

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gajahmada FM merupakan salah satu radio tertua di kota Semarang yang telah aktif mengudara sejak tahun 1972. Mengusung *tagline* “Radionya Orang Semarang”, Gajahmada FM mencoba menunjukkan kepada pendengar bahwa radio ini adalah radio asli Semarang yang tidak ada di kota lain. Sebagian besar radio di kota Semarang didominasi oleh jaringan stasiun radio nasional yang juga mengudara di banyak kota besar di Indonesia. Contohnya, radio Prambors, Trax FM, Delta FM, Pop FM, dan masih banyak lagi. Radio-radio tersebut umumnya merupakan radio populer yang memang memiliki pasar tersendiri karena siaran di beberapa kota, sehingga umumnya lebih banyak dikenal pendengar. Meski begitu, banyak pula stasiun radio lokal di kota Semarang yang cukup eksis di kota tersebut, seperti Imelda FM, RCT FM, dan Gajahmada FM.

Berdasarkan data dari Direktorat Politik dan Komunikasi Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, jumlah stasiun radio di Indonesia adalah 654 stasiun. Jumlah tersebut terdiri dari radio FM, radio AM, dan radio komunitas yang tersebar di seluruh kota di Indonesia. Kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, dan Malang bahkan memiliki stasiun radio yang mencapai belasan hingga puluhan. Di

kota Semarang saja, jumlah stasiun radio mencapai angka 29. Meski wilayah jangkauannya terbatas hanya sampai kota-kota sekitar, namun jumlah tersebut bisa dibilang banyak jika dibandingkan dengan kota lain yang umumnya hanya memiliki kurang dari sepuluh stasiun radio.

Hal tersebut tentu menimbulkan persaingan antar stasiun radio di kota Semarang, termasuk Gajahmada FM. Untuk itu, pelaku industri radio mau tidak mau harus memutar otak untuk tetap mempertahankan pasar. Salah satu caranya adalah dengan menerapkan konvergensi media. Secara umum, konvergensi media diartikan sebagai proses penggabungan banyak platform media menjadi satu titik jaringan yang terintegrasi.

Konvergensi media saat ini seolah telah menjadi budaya yang diterapkan oleh hampir semua media konvensional, baik cetak maupun elektronik. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya pelaku industri media konvensional yang meluncurkan platform online disamping media konvensionalnya itu sendiri. Platform online tersebut dibuat untuk memberikan kemudahan kepada pengguna dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Misalnya saja, untuk membaca berita harian, seseorang cukup mengaksesnya melalui media online di internet tanpa perlu berlangganan koran. Berbeda dengan koran cetak yang terbit sehari sekali, berita di media online jauh lebih segar karena *diupdate* setiap menit.

Itulah mengapa konvergensi media tidak hanya berputar soal migrasi teknologi, namun juga mendorong terjadinya migrasi budaya baru dari analog

ke digital. Pada dasarnya, konvergensi media diartikan sebagai proses penggabungan banyak platform media menjadi satu jaringan yang terintegrasi. Masyarakat yang sebelumnya meluangkan waktunya untuk membaca koran di pagi hari maupun menonton berita di televisi kini bisa mengetahui banyak perkembangan berita hanya melalui satu perangkat saja yakni ponsel.

Di Indonesia sendiri, sudah banyak media besar yang menerapkan konvergensi media dalam keredaksiannya. Akan tetapi, penerapannya cenderung masih keliru. Para jurnalis dituntut untuk memiliki kemampuan multiplatform, sehingga mampu menghasilkan banyak produk jurnalistik dengan mendaur ulang satu berita. Meski produksi dan distribusi berita menjadi lebih cepat, namun di sisi lain hal tersebut bisa bersifat *over* produktif bagi jurnalis. Tidak jarang berita yang dihasilkan menjadi kurang maksimal. Sebaliknya, konvergensi yang baik seharusnya diterapkan pada kerangka redaksi. Dengan demikian, tercipta suatu kolaborasi yang akan mengoptimalkan proses produksi berita dari ujung ke ujung hingga akhirnya sampai kepada masyarakat.

Radio sebagai salah satu media elektronik yang telah ada sejak awal 1900an juga telah menerapkan sistem konvergensi media. Implementasi konvergensi media pada radio terlihat dari banyaknya stasiun radio yang berlomba-lomba menyediakan layanan *live streaming* bagi para pendengar. Layanan ini pada dasarnya mengacu pada aktivitas penyiaran konten melalui internet, sehingga pengguna dapat mendengarkan siaran radio hanya dengan

mengaksesnya melalui internet tanpa memerlukan perangkat radio. Meski radio bisa dibidang masih mudah diakses dimana saja, baik melalui aplikasi radio ponsel maupun perangkat radio di mobil, layanan *live streaming* ini tetap menjadi salah satu cara andalan yang dilakukan oleh stasiun radio untuk menjangkau pendengar yang lokasinya berada jauh dari jangkauan regional radio. Hal ini tentu sangat membantu bagi pendengar karena tidak perlu mencari frekuensi gelombang radio, apalagi jika ingin mendengarkan radio namun sedang berada di luar kota regional stasiun radio tersebut.

Perkembangan awal radio sebagai media massa bermula sejak tahun 1906 dengan pengembangan lebih lanjut perangkat radio temuan Marconi oleh Dr. Lee De Forest di Amerika Serikat. Sejak saat itu, radio berkembang sangat pesat. 556 stasiun radio telah berdiri di negara tersebut. Kemudian, pada tahun 1926, didirikanlah NBC (National Broadcasting Radio) sebagai badan siaran radio yang besar dan luas (RG, 2018, <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>, diakses pada 17 April 2019).

Untuk menarik minat pendengar, Gajahmada FM tidak hanya bisa diakses secara *streaming*, namun juga menyediakan situs *website* dan mempromosikan program acaranya dengan memanfaatkan media sosial. Hampir semua stasiun radio di kota Semarang memiliki akun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Namun, tidak semuanya memiliki situs *website*. Umumnya, hanya radio-radio besar yang beroperasi di banyak kota saja yang memiliki situs *website*, sementara radio-radio lokal Semarang

tidak memiliki situs *website*. Meski ada atau tidaknya *website* bukan merupakan suatu standar yang harus dimiliki oleh sebuah stasiun radio, namun keberadaannya tetap saja memberikan pengaruh pada stasiun radio terkait.

Situs *website* menjadi wadah yang memuat segala informasi mengenai stasiun radio, mulai dari profil, segmentasi acara, *link live streaming*, hingga berita terbaru yang informatif. Secara umum, situs *website* diartikan sebagai sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan atau *home page* menggunakan browser dan terdiri dari URL (Waryanto, 2018, <https://www.niagahoster.co.id/blog/pengertian-website/>, diakses pada 17 April 2019).

Disisi lain, meski radio merupakan media konvensional yang tetap bisa beroperasi tanpa *website*, kehadiran *website* memiliki peran cukup penting dalam pengembangan bisnis radio. Hal ini berkaitan dengan budaya digital yang ada di masyarakat modern dimana masyarakat selalu mengakses internet, dan *website* merupakan bagian dari internet. Keberadaan *website* milik Gajahmada FM menjadi pembeda stasiun radio ini dengan stasiun radio lokal lain di Semarang yang tidak memilikinya.

Selain *website*, media sosial juga menjadi salah satu wadah yang dimanfaatkan oleh Gajahmada FM. Tak hanya sebagai media promosi, media sosial juga menjadi tempat bagi stasiun radio untuk menjalin komunikasi interaktif dengan para pendengar. Seringkali penyiar menggunakan media

sosial untuk menanyakan pendapat pendengar tentang suatu topik yang sedang dibahas, untuk kemudian dibacakan saat siaran. Selain itu, media sosial juga memberikan tempat bagi stasiun radio yang pada dasarnya bersifat auditif atau hanya bisa didengar, untuk membagikan konten secara visual. Hal ini memungkinkan pendengar dapat melihat rupa penyiar hingga kondisi ruang siaran melalui foto ataupun video yang dibagikan di laman media sosial stasiun radio tersebut. Baik *live streaming*, *website*, maupun media sosial, ketiganya merupakan wujud nyata dari praktik konvergensi media yang terjadi di stasiun radio.

Untuk itu, peran media baru sangat penting bagi media konvensional seperti radio. Tingginya penggunaan internet oleh masyarakat, baik untuk memperoleh informasi, terkoneksi dengan jaringan sosial, hingga memproduksi informasi sendiri menjadikan internet sebagai salah satu kebutuhan yang senantiasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Revolusi teknologi komunikasi ini menghadirkan peran internet sebagai media baru yang menimbulkan pergeseran media konvensional menjadi serba digital atau online. Kelebihan media baru yang mampu memadukan fungsi produsen sekaligus konsumen (prosumen) kepada penggunanya membuat media ini sangat diminati, sebab pengguna dapat leluasa mengonsumsi konten sekaligus memproduksi kontennya sendiri. Selain itu, media baru juga sangat mudah diakses dimana saja.

Media sosial sebagai salah satu bentuk media baru menjadi platform yang sangat lekat dengan kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini dikarenakan

selain bersifat produsen (produsen sekaligus konsumen), media sosial juga menjadi wadah dimana seseorang bisa terhubung dengan jaringan sosialnya. Tentu saja hal ini akan memudahkan pengguna untuk saling berinteraksi dan berbagi cerita kehidupannya.

Tak dapat dipungkiri memang budaya mendengarkan radio semakin surut seiring dengan berkembangnya zaman. Dulu, meluangkan waktu untuk mendengarkan siaran radio menjadi sebuah rutinitas menyenangkan yang dilakukan oleh banyak orang. Selain sebagai media hiburan, radio juga menjadi sarana untuk memperoleh informasi. Sekarang, dengan kemunculan internet, media konvensional seperti radio mulai mengalami penurunan minat.

Hal ini terbukti dari riset yang dilakukan Survei Nielsen Indonesia pada 2017 yang menunjukkan bahwa penetrasi radio sebesar 37 persen masih menempati urutan keempat dibawah televisi dengan angka penetrasi 96 persen, media luar ruang 53 persen, dan internet 44 persen. Angka tersebut mengalami penurunan sebanyak satu persen dibanding tahun sebelumnya. Meski angka penurunannya terbilang kecil, namun hal ini cukup membuktikan bahwa penetrasi radio sebagai media konvensional semakin menurun seiring berjalannya waktu. Oleh karena itu, pelaku industri radio perlu menerapkan cara baru yang sesuai dengan perkembangan zaman, yakni mentransformasikan radio menjadi media yang lebih personal, sehingga mudah untuk diakses tanpa memerlukan perangkat elektroniknya.

Pelaku industri radio dituntut untuk mampu menciptakan inovasi dan mengikuti perkembangan teknologi agar mampu mempertahankan pasar. Pasalnya, tantangan industri radio tidak hanya seputar persaingan antar stasiun, namun juga bersaing dengan teknologi aplikasi pemutar lagu seperti Joox dan Spotify, mengingat mayoritas pendengar mendengarkan radio untuk menikmati lagu-lagu yang diputar. Maka dari itu, konvergensi media menjadi salah satu cara yang dirasa ampuh untuk tetap mempertahankan minat pendengar, bahkan jika memungkinkan mampu meningkatkan jumlah pendengar.

Hasil riset WeAreSocial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 menunjukkan, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Angka tersebut membuktikan bahwa masyarakat memiliki ketertarikan yang cukup tinggi terhadap adanya media sosial. Hal ini pulalah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku industri media konvensional, termasuk radio, dengan berbondong-bondong membuat akun media sosial disamping media konvensionalya sendiri. Pola tersebut kemudian melahirkan sistem konvergensi media yang saat ini telah banyak diterapkan oleh media konvensional. Tentu saja setiap media memiliki strategi tersendiri dalam penerapan konvergensi media, namun dalam penelitian ini, peneliti akan fokus mencari tahu tentang konvergensi media di radio Gajahmada FM.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan konvergensi media di radio Gajahmada FM?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana penerapan konvergensi media di radio Gajahmada FM.

1.4 Signifikasi Penelitian

1.4.1 Signifikasi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akan pengetahuan dan pengembangan wawasan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai konvergensi media. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian tentang konvergensi media.

1.4.2 Signifikasi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola industri radio terkait implementasi konvergensi media pada radio selaku media konvensional, sehingga bisa membawa perubahan lebih baik kedepannya.

1.4.3 Signifikasi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tambahan bagi masyarakat maupun perusahaan lain mengenai evolusi media

baru yang bermanfaat bagi media konvensional, sehingga bisa dicontoh untuk kemajuan lebih baik.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah acuan yang menjadi dasar bagi setiap peneliti untuk mengungkapkan fakta-fakta melalui kegiatan penelitian yang dilakukannya (Arifin, 2012:146). Paradigma juga membantu menjelaskan bagaimana seorang peneliti memahami suatu masalah dan bagaimana landasan untuk menjawab masalah tersebut. Dalam penelitian kualitatif, paradigma terbagi menjadi paradigma post positivisme, paradigma konstruktivisme, dan paradigma kritis.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang bahwa kenyataan merupakan hasil konstruksi dari manusia. Kenyataan ada karena bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Bentuk tersebut akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan pola pikir manusia. Penelitian kualitatif yang berlandaskan paradigma konstruktivisme memandang bahwa pengetahuan bukan hanya hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti (Arifin, 2012:140)

1.5.2 State of The Art

Tabel 1.1 State of The Art

No	Peneliti	Judul	Tujuan	Hasil
1.	Navia Izzati (2015), Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie	“Strategi Konvergensi Media Cetak ke Media Online (Studi Pada Perubahan Platform The Student Globe)”	Mengetahui bagaimana strategi konvergensi media cetak ke media online pada platform The Student Globe	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa The Student Globe telah berhasil dalam melakukan konvergensi media.
2.	Fika Meirizkiana (2016), Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan	“Strategi Transformasi Konvergensi Media di PJTV”	Untuk mengetahui bagaimana strategi transformasi konvergensi media di PJTV	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa PJTV sudah masuk ke dalam standardisasi konvergensi model pertama yang memiliki multimedia, multichannel, dan multiplatform, meskipun masih memerlukan perkembangan

				lebih lanjut.
3.	Devina Nathania (2017), Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana	“Konvergensi Media di Radio Sonora Semarang	Untuk mengetahui bagaimana penerapan konvergensi media di radio Sonora Semarang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem konvergensi media yang di terapkan radio Sonora Semarang belum maksimal karena kekurangan sumber daya manusia
4.	Lukman Alfari (2018), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya	“Konvergensi Pers Mahasiswa (Studi Kasus Konvergensi Media di Lembaga Pers Mahasiswa Solidaritas dan Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”	Untuk mengetahui bagaimana konvergensi media di Lembaga Pers Mahasiswa Solidaritas dan Lembaga Pers Mahasiswa Ara Aita Universitas Islam Negeri Sunan Ampel	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konvergensi yang dilakukan oleh kedua Lembaga Pers Mahasiswa tersebut berbentuk konvergensi Telematika, konvergensi <i>Newsgathering</i> ,

			Surabaya	dan konvergensi <i>Newsroom</i>
--	--	--	----------	---------------------------------------

Berdasarkan penelitian yang terdahulu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam objek dan fokus penelitian yang akan diteliti. Penelitian sebelumnya dilakukan untuk mencari tahu bagaimana konvergensi media di beberapa media massa seperti media cetak, televisi dan radio, bahkan di lembaga pers mahasiswa setingkat universitas. Meski memiliki kesamaan dengan salah satu penelitian diatas yang menjadikan radio sebagai objek, namun penelitian ini akan dilakukan di lokasi yang berbeda. Maka dari itu, dari berbagai fokus yang berbeda tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dari penelitian sebelumnya karena akan fokus untuk mencari tahu tentang strategi konvergensi media pada stasiun radio yang berbeda dari salah satu penelitian sebelumnya.

1.5.3 Landasan Teori

1. Teori Konvergensi Media

Teori konvergensi media dikemukakan oleh Henry Jenkins pada tahun 2006. Jenkins mendefinisikan konvergensi media sebagai proses penyatuan yang terus menerus terjadi di antara berbagai bagian media seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak (Jenkins dalam Iskandar, 2018:3). Teori ini memandang bahwa kombinasi industri media konvensional dengan teknologi komputer akan menciptakan tipe baru

komunikasi. Dengan demikian, terjadi penggabungan yang bisa menjadi solusi bagi media konvensional untuk tetap bertahan di era digital.

Teori konvergensi media merupakan teori yang dinamis sehingga banyak dikembangkan oleh ahli-ahli lain setelah Jenkins. Grant dan Wilkinson adalah ahli yang mencoba merumuskan konsep tentang dimensi konvergensi media, meski tidak mengubah teori utama konvergensi media dari Henry Jenkins. Menurut Grant dan Wilkinson, konvergensi media memiliki lima dimensi, yakni:

1. Konvergensi teknologi

Perkembangan teknologi yang mendasari lahirnya konvergensi media

2. Konten multimedia

Dengan konvergensi media, konten dari media konvensional yang sebelumnya terbatas bisa dibuat dalam bentuk multimedia yang variatif.

3. Kepemilikan

Beberapa media massa bergabung dalam satu naungan kepemilikan karena telah diakuisisi oleh salah satu pihak dengan modal besar

4. Kolaborasi

Terjadi kerjasama antara media massa yang akan saling menguntungkan semua pihak yang terlibat, sehingga tingkat persaingan cenderung menurun.

5. Koordinasi

Adanya koordinasi lintas divisi secara internal, yang mana satu divisi tidak bisa berdiri sendiri dan perlu saling berkoordinasi dengan divisi lain.

Kelima dimensi tersebut bisa digunakan sebagai unit analisis untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini.

Radio Gajahmada FM sebagai objek dari penelitian ini merupakan salah satu media konvensional yang menerapkan konvergensi media, dilihat dari adanya *platform* media sosial yang dimilikinya. Namun, untuk mengetahui bagaimana penerapannya lebih lanjut, perlu dilakukan penelitian lebih dalam di lapangan. Untuk itu, teori ini cocok digunakan dalam penelitian ini.

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari bahasa Inggris yakni *convergence* yang berarti bersatunya dua hal atau lebih menjadi satu titik. Sedangkan pengertian media mengarah pada sarana atau alat yang digunakan untuk menyajikan informasi. Konvergensi media berisi proses penyatuan yang terus menerus terjadi di antara berbagai bagian media seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak.

Sementara menurut *Dictionary of Media*, istilah konvergensi media merujuk pada proses dimana media lama dan teknologi baru tersedia secara terpisah maupun bersama-sama melalui digitalisasi. Sebuah teknologi baru pada umumnya akan mengeliminasi teknologi lama jika teknologi tersebut

mampu menjadi sebuah pengganti yang fungsional, atau dengan kata lain mampu menjalankan fungsi media massa yang sebelumnya.

Kemunculan internet sebagai media baru yang dianggap bakal menggeser eksistensi media konvensional membuat konvergensi media menjadi salah satu cara yang mampu mempertahankan keberadaan media konvensional, meski harus menggabungkannya dengan media baru. Hal ini lantaran internet tidak hanya mampu menjadi teknologi yang fungsional, namun juga inovatif.

1.6.2 Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang berfungsi mengirimkan sinyal dengan gelombang tertentu yang merupakan hasil modulasi dan radiasi dari elektromagnetik. Uniknya, gelombang radio bisa merambat di udara dan ruang hampa udara. Gelombang ini umumnya digunakan pada siaran radio, sinyal ponsel, hingga radar. Oleh sebab itu, penemuan teknologi radio menjadi salah satu penemuan terpenting dalam sejarah kehidupan manusia.

Radio sebagai media massa dianggap mampu menyiarkan informasi yang variatif meski hanya berupa suara. Radio bisa menyajikan siaran berupa berita, *talkshow*, sekaligus menjadi sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat. Penyampaian pesan melalui radio berbeda dengan media massa lainnya. Penyiar sebagai komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan harus mampu mengkombinasikan unsur-unsur penting dalam meningkatkan efektivitas pada siaran radio seperti *sound effect*, musik, dan komunikasi verbal yang bisa diterima oleh pendengar.

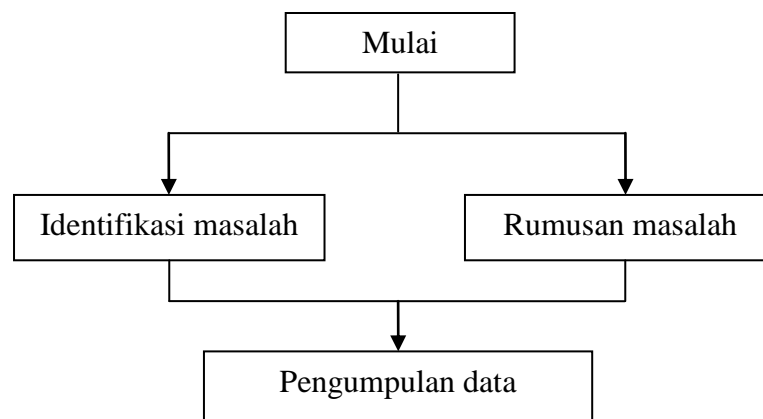
Sebagai media massa, radio memiliki karakteristik sebagai berikut (Riswandi, 2009:2-3) :

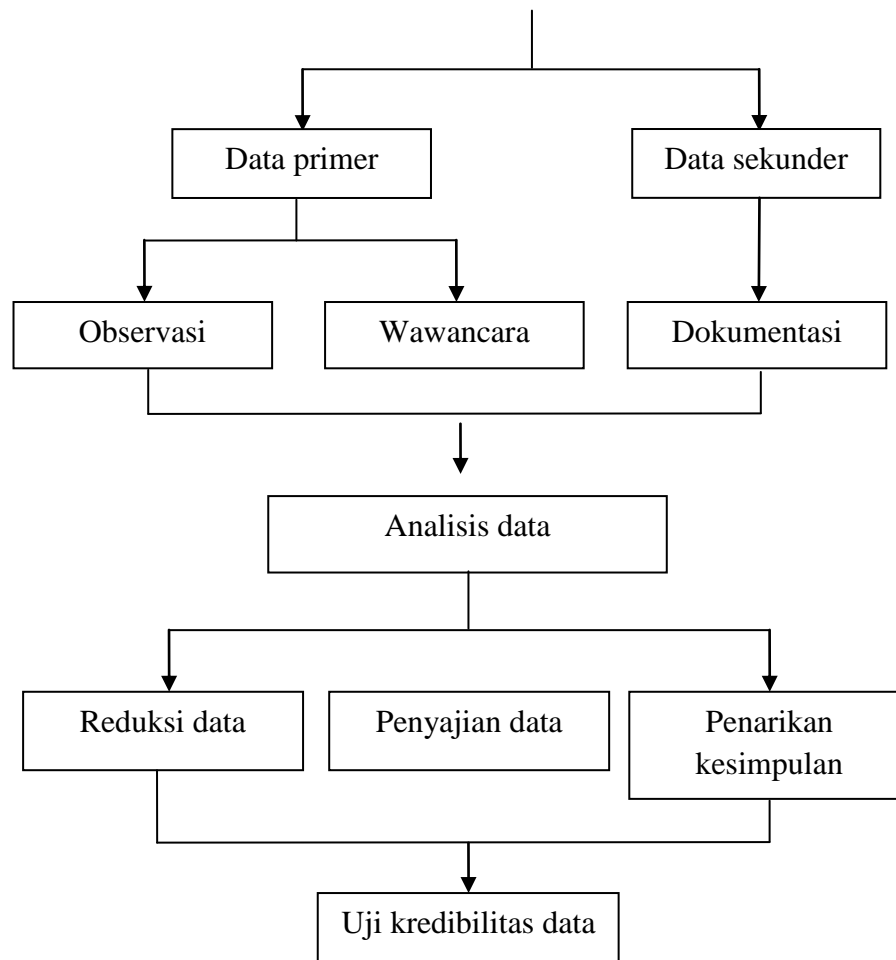
1. Publisitas, artinya disebarluaskan kepada publik, khalayak atau orang banyak. Dengan demikian, siapa saja bisa mendengarkan radio tanpa batasan dan larangan.
2. Universalitas pesan bersifat umum karena sasaran dan pendengarnya adalah adalah orang banyak.
3. Periodisitas, artinya siaran radio bersifat tetap atau berkala sesuai periode tertentu.
4. Kontinuitas, artinya siaran radio berkesinambungan atau terus menerus sesuai dengan jadwal mengudara.
5. Aktualitas, artinya siaran radio berisi hal-hal yang terbaru seperti informasi akan peristiwa yang aktual.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Desain Penelitian

Bagan 1.1 desain penelitian





1.7.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara digambarkan atau dideskripsikan dalam bentuk kata-kata. Dalam penelitian kualitatif, peneliti tidak menggunakan perantara angka sebagai transformasi fenomena, melainkan langsung berinteraksi dengan subjek penelitian melalui wawancara dan observasi di lapangan. Hasilnya akan dikumpulkan dan digunakan sebagai masukan utama dalam menggambarkan subjek maupun objek penelitian secara deskriptif.

Sedangkan jenis penelitian yang dipilih untuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan mendeskripsikannya. Penelitian ini menguraikan dan menafsirkan data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi di lapangan, sikap serta pandangan yang dimiliki oleh sumber data, hubungan yang timbul, dan perbedaan antar fakta yang ada beserta pengaruhnya terhadap suatu kondisi tertentu.

Jenis penelitian ini memberi ruang kepada peneliti untuk menggambarkan secara luas dan terperinci tentang temuan penelitian di lapangan. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif searah dengan rumusan masalah karena akan menjawab pertanyaan yang dikemukakan dalam rumusan masalah tersebut. Oleh karena itu, penulis memilih jenis penelitian ini agar dapat menggambarkan dan menguraikan strategi konvergensi media yang dilakukan oleh radio Gajahmada FM.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang dapat memberikan informasi mengenai objek yang diteliti. Biasanya, subjek penelitian adalah orang yang berkaitan langsung atau menjadi bagian dari objek penelitian. Dalam menentukan subjek penelitian, peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan lebih tentang objek yang diteliti beserta proses-proses di dalamnya. Dengan demikian, subjek dapat memberikan informasi yang spesifik dan jelas.

Namun, perlu diingat bahwa penelitian kualitatif umumnya menggunakan teknik sampling non probabilitas karena penelitian kualitatif tidak menggunakan data statistik berupa angka. Untuk itu, dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan informan dapat menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Pada penelitian, subjek penelitian yang dipilih adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 informan

No	Jabatan	Keterangan
1.	Direktur Gajahmada FM	Informan 1
2.	<i>Program director</i> Gajahmada FM	Informan 2
3.	<i>Website and Social Media Expert</i> Gajahmada FM	Informan 4

Subjek penelitian yang telah disebutkan diatas dapat berubah atau digantikan dengan pihak lain saat proses pengumpulan data di lokasi, dengan catatan harus sama-sama terlibat dalam proses konvergensi media sesuai dengan masalah dalam penelitian ini.

1.7.4 Sumber Data dan Jenis Data

Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti memerlukan sumber data untuk mendapatkan data yang objektif. Sumber data adalah sumber informasi yang relevan, mendukung, dan berkaitan dengan pokok penelitian yang diteliti. Karena sumber data merupakan salah satu bagian paling vital dalam penelitian, maka peneliti harus benar-benar memilih dan memahami sumber data yang akan digunakan dalam penelitian agar tidak terjadi kesalahan. Oleh karena itu, sumber data harus benar-benar berasal dari subjek yang berkaitan atau terlibat langsung dengan objek yang diteliti. Berikut jenis data dalam penelitian ini :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung saat observasi di lapangan yakni wawancara dengan subjek penelitian yang telah dipilih. Subjek penelitian yang bertugas sebagai informan akan secara langsung memberikan informasi yang dibutuhkan terkait objek penelitian.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari informan yang terlibat langsung dalam praktik konvergensi media di Gajahmada FM. Peneliti memilih Direktur radio Gajahmada FM selaku pihak yang memegang kekuasaan dan menentukan kebijakan sebagai salah satu informan. *Social Media Expert* juga dirasa menjadi salah satu informan kunci, mengingat segala bentuk pengelolaan media dipegang olehnya. Selain itu, peneliti juga akan memperoleh data primer dari penyiar dan

koordinator bagian program siaran seperti *Program Director*, agar data yang diperoleh objektif dan bisa dipertanggung jawabkan oleh peneliti. Namun demikian, sumber data dari informan bisa saja berkembang ataupun mengalami perubahan tergantung situasi di lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen. Data ini merupakan data pendukung yang dapat membantu data primer untuk mencapai keutuhan dan kelengkapan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Umumnya, data sekunder berupa bukti, dokumentasi foto, dan catatan historis yang telah tersusun dalam arsip. Dalam penelitian ini, peneliti bisa memperoleh data sekunder dari berbagai macam sumber literatur, baik buku, majalah, koran, foto, *website*, dan dokumentasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk memecahkan masalah (Sugiyono, 2009:225). Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data sesuai standar yang ditetapkan. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Observasi

Istilah observasi mengacu pada kegiatan memperhatikan secara cermat, mencatat fenomena yang ada, serta mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut. Observasi menjadi komponen penting dalam pengumpulan data sebelum akhirnya menjadi sebuah ilmu pengetahuan. Dengan demikian, observasi dapat diartikan sebagai proses pengumpulan data melalui pengamatan, maupun pendengaran yang dicatat untuk kemudian dijadikan bahan analisis dengan sumber data yang lain (Sugiyono, 2009:224).

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung bagaimana proses konvergensi media diimplementasikan dalam stasiun radio oleh masing-masing divisi yang bertanggung jawab.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab agar makna dalam suatu topik tertentu dapat dikonstruksikan. Wawancara juga diartikan sebagai upaya penggalian data melalui informan terhadap suatu topik tertentu yang dibawa oleh peneliti (Esterberg dalam Sugiyono, 2009:231). Peneliti bisa melakukan wawancara apabila ingin mengetahui informasi yang lebih mendalam tentang objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, jenis wawancara yang akan digunakan adalah wawancara tak berstruktur, dimana peneliti hanya berpedoman pada garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan pada subjek penelitian tanpa menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara

sistematis. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dikategorikan sebagai data primer karena didapatkan secara langsung dari subjek penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, baik berupa gambar, tulisan, maupun karya monumental dari seseorang. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan untuk mencari data sekunder sebagai pendukung dari data primer. Dalam penelitian ini, peneliti akan berusaha menggali data-data pendukung dengan melihat catatan terarsip dari berbagai sumber seperti buku, majalah, gambar, konten media sosial, hingga foto-foto pada saat wawancara berlangsung.

1.7.6 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih informasi penting yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain (Sugiyono, 2009:244).

Tahap analisis data merupakan tahap yang sangat penting dan harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian agar data-data yang diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data, baik observasi, wawancara, maupun dokumentasi dapat mengarah pada suatu titik gambaran yang jelas

sehingga dapat ditarik kesimpulannya. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Proses analisis data dalam penelitian ini melalui tiga tahapan, yakni:

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan cenderung banyak karena diperoleh dari tiga teknik pengumpulan data, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk itu, peneliti perlu melakukan reduksi data dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, fokus pada hal-hal penting, serta mencari pola dan temanya. Dengan demikian, data dapat diklasifikasikan berdasarkan kebutuhan penelitian.

Reduksi data akan mempermudah peneliti untuk mendapatkan gambaran tentang data yang didapatkan berdasarkan fokus penelitian. Jika dirasa kurang, peneliti cukup mencari data tambahan sesuai dengan data yang dibutuhkan tanpa harus mencari data secara keseluruhan.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Setelah data-data direduksi, tahap selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, *flowchart*, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya (Sugiyono, 2009:249). Dengan menyajikan data yang telah direduksi, peneliti dapat melihat gambaran data yang tersaji, sehingga nantinya dapat melakukan proses lanjutan berdasarkan apa yang tercantum dalam sajian data.

3. *Conclusion drawing* (Penarikan kesimpulan)

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan bisa berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan awal yang dikemukakan sudah dilengkapi dengan bukti yang kuat setelah melakukan verifikasi dan kesimpulan tersebut dapat menjawab rumusan masalah, maka kesimpulan tersebut bersifat final dan kredibel.

1.7.7 Kualitas Data

Menurut Sugiyono, terdapat empat teknik untuk mencapai kualitas data dalam penelitian kualitatif, yakni uji *Credibility*, *Transferability*, *Dependability*, dan *Confirmability*. Namun peneliti hanya akan menggunakan uji *Credibility*. Uji kredibilitas data merupakan uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang dilakukan dengan lima langkah seperti berikut:

a. Perpanjangan pengamatan

Hal ini dilakukan agar peneliti lebih mengenal subjek, lingkungan, dan permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Peneliti harus kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan subjek penelitian yang pernah ditemui maupun yang baru, sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan. Lamanya waktu perpanjangan pengamatan tergantung pada kedalaman (makna), keluasan (banyak), dan kepastian data (valid).

b. Meningkatkan ketekunan

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pengamatan secara lebih dalam, cermat, dan berkesinambungan.

c. Triangulasi

Tahap ini dilakukan dengan tiga aspek, yakni pengecekan data dari berbagai sumber, dalam berbagai waktu, dan dengan berbagai teknik.

d. Bahan referensi

merupakan pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti.

e. *Member check*

Tahap ini merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada subjek penelitian selaku pemberi informasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh informan.