin Peduli yang disiarkan setiap hari Senin pukul 18.00 WIB, Ternyata Oh Ternyata yang disiarkan setiap hari Senin-Jum’at pukul 19.00-20.00 WIB, Tebak Akhir Cerita yang disiarkan setiap hari Kamis pukul 18.00-19.00 WIB, Indonesia Seru yang tayang setiap hari Jum’at pukul 16.00-17.00 WIB, Makarena (Makanan Rabu Enak) yang tayang setiap hari Rabu pukul 16.00-17.00 WIB, sampai sub konten Delta Flash & Info Traffic.

Di antara beberapa segmen tersebut, salah satunya adalah segmen Makarena (Makanan Rabu Enak). Makarena adalah segmen dengan menyiarkan acara masak dari program Sore Bara Harsya di radio Delta FM yang tayang setiap hari Rabu jam 16.00–17.00 WIB. Dimana biasanya program masak ada di televisi dengan tampilan audio dan visual, namun program Sore Bara Harsya mampu menghadirkan segmen Makarena untuk

menarik perhatian pendengar dengan membuat resep-resep masakan tradisional – modern, manis – gurih, baik makanan ataupun minuman yang dibuat langsung oleh Chef ternama Bara Patiradjawane yang merupakan salah satu penyiar program, “Sore Bara Harsya”. Terhitung sejak bulan Oktober 2013 sampai saat ini segmen Makarena mampu bertahan dan menjadi satu-satunya program masak yang ada di radio.

Delta FM sebagai perusahaan media radio tak ingin melepas pendengarnya begitu saja hanya dengan menyiarkan program-program nya melalui frekuensi radio. Untuk mengantisipasi radio Delta FM memberanikan diri untuk mengintegrasikan program Sore Bara Harsya khususnya pada segmen Makarena untuk menarik perhatian pendengarnya dengan memanfaatkan internet melalui *website* dan media *streamingyoutube.com* dengan menampilkan kembali resep-resep masakan atau minuman yang sudah disiarkan.

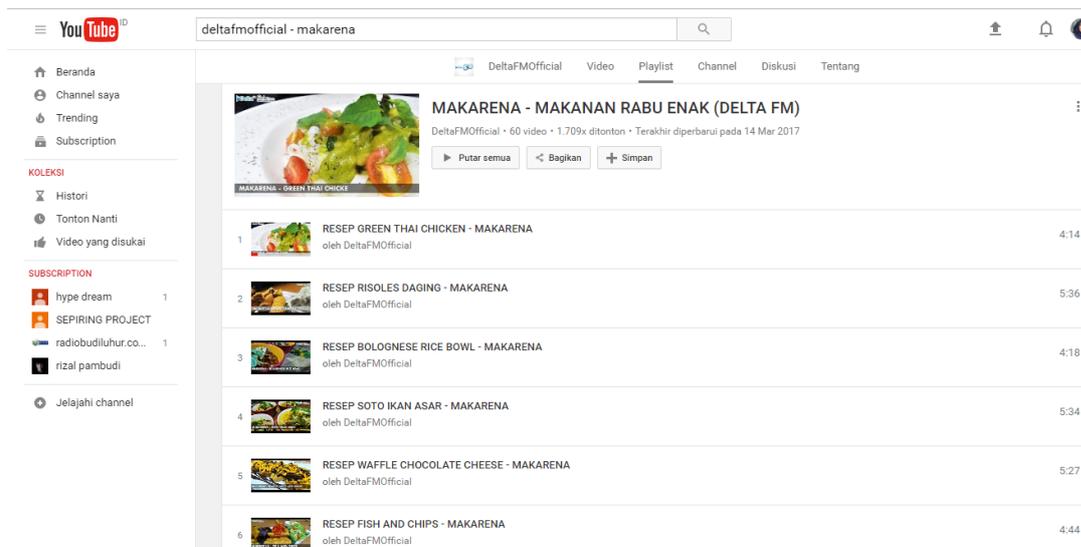
Tabel 1.1
DATA PENDENGAR RADIO DELTA FM

Program	Time	Survey #3 2016	Survey #2 2016	Survey #1 2016	Survey #4 2015	Survey #5 2015
Asri Steny In The Morning	6 AM-10 AM	371	262	260	231	253
Zona Relax	10 AM-4 PM	419	349	307	348	267
Sore Bara Harsya	4 PM-8 PM	334	302	255	260	219
Cerita Lagu Cinta	8 PM- 12 PM	241	243	221	209	182
Zona Nyaman	10 AM- 10PM	426	376	296	339	351

Sumber: Arsip Dokumen Program Director Delta FM

Dilihat dari berkembangnya jumlah pendengar program Sore Bara Harsya pada tabel di atas, bahwa penikmat program tersebut selalu meningkat. Hal inilah yang

menjadi alasan peneliti melakukan penelitian pada radio Delta FM terutama program Sore Bara pada segmen Makarena yang di dalamnya terdapat konten siaran radio dengan konsep memasak berupa *audio* dan video yang terintegrasi (*hyperlinked*) dengan media *streaming Youtube.com*. Namun kriteria video di dalamnya terdapat komponen yang diedit oleh *digital content* dengan materi yang sudah tayang di radio sebelumnya (Konvensional) dikemas dan diunggah menjadi siaran (Digital).



Gambar 1.1 Screenshot Channel DeltaFMOfficial Segmen MAKARENA Pada Media Streaming Youtube.com

Disini peran produser sangat diperhitungkan, karena selain kecermatan dalam melihat keadaan target audien produser juga harus mampu menyusun sebuah ide-ide baru setiap segmen yang sesuai dengan segmentasi usia yang sudah ditentukan agar materi yang tersampaikan dapat diterima dengan baik dan dapat menciptakan *theater of mind* para pendengar.

Keberhasilan program siaran tidak hanya bergantung pada siapa yang menjadi penyiarinya, namun keberhasilan program siaran bergantung pada materi dan cara penyampaiannya yang sesuai dan mampu diterima oleh khalayak luas sesuai dengan target segmentasi yang sudah di tentukan, karena konvergensi media yang produser lakukan dalam mengelola konten Makarena program acara Sore Bara Harsya sangat diperhitungkan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis membuat rumusan masalah Bagaimana strategi dan praktik konvergensi yang dilakukan Radio Delta FM pada Segmen Makarena di Program Sore Bara Harsya Delta FM?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas (Bungin, 2006: 71).

Komunikasi massa menurut Bittner dalam buku Sosiologi Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Sumadiria, 2014: 19).

Media Massa

Media massa adalah “alat dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti, surat kabar, film, radio, dan televisi” (Cangara, 2006: 122).

Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/ penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet (Suryawati, 2011: 37).

Radio

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui gelombang radio di udara (Astuti, 2013: 5).

Radio adalah media komunikasi yang bersifat auditif (dengar). Penyajian beritanya mengandalkan sistem gelombang elektronik. Kecepatannya merupakan ciri utama dari media elektronik berbentuk radio. Penyebaran informasi dan berita melalui radio dapat berlangsung cepat dan lebih luas (Suryawati, 2011: 43).

Konvergensi Media

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media *online*, *e-paper*, *e-books*, radio *streaming*, media sosial, yang digabungkan dengan media lainnya.

Teori Konvergensi Media Henry Jenkins

Konvergensi pada umumnya berarti persimpangan antara media lama dan baru.

“By convergence, the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences” (Jenkins, 2008: 2).

Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Konvergensi media terjadi dengan melihat bagaimana individu berinteraksi dengan oranglain pada tingkat sosial dan menggunakan berbagai platform media untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk-bentuk baru media dan konten yang menggabungkan kita secara sosial, dan tidak hanya kepada konsumen lain, tetapi untuk para produsen perusahaan media.

Teori konvergensi yang diteliti oleh Henry Jenkins dalam bukunya yang berjudul *“Convergence Culture: Where Old And New Media Collide”* pada tahun 2008, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Konvergensi media ini menyatukan 3C yaitu *computing* (memasukkan data melalui komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi konten).

Konsep Konvergensi Media Shirley Biagi

Media konvergensi berimplikasi bahwa media massa bisa dijadikan sebagai pusat keuntungan bisnis. Dimana terdapat empat bagian bentuk, diantaranya *chains*, *broadcast networks*, *conglomerate* dan *vertical integration* (Biagi, 2012: 12).

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, metode yang peneliti

gunakan adalah Metode Analisis Deskriptif. Metode ini dipilih karena pada penelitian ini peneliti berfokus mengenai penjelasan konvergensi media yang produser lakukan dalam mengelola konten Makarena pada Program Sore Bara Harsya di Radio Delta FM. Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif mampu menjabarkan dan memaparkan secara jelas mengenai gambaran yang dilakukan oleh produser dalam mengelola sebuah segmen pada program siaran.

Subek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang diteliti yang mengetahui kehadiran periset. *key informan* dalam penelitian ini, peneliti memilih Produser pada program Sore Bara Harsya di 99.1 Delta FM Jakarta untuk mendapatkan penjelasan dan gambaran pada penelitian yang akan peneliti lakukan pada sebuah sistem konvergensi media yang produser lakukan dalam mengelola konten Makarena pada program Sore Bara Harsya di radio 99.1 Delta FM Jakarta. Sedangkan *Informan* dalam penelitian ini yang dipercaya dapat melengkapi sumber informasi untuk peneliti adalah *Program Director* dan *Digital Content* di radio 99.1 Delta FM Jakarta.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu radio 99.1 Delta FM Jakarta khususnya pada konten Makarena program Sore Bara Harsya yang mengudara setiap hari Rabu pukul 16.00–17.00 WIB. Dengan alasan untuk mengetahui konvergensi media yang produser lakukan dalam mengelola konten Makarena di tengah banyaknya radio swasta yang bermunculan dengan berbagai jenis program saat ini.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk menciptakan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti harus melakukan teknik pengumpulan data yang relevan, akurat dan terandalkan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data akan menggunakan beberapa cara yakni sebagai berikut:

1. Data Primer

“Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2006:137).

Data primer didapat oleh peneliti dengan cara wawancara mendalam dan observasi non-partisipan.

2. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari karya ilmiah, dokumen Delta FM, maupun Studi Kepustakaan.

Teknik Analisis Data

Strategi analisis data kualitatif, umumnya tidak digunakan sebagai alat mencari data dalam arti frekuensi akan tetapi digunakan untuk menganalisis proses sosial yang berlangsung dan makna dari fakta-fakta yang tampak dipermukaan itu. Dengan demikian, maka analisis kualitatif digunakan untuk memahami sebuah proses dan fakta dan bukan sekedar untuk menjelaskan fakta tersebut (Bungin, 2007: 144).

Validitas Data

Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu” (Komariah, 2013: 170).

1. Triangulasi Sumber

Cara meningkatkan kepercayaan penelitian adalah dengan mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain. Peneliti melakukan eksplorasi untuk mengecek kebenaran data dari beragam sumber (Komariah, 2013: 170).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengaitkan konvergensi media dengan penelitian ini dikarenakan media radio (konvensional) saat ini sudah mulai terintegrasi dengan media digital. Materi yang dikelola dalam media radio tentunya berbeda dengan media digital. Media radio menggunakan audio dalam menampilkan isi konten, sedangkan media digital membutuhkan audio, teks, gambar, dan video. Proses kerja sama antara Produser dengan *Digital Content* juga hanya sebatas penginformasian mengenai kapan diadakannya shooting Makarena, dan menu apa yang akan dibuat.

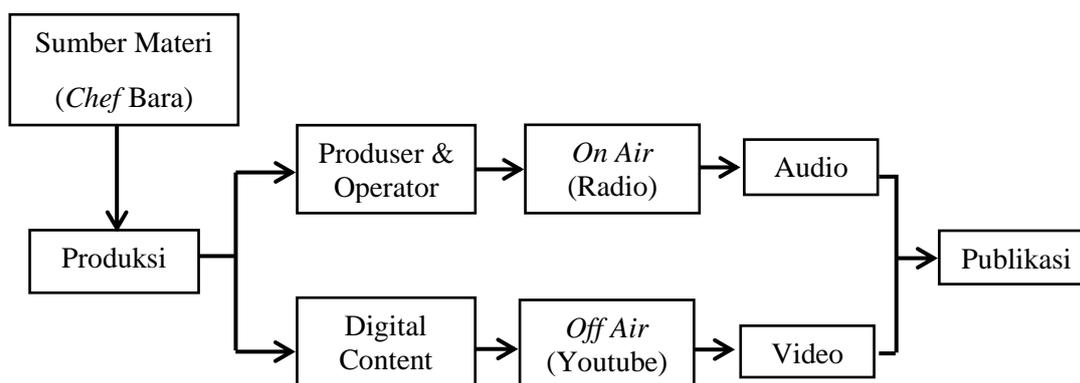
“Dengan Salman sih kerjasamanya saya hanya minta atau menginformasikan biasanya minimal sehari sebelumnya bahwa besok itu akan dilakukan shooting Makarena. Karena memang sudah rutin dilakukan setiap hari Rabu jadi biasanya tanpa pemberitahuan tim digital sudah siap gitu. Kalau soal kerjasamanya om Bara itu ada asisten masak ya, jadi dia datang untuk mempersiapkan bumbu-bumbu, setelah itu sudah langsung difoto oleh Salman, lalu saya menginformasi ke Salman bahwa kita sebentar lagi akan mulai melakukan proses shooting. Semetara begitu selesai, proses editing dilakukan tersendiri oleh Salman saya pure hanya mengurus untuk on air nya saja.” (Ian, Kamis 6 April 2017).

Begitu pula yang dijelaskan oleh *Digital Content* Delta FM:

“Biasanya sih H-1 atau H-2 udah ngasih tau jadwalnya untuk shooting Makarena terus nantinya untuk judul makanannya biasanya itu keluarinya di H+3 atau H+4 setelah shooting. Dan pada saat proses pembuatan video Makarena sendiri emang jalan gitu aja. Jadi kayak pengambilan data semua dulu aja untuk videonya, foto segala macam nanti pas proses editing tinggal sortir aja video atau fotonya.” (Salman, Selasa 11 April 2017).

Produser pun tidak me-review kembali bagaimana hasil dari *editing* konten Makarena untuk tayang di Youtube, Produser memberikan kepercayaan seutuhnya kepada *Digital Content* untuk langsung meng-*upload* video Makarena.

Untuk lebih jelasnya, berikut peneliti menggambarkan bentuk alur pengiriman materi konten Makarena hingga sampai tersiarkan di radio dan terpublikasi di media youtube milik Delta FM dalam bentuk bagan sesuai dengan yang sudah dijelaskan oleh program *director*.



Gambar 4.9 Alur Pengiriman Materi Makarena

Peneliti dapat menarik kesimpulan dari penjelasan diatas bahwa proses kerja sama antara produser dan digital *content* sangat berbeda. Dimana produser dibantu oleh operator hanya fokus dengan produksi konten Makarena dalam bentuk audio pada saat *on*

air di radio saja, sedangkan digital *content* fokus memproduksi konten Makarena dalam bentuk digital untuk dipublikasikan ke *website* dan media sosial Delta FM seperti *Youtube, Facebook, Twitter, dan Instagram*. Sehingga dalam proses pengiriman materi dilakukan secara tersendiri oleh masing-masing tim yang sudah ditentukan.

Radio Delta FM termasuk ke dalam jenis stasiun penyiaran swasta yang bersifat komersil, maka produser juga dituntut untuk dapat membuat program yang dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Oleh karena itu mulai dari proses pembuatan ide sampai menjadi program yang layak untuk disiarkan, Produser harus selalu mempertimbangkan ide-ide atau gagasan baru dengan tim nya, lalu ia mendiskusikannya dengan *program director*, setelah itu *program director* akan mempresentasikan hasilnya dengan Direksi Operasional Perusahaan atau *Consultant*. Bila pihak perusahaan setuju dengan ide tersebut dan program bisa dijual, produser baru boleh memproduksi ide tersebut menjadi sebuah konten program. Selain itu produser juga harus selalu membuat isi konten yang menarik sehingga pendengar akan selalu setia mendengarkan dan jika pendengar sudah setia mendengarkan konten tersebut pihak *sales* atau *marketing* bisa menjual konten tersebut kepada pengiklan.

Menurut Shirley Biagi, karena media massa merupakan pusat keuntungan bisnis, konvergensi media bisa terbentuk karena dilandasi oleh empat bagian seperti: *Chains* (Rangkaian), *Broadcast Networks* (Jaringan Siaran), *Conglomerate* (Konglomerasi), *Vertical Integration* (Integrasi Vertikal).

1. Rangkaian (Treatment atau Cara Mengelola). Produser merupakan orang terpenting dalam keberhasilan dan berjalannya sebuah program acara di radio. Tanpa adanya seorang produser belum tentu produksi program akan berjalan sebagaimana mestinya.

Dalam membuat sebuah konten program tentunya harus difikirkan terlebih dahulu bagaimana bentuk isi atau formulasi kontennya, Program Sore Bara Harsya memiliki konten '*special*' yaitu Makarena. Dilihat dari acara masak yang biasanya ada di televisi, program Sore Bara Harsya berani memunculkan konten Makarena pada radio Delta FM.

Karena radio memiliki karakteristik *theater of mind* yang menjadi kekuatannya, dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan *key informan* dan *informan I*, bahwa ternyata konten Makarena tidak menggunakan skrip sebagai acuan dalam bersiaran untuk dapat menciptakan gambar (*make picture*) dalam imajinasi

atau khalayan pendengar melalui kekuatan kata dan suara. Produser lebih mengutamakan improvisasi dari penyiar sehingga pendengar memiliki rasa penasaran dan fanatisme tersendiri. Makarena adalah program masak, tentunya produser juga harus menentukan siapa penyiar yang cocok untuk mengisi acara nya tersebut.

2. Jaringan Siaran (Segmentasi Khalayak)

Karena radio Delta FM berpusat di Jakarta dan tersebar hampir diseluruh kota di Indonesia seperti di daerah Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Manado, dan Makassar, Makarena harus bisa menyiarkan resep-resep masakan dan minuman yang sesuai dengan lidah orang-orang yang berada di kota-kota tersebut. Untuk itu, Karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah masyarakat muslim, jadi hal pertama yang harus diperhatikan dalam menentukan tema resep adalah makanan atau minuman tersebut harus halal. Selain itu, untuk mempermudah produser dalam menerapkan tema resep disetiap minggunya, produser menggunakan konsep Makarena yang simple dan easy to cook dengan membuat menu-menu Indonesia-Asia-Eropa atau membuat menu-menu secara tematik yang sesuai dengan perayaan-perayaan besar masyarakat Indonesia seperti natal, lebaran, tahun baru dan lain-lain.

3. Konglomerasi (Keuntungan Program)

Yang terpenting dalam memproduksi sebuah konten program, program harus memiliki 6 value brand atau nilai jual. Pertama, comfortable dalam artian program harus bisa memberikan kenyamanan untuk pendengar baik dari segi lagu dan juga isi siaran, kedua, intelligent dalam artian selalu memberikan suatu value tambahan untuk pendengar seperti informasi, tips, fakta atau hal yang lain agar pendengar mendapatkan knowledge lebih dengan mendengarkan radio Delta FM. Ketiga, friendly dalam artian isi siaran yang disajikan oleh penyiar sebisa mungkin harus ramah dan humanis agar bisa menjadi teman bagi pendengar. Keempat, informative dalam artian selalu mengedepankan hal-hal yang sedang happening dimasyarakat. Kelima, inspiring dalam artian program yang dikelola sebisa mungkin bisa di implementasikan oleh pendengar. Keenam, elegant dalam artian isi konten harus sesuai dengan target market pendengar di SES A-B.

“Jadi selama ide yang ditawarkan atau yang dipresentasikan ke consultant itu adalah sesuai sama apa yang target market perlukan, itu

*sih tidak akan jadi masalah. Selama juga ide yang disampaikan itu adalah sesuai sama platform atau brand guide line yang sudah ditentukan diawal itu juga tidak akan menjadi masalah. Gak mungkin misalnya tiba-tiba gue iseng sejam muterin dangdut ya pasti tidak akan di approve gitu. Buat apa walaupun misal ada kebutuhan itu di usia 30-39 yang suka dangdut. Namun kita juga kan punya brand guide line atau brand platform delta.”
(Evan, 20 April 2017).*

4. Vertikal Integrasi (Penggabungan Media Konvensional ke Media Digital)

Produser program Sore Bara Harsya tidak ingin melewatkan kemajuan dan perkembangan teknologi ini, dalam mengelola konten Makarena ia mencoba untuk menggabungkan media radio (konvensional) dengan media youtube (digital).

“...ini adalah kebutuhan. Kita itu harus mengikuti perkembangan teknologi bahwa kalau hanya untuk on air orang yang tidak sempat mendengarkan secara on air, mereka bisa melihatnya kapanpun, dimanapun, melalui youtube untuk melayani pendengar.” (Ian, Kamis 6 April 2017).

Program director juga membenarkan pernyataan produser bahwa alasan menggunakan media-media digital seperti youtube, instagram, twitter, dan facebook dalam mengelola konten Makarena adalah kebutuhan. Berikut hasil kutipan wawancara mengenai hal tersebut:

“Karena sekarang masyarakatnya menggunakan itu semua. Kalo kita gak bermain disitu sangat disayangkan. Karena radio, even gak radio doang tapi semua media itu gak mungkin berdiri sendiri di atas medianya. Karena gini, kayak koran aja tuh gak mungkin gak punya digitalnya sekarang. Kalau dia tetap kekeuh sama media cetaknya doang ya bakal mati. Lo bisa liat sendiri deh, orang yang tidak berusaha mengembangkan digitalnya sayangnya banyak yang tutup gitu. Even TV pun mengembangkan program-programnya ke sosial media yang ada. Coba TV, diakan udah audio visual, tapi dia juga tetap membutuhkan konten youtube untuk bentuk eksistensi penonton nya yang tidak sempat menonton. Karena lo harus terus berkembang gitu.” (Evan, 20 April 2017).

Dimana dalam mengelola konten Makarena produser mencoba untuk menggabungkan media radio (konvensional) dengan media youtube (digital). Selain bertujuan untuk mengikuti perkembangan teknologi, produser menggunakan media youtube juga untuk mem-visualisasikan bentuk audio Makarena yang sudah disiarkan dalam radio. Karena menurut produser pendengar saat ini lebih suka disajikan konten dalam bentuk visual. Produser menggunakan

platform digital dalam mengelola konten Makarena juga bertujuan untuk melakukan viral marketing dengan budget yang rendah (cost less) supaya ia mendapatkan new listeners yang tidak mendengarkan radio Delta FM tetapi akhirnya bisa tau bahwa ada konten Makarena di Delta FM melalui media sosial tersebut.

Dengan melakukan konvergensi pada platform digital juga menjadikan konten Makarena bisa menjadi bentuk visualisasi dari brand-brand sponsor yang bekerja sama dengan Makarena.

E. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam melakukan proses konvergensi pada konten Makarena, produser program Sore Bara Harsya sudah bisa menghasilkan empat tahapan yang menjadi implikasi dari terbentuknya media konvergensi. Dimana produser sudah menghasilkan tahapan rangkaian (*chains*) yang diterapkan dalam bentuk *treatment* atau cara mengelola, lalu jaringan siaran (*broadcast networks*) yang diterapkan dalam bentuk segmentasi khalayak pendengar radio Delta FM, kemudian konglomerasi (*conglomerate*) yang diterapkan sebagai bentuk keuntungan program untuk perusahaan, dan yang terakhir vertikal integrasi (*vertical integration*) yang diterapkan dalam bentuk penggabungan media konvensional (radio) dengan media digital (youtube) sebagai bentuk perluasan target market audien.

Diantara ke-empat tahapan tersebut, produser lebih dominan ke tahap konglomerasi dan vertikal integrasi. Dalam tahap konglomerasi, produser mengelola konten Makarena untuk dikomersilkan guna mendapat keuntungan karena radio Delta FM merupakan lembaga penyiaran swasta yang mengharapkan penghasilan dari program yang dikelola bukan dari pemerintah. Sedangkan tahap vertikal integrasi, produser mengelola konten Makarena dengan cara menggabungkan media radio (konvensional) dengan media digital guna mendapatkan keuntungan dari segi perluasan jaringan dengan mendistribusikan programnya secara bebas melebihi batas pendengar radio lokal dengan kata lain *to get new listeners*.

DAFTAR PUSTAKA

- Biagi, Shirley. 2012. *Media/Impact An Introduction To Mass Media*. Sacramento: California State University.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Pradana Group.
- _____. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jenkins, Henry. 2008. *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York And London: New York University Press.
- Komariah, Aan. Satori, Djam'an. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Ganesha
- Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Wawancara

Wawancara dengan *Program Director* Delta FM Evan Perdana Kamis, 20 April 2017

Wawancara dengan *Digital Content* Delta FM Salman Saptian Selasa, 11 April 2017

Wawancara dengan Produser Program *Sore Bara* Harsya, Ian Fathanah Laoh Kamis, 6 April 2017