

KONVERGENSI RADIO KARTINI FM JEPARA DALAM MENGHADAPI TRANSFORMASI MEDIA BARU

Suhariyanto¹, Fajriannoor Fanani², Tika Ristia Djaya³

^{1,2,3}Universitas Semarang

suhariyanto@usm.ac.id¹, fajrian@usm.ac.id², tikaristiadjaya@usm.ac.id³

Abstract

Technological development has some impacts on people. One of them is, it can change the attitudes of people who do not use an analogue radio anymore to switch using digital radio. This phenomenon is marked by some new media that come up nowadays just like a cyber which has internet, Facebook, IG etc. Technological development is growing fast from time to time so that it forces other media to compete and follow it bravely for the media's existence and getting more income economically. Kartini FM Radio Jepara (94.2 FM) is a radio that applies media convergence in facing the new media transformation by taking advantage of the new media development. The research method that was used by the researcher was a descriptive qualitative method by using media convergence theory, in which, it focused on five convergence processes that changed media to be produced and consumed. Five convergence processes covered the economy, social, technology, culture, and global. The research was conducted by having a deep interview with some crews of Kartini FM Radio Jepara. Some of them were the Supervisory Board and General Director of Kartini FM Jepara.

Keywords: Media Convergence, Radio, Transformation Media.

Abstrak

Salah satu dampak perkembangan teknologi adalah bisa mengubah perilaku orang yang mulai meninggalkan radio analog dan beralih kepada radio digital. Perkembangan teknologi di tandai dengan banyaknya media baru bermunculan, seperti halnya cyber disitu ada internet, facebook, IG dan masih banyak lagi. Perkembangan teknologi ini semakin maju pesat dari hari ke hari sehingga memaksa media lain harus berani bersaing dan mengikuti perkembangan teknologi itu sendiri demi untuk eksistensi media dan menambah penghasilan media secara ekonomi. Radio Kartini Jepara (94,2 FM) adalah salah satu radio yang menerapkan konvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru dengan memanfaatkan perkembangan media baru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori konvergensi media. Dimana teori konvergensi media terfokus pada lima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi. Lima proses konvergensi meliputi ekonomi, sosial, teknologi, budaya dan global. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara mendalam dengan beberapa

Crew Radio Kartini FM Jepara, diantaranya adalah Dewan Pengawas Radio Kartini FM Jepara dan Direktur Umum Radio Kartini FM Jepara.

Kata Kunci: Konvergensi Media, Radio, Transformasi Media

A. PENDAHULUAN

Munculnya media *cyber* di era globalisasi saat ini, menunjukkan perkembangan teknologi telah membawa kemajuan dalam berbagai bidang, seperti kebutuhan informasi dan hiburan untuk masyarakat. Pesatnya kemajuan teknologi juga melahirkan media *cyber* seperti internet. Media baru inilah yang saat ini menjadi pemenuhan informasi dan hiburan yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti halnya media penyiaran dan banyak orang meninggalkan analog ke digital dalam urusan siaran radio. Media penyiaran yang memiliki fungsi memberikan informasi dan hiburan merasa terancam oleh perkembangan teknologi dan munculnya media baru seperti halnya *cyber*. Hal itu juga semakin memicu persaingan yang ketat antar sebuah media untuk merebut posisinya. Persaingan tersebut terjadi hampir di seluruh semua media, salah satunya adalah media radio. Radio sendiri merupakan salah satu media komunikasi massa, yang dapat didefinisikan sebagai 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).

Radio sendiri 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).

Peranan radio sebagai media penyiaran yang konvensional mau tidak mau harus menyesuaikan menuju media baru dan mengikuti aturan teknologi dan undang-undang penyiaran yang terus berkembang agar dapat berjalan dan berfungsi sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mulai dari komunikasi, pendidikan, informasi, dan hiburan. Radio yang merupakan salah satu media penyiaran yang memiliki karakteristik akrab dan murah, hingga kini masih diminati oleh banyak masyarakat. Bahkan radio juga bisa didengarkan secara fleksibel, yang artinya bisa dinikmati sambil mengerjakan aktivitas lain tanpa mengganggu. Oleh karena itu, radio tetap ada meskipun telah hadir media baru seperti *cyber* (seperti internet, facebook, IG dan lain-lain).

Kemunculan internet, juga membuat media penyiaran terus bersaing dalam memperluas jangkauan audiens dan bisa memicu pendapatan iklan karena semakin banyak audiens yang mendengarkan radio tersebut.

Iklan merupakan sumber pendapatan bagi media penyiaran, banyaknya pengiklan maka banyak pula pendapatan media tersebut. Jika radio tidak berani bersaing dalam kemajuan teknologi dan kreativitas dalam penyajian acaranya maka bisa jadi radio tidak mendapatkan iklan dan pemasang iklan akan lebih memilih memasang iklannya di internet, website,

ataupun media sosial lainnya. Dengan berbagai jenis dan aplikasinya membuat berbagai media saling berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produksinya agar mendapat keuntungan yang sesuai harapan manajemen media tersebut.

Karenanya, media penyiaran harus merespon perubahan teknologi apabila ingin tetap bertahan di tengah masyarakat, diantaranya melalui penggabungan teknologi dengan internet, dan perluasan jaringan bagi media penyiaran lokal, terutama radio yang memiliki frekuensi terbatas. Oleh sebab itu, munculah konvergensi media. Pada era konvergensi media saat ini, masyarakat bisa menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, seperti mengakses internet dan mendengarkan radio. Selain itu, kehadiran internet ditengarai membawa perubahan dalam gaya hidup seseorang. Disini, radio bisa memanfaatkan media baru sebagai *platform* untuk lebih dekat dengan pendengarnya, selain itu juga mempermudah pendengar untuk mencari informasi mengenai radio kesukaanya.

Konvergensi media dilakukan tidak semata-mata mengikuti perkembangan teknologi saja. Saling berintegrasinya media massa konvensional dengan media online, memungkinkan terjadinya perluasan cakupan dalam skala apapun. Mulai dari publikasi dan interaksi dengan pendengar pun tentu akan memiliki perbedaan. Setelah munculnya new media, radio bisa berubah mulai dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial. Akibatnya, media massa menjadi lebih kuat dan beragam dalam penyajian produk

kreatifitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk mempertahankan loyalitas khalayaknya. Dengan demikian, media massa harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan menggabungkan media konvensional dengan new media. Banyaknya pengakses new media saat ini, dapat dimanfaatkan media penyiaran terutama radio, untuk perluasan pasar *audience*.

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 orang lain 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 media yang diteliti oleh Henry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat. Penelitian Jenkins telah difokuskan pada konsep "Konvergensi Media", berargumen bahwa teknologi-sederhana berfokus tentang bagaimana individu dalam kontemporer budaya sendiri memasuki dan menggabungkan banyak sumber-sumber media yang berbeda menawarkan pemahaman yang jauh lebih kaya hubungan antara bentuk media yang berbeda.

Menurut Jenkins, terdapat lima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi, yaitu a) Konvergensi ekonomi, terjadi ketika sebuah perusahaan mengontrol beberapa produk atau layanan dalam industri yang sama. b) Konvergensi sosial, terjadi ketika seseorang mengakses media konvensional secara daring dan pada saat yang sama melakukan komunikasi online berupa bertukar pesan teks dengan teman sekaligus juga mendengarkan musik. c) Konvergensi teknologi, menyatunya berbagai teknologi yakni ketika satu atau lebih media yang berbeda ditransformasikan ke dalam bentuk digital. d) Konvergensi budaya, terjadi ketika berbagai kisah mengalir ke berbagai macam bentuk media adalah satu komponen. Misalnya, sebuah novel yang menjadi serial televisi seperti *Band of Brothers*. e) Konvergensi global, proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya.

Dalam konvergensi media, media massa mengalami beberapa tahap perubahan, transformasi, dan bahkan bermetamorfosis. Perkembangan teknologi pada komunikasi massa bermula dari mesin cetak yang menghasilkan surat kabar dan buku. Teknik fotografi yang menghasilkan film. Teknologi gelombang elektromagnetik yang menghasilkan media radio dan televisi. Terakhir teknologi berbasis cyber seperti internet yang kemudian mempopulerkan istilah media baru (*new media*). Kehadiran internet secara tidak langsung berefek dan mengubah secara drastis dalam perkembangan media massa. Setidaknya internet memicu dua perubahan mendasar dalam lingkungan media massa. Pertama, perubahan proses jurnalistik, termasuk digitalisasi. Kedua, perubahan format

bentuk organisasi media. Jika sebelumnya beberapa media yang berdiri dengan organisasi dan manajemen sendiri, saat ini sudah tergabung dalam satu kesatuan yang disebut sebagai konvergensi. Makanya tidak heran jika beberapa media saat ini dinaungi beberapa bentuk berita *on-line*, *e-paper* dan siaran *on-line* bisa berbentuk live streaming atau bisa siaran dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi antara penyiar dan pendengar radio.

Selain itu perubahan bentuk pada organisasi media menghadirkan konvergensi media. Perubahan bentuk ini sebagai alternatif untuk bertahan dari perubahan zaman ke zaman karena kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Teoritikus konvergensi media Henry Jenkins (2006), mendefinisikan konvergensi sebagai penyatuan yang terus menerus terjadi di antara berbagai media seperti teknologi, industri, konten, dan khalayak. Hal ini terjadi secara terus menerus. Sementara itu, Burnett dan Marshall (2003:1) mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi dan komputer menjadi sebuah yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi yang berbentuk digital. Sama dengan dua definisi diatas, *Key Concept in Journalism Studies* menegaskan konvergensi media adalah pertukaran media diantara semua media yang berbeda karakteristik dan platformnya.

Konvergensi juga merupakan aplikasi dari teknologi digital, yaitu integrasi teks, suara, angka dan gambar. Dengan konvergensi media, berita yang dahulu disebut mengabarkan peristiwa yang

sudah terjadi. Kini definisi tersebut sudah berubah menjadi peristiwa yang sedang terjadi. Secara singkat, dapat dikatakan bahwasanya konvergensi media akan membawa konstruksi sosial media baru yang belum pernah ada sebelumnya.

Sementara itu Jepara adalah salah satu kota kecil di Jawa Tengah dan banyak radio baik radio profesional swasta, komunitas maupun radio yang di kelola oleh pemerintah daerah seperti halnya radio Kartini FM Jepara.

Tabel 1. Daftar Radio di Jepara

No.	Nama Radio	Frekuensi
1	Kartini FM	94,2
2	Suara Jepara	100,9
3	R-Lisa FM	94,7
4	Prima FM	104,0
5	Citra FM	50,0
6	Pop FM	97,3
7	Rawit FM	88,8
8	CBG89	89,1

Banyaknya radio swasta maupun komunitas yang ada di Kota Jepara ini tentu menjadi pemicu bagi radio Kartini FM. Radio Kartini FM tentu punya fans dan tanggung jawab besar karena radio satu-satunya di Kota Jepara di bawa naungan pemerintah daerah, tanggung jawab dalam muatan acara radio Kartini FM pada fans radio dan lingkup pemerintah Kota Jepara tentu lebih besar. Dengan bersaing ketat radio swasta yang ada di Kota Jepara dengan menggunakan perangkat canggih dan memanfaatkan perkembangan *cyber* mau tidak mau Radio Kartini FM juga harus mengikuti perkembangan teknologi dengan cara berkonvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru sehingga radio tetap bisa diterima dan di dengarkan para pendengarnya.

Sementara itu terdapat penelitian penelitian lain yang terkait dengan konvergensi media radio. Penelitian berjudul “Strategi Penyiaran Radio Songgolangit FM Ponorogo Dalam Memberikan Informasi Seputar Ponorogo Pada Program Acara Graha Warta”, karya Heri Surahmanto misalnya, membahas mengenai bagaimana strategi penyiaran yang digunakan oleh Radio Songgolangit FM dalam memberikan informasi di seputar Ponorogo menggunakan metode *citizenjournalism* dengan konsep AIDDA yakni *attention, interest, desire, secition*, dan *action* untuk mengajak pendengar lebih aktif. Kedua, terdapat juga artikel mengenai strategi konvergensi radio songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran ponorogo dimana dalam artikel tersebut menggambarkan radio swasta dalam berkonvergensi media semata-mata meningkatkan jumlah iklan sebagai penghasilan.

Dengan beberapa rujukan penelitian diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti Radio Kartini FM Jepara. Apakah radio Kartini FM Jepara dalam berkonvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru karena semata-mata kepentingan ekonomi atau ada tujuan lain di balik semua ini.

B. METODE

Pada penelitian ini, metode yang peneliti gunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif hanya akan memaparkan situasi atau peristiwa, sehingga peneliti tidak perlu mencari atau menjelaskan hubungan, serta tidak

menguji hipotesis. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menjelaskan suatu fenomena dengan sedalam-dalamnya, melalui pengumpulan data yang lebih mengutamakan kualitas bukan kuantitas data.

Penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektifnya didalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Kembali pada definisi diatas dikemukakan tentang peranan penting dari apa yang seharusnya diteliti, yaitu konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dirasakan oleh objek yang akan diteili yang dideskripsikan kedalam bentuk kata dan bahasa (Rakhmat, 2014: 12).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik satu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di Radio Kartini FM Jepara Jl. K.H. Fauzan, Pengkol VII, Pengkol, Kec. Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59415 dan Kantor Diskominfo Jepara Jl. Kartini No.1, Panggang I, Panggang, Kec. Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59411. Dan waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober sampai Desember 2021.

Data primer berupa observasi langsung ke Studio Radio Kartini FM Jepara Jl. K.H. Fauzan, Pengkol VII, Pengkol, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59415 dan Kantor Diskominfo Jepara Jl. Kartini No.1, Panggang I, Panggang, Kec. Jepara, Data primer juga berupa wawancara dengan orang-orang yang dianggap berpengaruh di Radio Kartini FM Jepara yaitu Ketua Dewan Pengawas Radio Kartini FM Pimpinan Diskominfo Jepara Bapak Arif Darmawan, S. Sos., M.H. dan Ibu Farida Agustina, S.Sos. selaku direktur umum di Radio Kartini FM Jepara. Terakhir terdapat juga data dokumentasi berupa dokumentasi sejarah radio, susunan organisasi, penyiar radio Kartini FM Jepara dan beberapa photo dokumentasi yang diabadikan oleh peneliti sendiri.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Akibat pesatnya perkembangan teknologi penyiaran, memicu persaingan ketat antara media radio satu dengan media radio lainnya, dimana radio merupakan media massa tradisional. Sehingga berbagai cara dilakukan agar tetap berjalan termasuk dengan cara berkonvergensi media. Peranan radio sebagai media tradisional harus bisa menuju media elektronik yang berteknologi modern agar terus dapat berfungsi sesuai kebutuhan masyarakat, mulai dari komunikasi pendidikan, informasi, ekonomi, dan hiburan (Syamsul & Romli, 2017: 13).

Sebelum diterapkan konvergensi media, media sosial yang dimiliki oleh Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Kartini FM Kabupaten Jepara berdiri pada tahun

1983 dan lebih dikenal masyarakat dengan nama Radio Kartini FM Jepara beroperasi atas ijin siar dari DISHUBTEL Prop. Jateng No. 482/3811/2005 dengan frequency 94,2 Mhz, serta ijin gangguan dengan nomor 503/16.TU/530.352 Th. 2004. Jangkauan siar Radio Kartini meliputi beberapa kota/ wilayah di Propinsi Jawa Tengah ini hanya Facebook saja, dan sebatas digunakan untuk media sosial tanpa memberitakan atau menyampaikan sebuah informasi materi siaran. Bahkan untuk memasang iklan hanya disampaikan melalui radio secara manual, bukan melalui media sosial sehingga mempengaruhi akan penghasilan iklan. Beda halnya ketika ada konvergensi media iklan akan mempengaruhi pendapatan yang cenderung naik.

Dengan mengambil positioning sebagai *The Best Information and Music Station*, Radio Kartini menempatkan komposisi 25% pada program siaran berita dari jumlah keseluruhan jam siar (18 jam). Program siaran berita meliputi straightnews, in depthnews maupun livereporting dengan titik berat pada peningkatan kualitas isi berita. Sedangkan 75% hiburan, pendidikan dan iklan.

Selaku radio yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Jepara radio ini memiliki struktur yang cukup unik. Radio dipimpin oleh Direktur Utama, Mujoko, dengan dibantu oleh Direktur Umum dan Direktur Program, yaitu Farida Agustina dan Puryono. Semua mereka ini diawasi oleh suatu Dewan Pengawas yang tidak lain adalah para pejabat dilingkungan Diskominfo Jepara. Ketua Dewan Pengawas adalah Arif Darmawan yang tidak lain adalah Kepala Diskominfo Jepara

Dengan struktur organisasi, penyiar radio dan program acara radio maka radio Kartini FM terus konsisten dan menyuguhkan acara radio di tengah badai kemajuan teknologi. Dengan kemajuan teknologi maka radio Kartini FM juga melakukan konvergensi media agar tidak kehilangan pendengar dan terus menjalankan tugasnya sebagai media radio.

Sementara itu berdasarkan observasi yang dilakukan terlihat dengan jelas proses konvergensi yang terjadi di Radio Kartini FM. Radio ini awalnya melaksanakan penyiaran radio dengan sistem manual, pemutaran lagu masih menggunakan kaset dan tape rekorder. Kemudian dengan dorongan dari Diskominfo Jepara radio ini dapat berkembang mengikuti perkembangan teknologi dan media baru. Radio Kartini FM kini sudah memiliki fasilitas *cyber* media seperti WA, FB, IG, Twitter dan lainnya. Artinya Radio Kartini FM sudah melakukan konvergensi dalam menghadapi transformasi media.

Radio Kartini FM Jepara saat ini sudah memiliki fasilitas dalam mendukung lancarnya sajian acara-acara radio untuk memudahkan para fans atau pendengar radio untuk berinteraksi melalui media baru seperti facebook Kartini FM Jepara, ig radio Kartini FM Jepara (@kartinifmjepara), Twitter Radio Kartini FM Jepara (@radiokartini) semua ini untuk para pendengarnya, hal ini merupakan bukti bahwa Radio Kartini FM Jepara telah berkonvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru untuk tetap bertahan sebagai radio di atas perkembangan teknologi yang semakin maju ini.

Proses konvergensi ini sendiri diakui langsung oleh Direktur Umum Radio Kartini FM Jepara, Farida Agustina, yang mengatakan bahwa Radio Kartini FM Jepara dikelola sesuai aturan dan juga mengikuti perkembangan teknologi saat ini. Sebagai pimpinan beliau juga selalu menekankan pentingnya kerja team dan selalu mengikuti media untuk mengikuti perkembangan teknologi.

Radio Kartini FM Jepara yang berada dibawah naungan Diskominfo Jepara juga tergolong lebih leluasa untuk mengikuti tuntutan teknologi tersebut karena mendapat sokongan dana dari Pemerintah Kabupaten Jepara.

Sementara itu latar belakang Pendidikan dari para pengelola juga ikut menentukan kesiapan dalam melakukan konvergensi. Diketahui bahwa baik Farida Agustina selaku Direktur Umum Radio Kartini FM Jepara dan Arif Darmawan selaku Kepala Diskominfo Jepara adalah sama-sama berlatar belakang Pendidikan Ilmu Komunikasi. Hal ini tentu mendukung kesiapan dalam melakukan konvergensi media dan kebutuhan-kebutuhannya dalam media radio.

Untuk mencapai keberhasilan dalam proses konvergensi ini, sebuah media penyiaran harus mampu menerapkan 3M yang merupakan strategi konvergensi media, agar dapat menerapkan dengan baik, yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform (Susilo, 2019: 27-28). Ketiga strategi konvergensi media tersebut harus berkaitan, tidak hanya menerapkan salah satunya saja. Hal tersebut adalah satu kesatuan yang harus dijalankan secara bersama. Begitu juga dengan Radio Kartini

FMJepara yang mampu menerapkan strategi konvergensi media untuk memperluas audiens agar dapat terus bersaing di tengah ketatnya industri penyiaran di Jepara saat ini.

Konvergensi yang dilakukan oleh radio Kartini FM sendiri bukan merupakan strategi untuk meraup keuntungan, karena radio kartini dibawah Diskominfo Jepara telah memiliki anggaran tersendiri. Artinya konvergensi ini semata-mata dilakukan agar Radio Kartini FM di jepara terus berjalan dan bermanfaat bagi masyarakat.

Dampak dari konvergensi ini sendiri sangatlah dirasakan oleh Radio Kartini FM Jepara. Indra Sadewa, selaku salah satu penyiar di Radio Kartini FM Jepara mengatakan bahwa konvergensi sangat berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah pendengar. Dengan pemanfaatan media seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, Radio Kartini FM tidak pernah kekurangan pendengar karena cenderung naik. Pendengar acara Radio Kartini FM dulu sebelum berkonvergensi media rata-rata 10-20 orang setiap jamnya dengan adanya media Facebook, Twitter, dan instagram bisa terlihat di atas rata-rata yakni 50-100 orang perjam bahkan bisa lebih.

D. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam berkonvergensi media Radio Kartini FM Jepara tidak serta merta mencari keuntungan melainkan menjalankan Undang-Undang Penyiaran No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan fungsi siaran radio itu sendiri yaitu (1) sarana hiburan, (2) sarana penerangan, (3) sarana pendidikan.

Dari kelima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi radio kartini FM Jepara dalam berkonvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru adalah mengedepankan konvergensi, sosial, teknologi, budaya dan global dibandingkan pada konvergensi ekonomi semata.

Radio Kartini FM juga mendapat efek yang baik dalam penggunaan media sosial dalam berkonvergensi media. Ini bisa terlihat konsistensi pendengar dan cenderung naik karena bisa menggunakan media sosial dalam mendengarkan acara radio di Kartini FM Jepara.

E. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dialami team peneliti dan dapat menjadi beberapa faktor, agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang biar lebih mendapatkan penelitian yang lebih sempurna,

Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain:

1. Jumlah responden masih terbatas yaitu orang yang punya jabatan dalam organisasi radio kartini sehingga data wawancara kurang begitu luas.
2. Penelitian ini masih seputar konvergensi radio kartini dalam menghadapi transformasi media baru, sehingga hasil setelah berkonvergensi media, radio kartini bertujuan kemana itu perlu ada pengembangan dalam penelitian lagi.
3. Belum bisa melibatkan responden yaitu fans radio kartini secara

langsung dan menyeluruh. Ini masih sekedar lingkup kecil lewat media sosial sehingga keberhasilan radio kartini berkonvergensi media dalam menghadapi transformasi media baru belum bisa terukur seratus persen.

DAFTAR PUSTAKA

- Syamsul, Asep & Romli, M. (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Burnett, R., & P.D. Marshall. (2003). *Web Theory: An Introduction*. London: Routledge.
- Calhoun, Melalui http://journal.bakrie.ac.id/index.php/jurnal_ilmiah_ub/article/view/1051
- Susilo, Deby Rizky. (2019). *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Lampungpost.id. Lampung: Universitas Lampung.
- Cangara, Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jenkins, Henry. et. Al. (2009). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Massachusetts: MIT Press. Collide. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry, 2008, "Convergence Culture: Where Old And New Media Collide". New York and London: New York University Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek* Bogor: Ghalia Indonesia.