

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO WALISONGO 95.6 FM  
PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

Eko Agus Prasetyo

1601026083

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2020**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 bendel  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Eko Agus Prasetyo  
NIM : 1601026083  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi Penyiaran Islam/Radio Dakwah  
Judul : Media Online Sebagai Strategi Konvergensi Radio  
Walisongo 95.6 FM Pekalongan

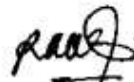
Dengan ini kami setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 4 Mei 2020

Pembimbing,



Dr. H. Najahat Musyafak, M.A.  
NIP. 19701020 199503 1 001

## SKRIPSI

# STRATEGI KONVERGENSI RADIO WALISONGO 95.6 FM PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE

Disusun Oleh:  
Eko Agus Prasetyo  
1601026083

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 15 Mei 2020  
dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

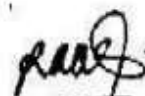
### Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I



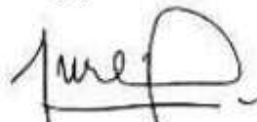
H. M. Alfandi, M. Ag.  
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris/ Penguji II



Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.  
NIP. 19701020 199503 1 001

Penguji III



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Pd.  
NIP. 19660513 199303 1 002

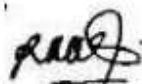
Penguji IV



Nilnan Ni'mah, M.S.I  
NIP. 19800202 200901 2 003

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.  
NIP. 19701020 199503 1 001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal, 10 Juli 2020



Dr. H. Iyas Supena, M.Ag.  
NIP. 19720410 200112 1 003

## **PERNYATAAN**

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Eko Agus Prasetyo

NIM : 1601026083

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat karya yang pernah dijadikan untuk memperoleh gelar kerjasama di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 4 Mei 2020  
Penulis

Eko Agus Prasetyo  
NIM : 1601026083

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada hambanya. Shalawat dan salam selalu terucap kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu. Adapun ucapan terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag., Selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan izin dalam pembahasan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Najahan Musyafak, M.A. Selaku wali studi dan pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberi bimbingan dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak H. M. Alfandi, M.Ag. Selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah bersedia memberikan semangat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nilnan Ni'mah, M.S.I. Selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah bersedia memberikan semangat dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para Dosen dan Staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Terimakasih untuk dewan penguji sidang munaqosah Bapak H. M. Alfandi, M.Ag. (Ketua Sidang), Dr. H. Najahan Musyafak, M.A. (Skretaris Sidang), Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd (Penguji I), Nilnan Ni'mah, M.S.I (Penguji II)

8. Bapak Slamet Utarono, A.Md dan Ibu Maryati orangtua yang hebat selalu berjuang untuk kebahagiaan anak-anaknya, terimakasih segala doa dan usahanya untuk membesarkan saya dan adik saya.
9. Dwi Rama Prestis, adik yang selalu membuat saya belajar untuk menjadi kaka yang baik.
10. Sahabatku dari jaman putih abu-abu sampai sekarang Ahmad Muhkroni dan Arif Ibrahim, terimakasih sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah dalam menjalani kehidupan.
11. Sobat Until Jannah : Mba Anis, Ning Rohmah, Makde, Devi, Bundes terimakasih sudah menjadi semangat saya untuk nderes (Al-Qur'an), semoga kita selalu istiqomah aamiin.
12. Teman-Teman Unstoppbleclass 2016, terimakasih sudah menemani dalam mencari Ilmu di UIN Walisongo Semarang.
13. Rekan-Rekan Walisongo Tv dan MBS FM semua angkatan yang telah menemani saya belajar diindustri penyiaran.
14. Terimakasih TIM PPL Minor di BPMRPK Yogyakarta, 30 harinya sangat bermanfaat dan berkesan.
15. Terimakasih TIM PPL Mayor di Boyolali, 10 hari yang tidak akan saya lupakan belajar berdakwah ditengah-tengan masyarakat Simo Boyolali.
16. Terimakasih 45 harinya TIM KKN Posko 43 Lanjan Sumowono Semarang sangat berkesan dan akan selalu saya rindukan kehangatan kalian.
17. Terimakasih teman-teman kerja di Pujasera Ngaliyan Mb lika, Mb hindun, Retno dan Zai sudah jadi tempat berkeluh kesah dalam menyelesaikan 120 Sks.
18. Rekan-rekan kerja di SAT NAYA H779 Brand Semarang, PT. Sumber Alfaria Trijaya, tbk. Sudah menjadi rumah kedua, Terimakasih Pak arif, Pak Ir, Pak Son, Mb anita, Mb bella, Mas pras, Mas arya, Mb Endang, Mb sunita, sudah mengajarkan hidup yang sesungguhnya.

Akhir kata peneliti berharap semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan baik materi maupun non materi mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari

kesempurnaan, maka diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang.

Semarang, 4 Mei 2020  
Penulis

Eko Agus Prasetyo  
NIM : 1601026083

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

-Kedua orang tuaku tercinta dan tersayang-

Bapak Slamet Utarono A.Md. dan Ibu Maryati

*“Apa yang sudah saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air matanya. Terimakasih atas segala dukungan kalian baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk bapak dan ibu, dan semoga dapat membahagiakan kalian.”*

-Teruntuk Adiku Tersayang-

Dwi Rama Prestis

*“Untuk adiku dede rama, tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu dengan adiku. Walaupun saat dekat kita sering bertengkar, tapi saat jauh kita saling merindukan. Terimakasih untuk bantuan dan semangatnya, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakanmu.”*

-Dosen Pembimbing Terfavorit-

Bapak Dr. H. Najahan Musyafak, M.A.

*“Kepada Bapak Najahan selaku dosen pembimbing saya yang paling baik dan bijaksana, terimakasih karena sudah menjadi orang tua kedua saya di Kampus. Terimakasih atas bantuannya, nasehatnya, dan ilmu yang selama ini dilimpahkan pada saya dengan rasa tulus dan ikhlas.”*

-Sahabat dan seluruh teman di kampus tercinta-

Untoppableclass 2016

*“Tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi baaa-biasa saja, maaf jika banyak salah dengan maaf yang tak terucap. Terimakasih untuk support dan luar biasa, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik”*

-Teruntuk Almamaterku-

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Walisongo  
Semarang



## **MOTTO**

*Urip Kuwi Urup* “ Hidup itu Nyala “

( Kanjeng Sunan Kalijaga )

## ABSTRAK

Skripsi berjudul “Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online” merupakan penelitian yang menjabarkan tentang strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media *online* dalam mempertahankan media konvensional dan untuk menghadapi persaingan industri media radio yang memanfaatkan teknologi baru yaitu internet. Munculnya internet di era digitalisasi membuat media penyiaran radio harus beradaptasi untuk tetap eksis, karena masyarakat mulai meninggalkan media konvensional dan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu misalnya mengakses internet dan mendengarkan radio. Fenomena ini membuat salah satu radio konvensional mulai kehilangan pendengarnya yaitu Radio Walisongo, untuk bertahan hidup, mengcover semua pendengar, serta bersaing dengan industri media penyiaran lainnya di era digitalisasi. Salah satu yang dilakukan radio ini adalah memanfaatkan teknologi baru yaitu internet dengan melakukan mediamorfosis dari radio analog ke digital dengan bentuk konvergensi media. Konvergensi media yang dilakukan Radio Walisongo adalah menggabungkan media internet dengan media radio dalam satu *platform* yaitu media *online*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari empat komponen : *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* yang bertujuan untuk menganalisis strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media online yang menggunakan teori strategi konvergensi media Roger Fidler berupa Koevolusi, Konvergensi dan Kompleksitas dalam upaya mempertahankan radio analog di era digitalisasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara langsung terhadap pihak manajemen Radio Walisongo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan berdasarkan teori strategi Rojer Fidler yang diterapkan di Radio Walisongo belum maksimal, karena dalam penerapan strategi konvergensi media : koevolusi dan konvergensi seperti perubahan media analog ke digital, penggabungan media konvensional dengan media baru belum berjalan dengan baik. Meski demikian Radio Walisongo tetap bisa bertahan di era digitalisasi dalam memanfaatkan media *online* agar lebih dekat dengan pendengarnya salah satunya dengan strategi konvergensi media yaitu kompleksitas, antara lain media *online* yang digunakan oleh pihak radio adalah Website, App Mobile , Facebook, Twitter dan Instagram. Media tersebut digunakan untuk mempromosikan program-program acara di Radio Walisongo, menambah jangkauan siaran untuk mengcover pendengar yang berada diluar siaran analog, mengajak pendengar untuk lebih aktif saat siaran on air di berbagai fitur media sosial salah satunya Instagram seperti Insta Story dan Live Instagram, sebagai media berdakwah di era digitalisasi dengan memposting video dakwah dan quotes-quotes Islami di media sosial.

**Keyword :** Strategi Konvergensi Media, Media Penyiaran Dakwah, Media Online

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	6
E. Metode penelitian.....	9
<b>BAB II : STRATEGI KONVERGENSI RADIO MELALUI MEDIA ONLINE</b>	
A. Strategi Konvergensi Radio .....	17
1. Strategi.....	17
2. Strategi Komunikasi dan Penyiaran Radio .....	17
a) Strategi Komunikasi .....	17
1) Mengetahui Khalayak .....	18
2) Menyusun Pesan .....	18
3) Menetapkan Metode.....	19

4) Pemilihan Media Komunikasi.....	19
b) Strategi Penyiaran Radio .....	20
1) Perencanaan Program Siaran.....	20
2) Produksi dan Pembelian Program .....	21
3) Eksekusi Program .....	22
4) Pengawasan dan Evaluasi Program.....	23
3. Strategi Konvergensi Media .....	23
a) Koevolusi .....	24
b) Konvergensi .....	25
c) Kompleksitas .....	25
4. Unsur-Unsur Dakwah .....	26
5. Bentuk-Bentuk Dakwah .....	28
B. Media Online.....	29
1. Pengertian Media Online .....	30
2. Karakteristik Media Online .....	30
3. Jenis-Jenis Media Online.....	31

**BAB III : STRATEGI KONVERGENSI RADIO WALISONGO 95.6 FM  
PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE**

A. Profil Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan .....	34
1. Sejarah Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan .....	34
2. Profil Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan.....	34
3. Visi Misi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan.....	35
4. Struktur Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan.....	35
5. Program Acara Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan.....	37
B. Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online .....	38
1. Koevolusi.....	38
2. Konvergensi.....	41
3. Kompleksitas .....	43
a) STL ( <i>Studio-transmitter link</i> ) .....	43

b) Website .....	45
c) App Mobile .....	46
d) Media Sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram).....	47

**BAB IV : ANALISIS TERHADAP STRATEGI KONVERGENSI RADIO  
WALISONGO 95.6 FM PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE**

A. Koevolusi .....	61
B. Konvergensi .....	63
C. Kompleksitas.....	68
D. Analisis SWOT Strategi Konvergensi Radio Walisongo Melalui Media Online.....	76

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	78
B. Saran.....	79
C. Penutup.....	80

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**BIODATA PENULIS**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Program Acara Harian .....	36
Tabel 1.2. Program Acara Mingguan .....	36
Tabel 1.2. Program Acara Spesial Ramadhan.....	37
Tabel 2.1. Jumlah Pengikut Akun Media Online Radio Walisongo 95.6 FM..	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Penyiaran Radio Walisongo.....	38
Gambar 2.1.Fitur Instastory dan Postingan Instagram.....	41
Gambar 3.1.Aktifitas Siaran Analog.....	43
Gambar 4.1.Website Radio Walisongo.....	44
Gambar 5.1. App Mobile Radio Walisongo.....	45
Gambar 6.1. Beranda Facebook Radio Walisongo .....	46
Gambar 7.1. <i>Feedback Follower</i> Facebook Radio Walisongo .....	47
Gambar 8.1. Beranda Twitter Radio Walisongo .....	48
Gambar 9.1. Beranda Instagram Radio Walisongo .....	50
Gambar 10.1. <i>Content</i> Instagram Radio Walisongo 95.6 FM .....	51

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Digitalisasi penyiaran merupakan peluang untuk memperluas dan mengembangkan layanan penyiaran bagi pendengar dan penonton. Digitalisasi penyiaran adalah suatu keniscayaan untuk memajukan industri radio dan televisi yang masih berbasis sistem siaran analog. Digitalisasi penyiaran diperlukan seiring dengan kemajuan zaman yang membentuk serba sempurna, ringkas, dan cepat. Digitalisasi telah menguasai kehidupan masyarakat, Wira Respati (2014: 39) mengungkapkan bahwa digitalisasi merupakan transformasi masyarakat informatif yang secara memaksa dari bentuk analog ke digital. Digitalisasi tidak hanya berpengaruh pada aspek kehidupan masyarakat, melainkan juga berpengaruh pada media massa.

Munculnya teknologi serta internet di era digitalisasi ini, membuat perubahan yang cukup besar pada media massa, perubahan ini berupaya memanfaatkan lahirnya teknologi dan internet sebagai rekan kerja baru bagi media massa. Dengan memanfaatkan teknologi serta Internet, media massa membuat media baru sebagai bagian untuk merespon peluang yang ada. Hal itu terbukti dengan banyaknya media konvensional, seperti media cetak, televisi, dan radio berupaya memanfaatkan kehadiran teknologi serta Internet sebagai peluang untuk menggunakan media baru berupa teknologi, sebagai alat serta Internet sebagai basis medianya. Hal itu dapat dilihat dengan maraknya media *online*, *e-paper*, *e-book*, *radio streaming*, *Tv Streaming*, media sosial dan lain sebagainya yang sudah berkembang pesat. (<http://kompasiana.com>, diakses 24 Oktober 2019)

Salah satu media massa yang memanfaatkan media baru untuk tetap memberikan informasi kepada masyarakat di era digitalisasi adalah radio. Karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik sendiri seperti kekuatan suara, musik, dan efek suara (Romli, 2009: 17) namun seiring berjalannya waktu radio



konvensional mulai kehilangan pendengarnya karena munculnya media baru/internet di era digitalisasi. Saat ini radio konvensional dihadapkan dengan berbagai macam media yang mengalami perkembangan akibat digitalisasi.

Jaringan internet yang mudah diakses oleh masyarakat menjadi jalan alternatif penggunaan media *online* untuk memperoleh berbagai informasi dengan cepat sehingga popularitas media *online* semakin merangkak naik. Merujuk pada hasil survei Asosiasi penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) di Indonesia 2018, jumlah pengguna internet di tanah air mencapai 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari total penduduk 264,16 juta jiwa. Penelitian yang dilakukan Forrester tahun 2007 menunjukkan *audience* dan perhatian bergeser ke channel *online* dengan temuan 52% warga Eropa biasanya melakukan aktifitas *online* di rumah, sekitar 36% penggunaan internet di Eropa mengurangi menonton TV, 28% mengurangi membaca koran dan majalah, 17% mengurangi aktifitas mendengarkan radio sejak adanya radio *online* (Lewis, 2009 : 162).

Berdasarkan fakta tersebut dapat dikatakan bahwa revolusi informasi secara signifikan merubah promosi pemasaran tradisional menuju pemasaran yang disesuaikan dengan teknologi baru (*internet, mobile, dan media online*). Bahkan media surat kabar, TV, dan radio tidak lengkap jika tidak memiliki layanan media *online*. Kebutuhan akan informasi sudah menjadi hal penting bagi masyarakat. Untuk itu, radio konvensional berusaha memenuhi kebutuhan tersebut. Radio konvensional mempunyai peran ideal dalam proses komunikasi sosial masyarakat sebagai media publik yang mawadahi kebutuhan para pendengarnya, antara lain : informasi, pendidikan, dan hiburan (Masduki, 2001).

Perkembangan media selain radio konvensional ke ranah digital mampu menarik perhatian khalayak sehingga sumber informasi yang diperoleh masyarakat tidak hanya bertumpu pada radio konvensional. Inilah yang menjadi tantangan bagi radio konvensional untuk bisa mempertahankan pendengarnya, mengingat digitalisasi merambat pada

sendi-sendi kehidupan masyarakat. Kemudian mengakses informasi melalui jaringan internet membawa kebiasaan baru bagi masyarakat untuk gemar mengakses media *online*. (Wurinanda, 2016)

Radio bisa memenuhi tantangan yang ada di era digitalisasi dengan memiliki jangkauan yang cukup luas jika menggunakan teknologi *streaming*, hingga dapat menjangkau ke seluruh dunia, Tidak hanya memperluas jangkauannya saja melihat masyarakat Indonesia mayoritas adalah muslim sebuah peluang untuk radio berdakwah menggunakan media *online*. Lahirnya media baru seperti internet membuat masyarakat sangat mudah mengakses segala informasi, didukung dengan kemajuan teknologi informasi yang serba cepat dan mudah. Pada era media baru ini salah satu dari media massa yaitu radio harus beradaptasi dengan media baru. Radio dapat menggunakan media baru sebagai *platform* untuk lebih dekat dengan pendengarnya, bahkan akan terasa lebih mudah bagi pendengar untuk mencari informasi tentang radio kesukaannya. (Anindita, 2017: 36)

Salah satu wujud signifikan kemajuan teknologi adalah fenomena konvergensi media. Menurut Albert (2018: 10) konvergensi media adalah fenomena bergabungnya berbagai media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah yang meliputi media cetak maupun media elektronik (misalnya televisi, radio, surat kabar, dan komputer) menjadi satu kedalam sebuah media tunggal untuk diarahkan dan digunakan dalam satu tujuan. Dimana masyarakat akan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, misalnya mengakses internet dan mendengarkan radio.

Chrisari dan Royan (2017: 370) dalam jurnal Eksistensi Radio Swasta mengatakan untuk mempertahankan eksistensinya, sebuah stasiun radio harus mampu membuat konten acara yang dikemas semenarik mungkin. Keberhasilan sejati media penyiaran ditopang oleh seberapa bagus kreatifitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yaitu teknik, program dan pemasaran. Kesuksesan dalam mempertahankan loyalitas mendengar juga tergantung pada kualitas

sumber daya manusia di ketiga bidang pokok tersebut. Karena itulah strategi dalam sebuah perusahaan penyiaran radio itu diperlukan. Pada penelitian ini, peneliti memilih Radio Walisongo untuk dijadikan objek penelitian. Radio Walisongo merupakan salah satu radio tertua di Pekalongan dengan radio hiburan/komersil akan tetapi masih mempertahankan pada segi keagamaannya yang telah aktif dalam menggunakan sejumlah media *online* bahkan beberapa darinya cenderung aktif. Keaktifannya dalam dunia internet ini membuktikan bahwa adanya kesadaran Radio Walisongo akan perkembangan teknologi di era digital karena tidak memungkinkan jika Radio Walisongo masih tetap menggunakan media konvensional yang *rating* pendengarnya di bawah 800 pendengar ditengah era digitalisasi, radio ini akan kehilangan pendengarnya dan akan tersisihkan dengan persaingan di media penyiaran radio yang mulai memanfaatkan hadirnya teknologi baru yaitu internet. (Didik Baim, Wawancara, 12 Juli 2019)

Radio Walisongo sudah menggunakan media *online* dalam waktu yang cukup lama semenjak tahun 2005. Awal mulanya radio ini bernama Radio Pendidikan Tinggi Dakwah Islam (PTDI) yang sudah berumur 50 tahun dihitung sejak peresmian siaran perdana 7 juni 1969 dan belum menggunakan media *online* apapun. Radio PTDI ini adalah warisan berharga dari para tokoh serta sesepuh masyarakat Pekalongan, sebagai radio dengan misi pendidikan Islam. Kemudian di tahun 2005 berganti nama menjadi Radio Walisongo dengan misi dakwah *modern*. (Didik Baim, Wawancara, 12 Juli 2019)

Radio Walisongo sudah mulai menggunakan media *online* sebagai sarana berinteraksi dengan pendengar setianya, beberapa media *online* yang digunakan yaitu Website, App Mobile, Facebook, Instagram, dan Twitter. Radio Walisongo cukup aktif di media *online* Website, App Mobile, Facebook, Instagram, namun di media sosial Twitter Radio Walisongo kurang mendapatkan respon positif, dapat dilihat dari jumlah pengikut yang cenderung sedikit dan kurangnya respon dari warganet pada

setiap unggahannya, dilihat dari *rating* pendengar di app mobile dan website yang mencapai 800-1.000 pendengar disetiap program yang disiarkan, *followers* instagram yang berjumlah 856 pengikut, *followers* twitter 544 pengikut, dan *followers* facebook berjumlah 1.800 pengikut. (Didik Baim, Wawancara, 12 Juli 2019)

Media radio yang sebelumnya bersifat analog atau konvensional kini beralih ke digital, dimana informasi seputar radio akan lebih mudah didapatkan dalam media *online*. Radio yang dulu kita kenal hanya sebagai media penyiaran, kini dapat dinikmati dalam media digital. Van Dijk menjelaskan bahwa media mengalami konvergensi antara penyiaran dengan jaringan sebagai medium atau yang nanti dikenal sebagai revolusi media. Revolusi media yang dimaksud adalah dimana media yang lebih tua dihadirkan kembali dalam bentuk yang lebih menarik dan interaktif atau digital. Ruli Nasrullah dalam bukunya *Media Sosial : Prespektif, Budaya, dan Sositoteknologi* (2015:11) Meike&Young menjelaskan bahwa konvergensi media diperlukan untuk mempertahankan media konvensional. Selain itu adanya konvergensi media menimbulkan populasi industri media yang bersaing dan berkompetisi.

Maka disinilah ketertarikan penulis pada strategi konvergensi yang dilakukan oleh Radio Walisongo dalam menghadapi persaingan industri media radio di Kota Pekalongan saat ini. Ditengah persaingan setiap stasiun radio yang telah memanfaatkan media *online*, Radio Walisongo berinovasi dengan mengandalkan perkembangan teknologi untuk tetap menarik minat pendengar. Penelitian yang akan dilakukan adalah untuk melihat media *online* dalam mempertahankan media konvensional, khususnya Radio Walisongo di Kota Pekalongan. Peneliti juga ingin mengetahui apakah dengan menggunakan media *online* media Radio Walisongo dapat bertahan ditengah perkembangan zaman yang semakin *modern* dan menuju kearah digital. Berdasarkan pertimbangan dan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, penulis mengambil judul

“Strategi Konvergensi Pada Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online”

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang ditulis, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media *Online*?

### **C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media *Online*

Selanjutnya dengan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini dapat diperoleh manfaat, sebagai berikut :

#### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi penambahan referensi keilmuan bagi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) terutama Konsentrasi Radio Dakwah, serta menambah khazanah kepustakaan dan bisa dijadikan salah satu bahan studi banding oleh peneliti lainnya.

#### 2. Secara Praktis

Dengan adanya hasil penulisan karya ilmiah (skripsi) ini, diharapkan semoga dapat bermanfaat secara praktis bagi pihak pengelola radio dan *digital management* khususnya, maupun bagi para pengusaha bisnis yang bergerak dalam bidang penyiaran lainnya sebagai referensi yang berharga guna dijadikan bahan untuk senantiasa mengambil langkah-langkah konkrit dan melakukan berbagai terobosan yang lebih baik dalam upaya melakukan penyiaran, khususnya bidang dakwah Islam.

### **D. Tinjauan Pustaka**

Dalam tinjauan pustaka ini akan penulis kemukakan judul yang mungkin ada relevansinya dengan judul skripsi ini:

*Pertama*, penelitian Yasinta Ardiyani (2019) yang berjudul: “Strategi Dakwah Radio Dais 107.9 FM Masjid Agung Jawa Tengah pada Program siaran “Nada Taqwa”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Nada Taqwa menggunakan beberapa strategi untuk menyampaikan pesan dakwahnya yaitu menentukan jadwal siaran serta memahami sasaran dakwah, menentukan metode dakwah yang digunakan, dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan dakwah dalam program Nada Taqwa.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian saudara Yasintha Ardiyani memiliki kesamaan tempat penelitian yaitu sama-sama meneliti radio dakwah. Perbedaan dari penulis dengan penelitian saudara Yasintha Ardiyani yaitu tentang pembahasannya, saudara Yasintha Ardiyani tentang bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh program Nada Taqwa sedangkan penelitian penulis membahas tentang media *online* sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM.

*Kedua* penelitian Isnawati (2018) yang berjudul : “Aktivitas Dakwah Felix Y. Siauw Pada Media Sosial Twitter”. Hasil penelitian ini adalah bentuk dakwah Felix Y. Siauw adalah dakwah *Bil Qalam* yaitu menyampaikan dakwah dengan tulisan atau menulis postingan pada twitter, sedangkan model dakwah Felix Y. Siauw adalah dakwah bermedia, yaitu menggunakan twitter sebagai media penyampaian materi dakwah.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian saudara Isnawati memiliki kesamaan metodologi penelitian yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Perbedaan dari penulis dengan penelitian saudara Isnawati yaitu tentang objek yang diteliti jika saudara isnawati meneliti aktivitas dakwah di media sosial twitter sedangkan penulis meneliti media online seperti instagram, facebook, twitter, app mobile, dan website sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM.

*Ketiga* penelitian yang dilakukan oleh Iva Reviani (2019) dengan judul Strategi Dakwah Radio Suara Semarang FM Dalam Mempertahankan Program Dakwah Di Era Konvergensi Media, Hasil dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang dilakukan oleh program dakwah di Suara Semarang FM , dapat mempertahankan siaran dakwah dan memperluas pendengar selain secara konvensional, penayangan siarannya melalui streaming di internet.

Penelitian yang dilakukan oleh Iva Reviani berfokus tentang bagaimana Strategi Dakwah Radio Suara Semarang FM Dalam Mempertahankan Program Dakwah Di Era Konvergensi Media, persamaan penelitian Iva Reviani dengan penelitian peneliti sama-sama meneliti di Radio Dakwah. Perbedaannya terletak pada fokus dan teori, penelitian Iva Reviani fokus Strategi Dakwah Radio Suara Semarang FM Dalam Mempertahankan Program Dakwah Di Era Konvergensi Media dengan teori Strategi Positioning sedangkan peneliti fokus pada media online sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan dengan menggunakan teori Strategi Komunikasi : Mengetahui Khalayak, Menyusun Pesan, Menerapkan Metode (Metode Informasi, Metode Persuasif, Metode Edukatif), dan Pemilihan Media Komunikasi.

*Kempat* skripsi yang ditulis oleh Sugiyanto (2017) dengan judul “Upaya Radio Suara Parangtritis dalam Mempertahankan Eksistensi pada Frekuensi AM” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Memberikan kesimpulan bahwa berkembang tidaknya sebuah stasiun radio itu sangat tergantung sekali oleh kualitas gelombang frekuensi yang telah ditentukan FM atau AM yang tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kemudian dalam mempertahankan eksistensinya, radio Suara Parangtritis menyajikan program siaran yang berbeda dengan radio lain yaitu program yang banyak menyajikan acara yang berhubungan dengan dunia pariwisata dan budaya. Program siaran tersebut dikemas dengan menyajikan insert-insert pada setiap program yang disajikan.

Penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian saudara Sugiyanto memiliki kesamaan obyek penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama meneliti media radio. Perbedaan Radio Walisongo 95.6 FM menggunakan frekuensi FM, sedangkan Suara Parangtritis menggunakan frekuensi AM.

*Kelima* penelitian yang dilakukan oleh Riesly Dwi Yanti (2016) dengan judul Strategi Penyiaran Radio Komunitas Di Era Konvergensi (Studi Deskriptif Kualitatif, Strategi Penyiaran Radio Komunitas Love Jogja 107.7 FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Konvergensi). Hasil dari penelitian ini adalah bentuk strategi Radio Komunitas Love Jogja 107.7 FM Seperti menempatkan program-program acaranya, sesuai dengan kebiasaan pendengar. Selain itu bekerjasama dengan instansi pemerintah dan mengadakan kuis berhadiah agar menarik perhatian pendengar.

Penelitian yang dilakukan oleh Riesly Dwi Yanti berfokus tentang bagaimana Strategi Penyiaran Radio Komunitas di Era Konvergensi, persamaan penelitian Riesly Dwi Yanti dengan penelitian peneliti sama di era konvergensi media. Perbedaannya terletak pada objek yang penelitian Riesly Dwi Yanti di radio komunitas sedangkan peneliti objeknya di radio swasta.

Dari referensi–referensi di atas penulis tidak melakukan pengulangan dari penelitian yang telah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang “Media *Online* Sebagai Strategi Konvergensi Pada Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan”.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan (Suharismi,1995: 58) sedangkan menurut Suryasubrata, penelitian lapangan bertujuan mempelajari secara intensif latar belakang, keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan



suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat (Suryabrata, 1998:22)

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana menurut Bodgan dan Taylor, metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan (Moleong, 2005:4).

Adapun pendekatan penelitian ini adalah pendekatan analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*) adalah suatu bentuk analisis yang digunakan untuk membantu suatu penyusunan rencana, analisis ini biasanya digunakan oleh suatu manajemen atau organisasi yang sistematis untuk mencapai tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. (Rangkuti, 2015)

Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2012: 9). Metode kualitatif juga dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu di balik fenomena yang sedikit pun belum diketahui dan dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui serta memberikan rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode-metode lain. (Strauss, 2003: 5).

## 2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan konsep penelitian atas variabel-variabel atau aspek utama dalam tema penelitian yang disusun atau dibuat berdasarkan teori-teori yang telah diterapkan. Dalam penelitian

ini penulis mengangkat judul *Media Online* Sebagai Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan :

a) Media Online

Media *online* adalah segala jenis media atau sarana komunikasi yang tersaji secara *online* melalui koneksi internet, seperti yang digunakan oleh Radio Walisongo terdiri dari *app mobile*, *website* dengan alamat [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com), media sosial terdiri dari facebook, twitter, dan instagram.

b) Strategi Konvergensi Media

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan dan manajemen dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya mencakup perencanaan program siaran, produksi dan pembelian program, eksekusi program dari suatu stasiun siaran untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi dalam penelitian ini mencakup mengenal khalayak, menyusun pesan, menerapkan metode (metode informatif, metode persuasif, metode edukatif) , dan pemilihan media komunikasi.

Strategi Konvergensi media dalam penelitian ini merupakan penggabungan media massa yaitu radio yang digabung dengan media baru yaitu internet, yang digabungkan menjadi satu kedalam sebuah media tunggal yaitu media *online* untuk diarahkan dan digunakan dalam satu tujuan dimana masyarakat akan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, yaitu mengakses internet dan mendengarkan radio.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membahas suatu rancangan dalam mempertahankan media konvensional Radio Walisongo melalui media *online* dalam

perkembangan zaman yang semakin *modern* dan menuju kearah digital ini dapat diterima dan bertahan.

### 3. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan (Arikunto, 2002 : 172).

Pada tahap ini peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat data utama (primer) dan data pendukung (sekunder). Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertanyaan sedangkan data *skunder* adalah data yang sudah tersusun dan sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen (Suryabrata, 1998 : 39).

#### a) Sumber data primer

Hasil wawancara dari pimpinan radio, pimpinan management, digital management Radio Walisongo.

#### b) Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data pendukung atau pelengkap dari data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diantaranya adalah buku-buku, jurnal, dokumentasi, arsip-arsip dan sumber-sumber lain yang ada relevansinya terhadap penelitian ini.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Tanzeh, 2009: 57), untuk dapat mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan maka kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### a) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Hadi, 1991: 136). Dalam hal ini penulis mengadakan peninjauan dan penelitian langsung ke lingkungan kerja Radio Walisongo untuk mengumpulkan dan memperoleh data dari media *online* sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo.

b) Wawancara

Wawancara yakni sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interviewer) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Arikunto, 2002: 132) . Wawancara ini dilakukan secara terprogram, yaitu dengan mengajukan pertanyaan yang sudah ditentukan dalam waktu yang panjang dan dalam perbincangan itu dapat dibahas secara tuntas permasalahan yang diangkat. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa saja media *online* yang di gunakan oleh Radio Walisongo. Untuk mendapatkan pengetahuan secara jelas tentang penggunaan media *online* sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo peneliti mewawancarai beberapa pihak. Diantaranya pimpinan radio, pimpinan management, digital management Radio Walisongo.

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Arikunto adalah suatu cara untuk mencari data mengenai hal-hal atau yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Suharismi, 1995: 236)

Teknik ini digunakan untuk mengetahui atau menjelaskan dan menguraikan apa-apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen. Penggunaan teknik ini untuk mengungkapkan data-data mengenai:

(a) Sejarah Radio Walisongo 95.6 FM

(b) Profil Radio Walisongo 95.6 FM

- (c) Struktur organisasi Radio Walisongo 95.6 FM
- (d) Visi Missi Radio Walisongo 95.6 FM
- (e) Program acara Radio Walisongo 95.6 FM, baik program acara *on air* dan *off air*
- (f) Media *online* yang digunakan Radio Walisongo 95.6 FM

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori. (Sugiyono, 2015: 245) Berdasarkan hal tersebut maka analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif induktif, yakni penelitian dimulai dari data atau fenomena yang ada di lapangan yang kemudian memunculkan teori. Data yang terkumpul pada penelitian adalah data kualitatif, sehingga teknik analisisnya sesuai dengan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yaitu dilakukan secara interaktif, yang dapat dijelaskan dengan memakai langkah-langkah sebagai berikut :

##### a) Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Oleh karena itu selama penelitian ini berlangsung, pencatatan segala hal yang dianggap penting dan sesuai dengan penggunaan media *online* sebagai strategi konvergensi pada radio walisongo harus dilakukan, mulai dari jam kerja pagi hingga jam kerja selesai, baik kegiatan pada penggunaan media *online* , siaran pada program acara *onair*, *offair* maupun *online*. Pada proses ini, penelitian

dilakukan secara melihat kondisi dan segala hal yang berkaitan dengan penggunaan media *online* sebagai strategi konvergensi pada radio walisongo.

b) Penyajian Data

Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya atau dengan teks yang bersifat naratif yang berkaitan dengan penggunaan media *online* sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo.

c) Verification/Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari proses analisis data dimana penulis akan mendeskripsikan, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang penulis peroleh melalui penelitian ini (Miles, 1992: 16).

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan dan berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.(Sugiyono, 2015: 246)

Maka dari itu dilakukan penggalian data lebih mendalam melalui beberapa informan khususnya pada pimpinan radio dan digital management Radio Walisongo 95.6 FM yang bertujuan untuk mencari kesamaan data dan didukung dengan bukti-bukti valid agar penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil kesimpulan yang kredibel.

## 6. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami skripsi ini, maka sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

Bab I membahas tentang Pendahuluan yang meliputi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II membahas tentang kerangka teori yang mengulas tentang : Pengertian , Karakteristik, Jenis-Jenis Media *Online*, Pengertian Strategi, Strategi Komunikasi dan Penyiaran Radio, Strategi Konvergensi Media, Unsur-Unsur Dakwah dan Bentuk-Bentuk Dakwah.

Bab III membahas tentang gambaran umum objek penelitian, pada bab ini gambaran umum objek penelitian meliputi : Sejarah, Profil , Visi dan Misi, Struktur Organisasi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan. Gambaran umum program dakwah Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan meliputi : Program acara *onair*, *offair*, dan *online*. Gambaran umum media penyiaran Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan meliputi : STL (*Studio-transmitter link*), Web Portal, Aplikasi Mobile, Media Sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram)

Bab IV membahas tentang hasil analisis strategi konvergensi radio walisongo 95.6 FM Pekalongan melalui media *online*.

Bab V adalah penutup, yang berisikan kesimpulan dan saran serta rekomendasi kemungkinan dilaksanakannya penelitian lanjutan berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan.





## **BAB II**

### **STRATEGI KONVERGENSI RADIO MELALUI MEDIA ONLINE**

#### **A. Strategi Konvergensi Radio**

##### **1. Strategi**

Istilah strategi berasal dari Bahasa Yunani “*stratego*” yang berarti “merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif” (Arsyad, 2003: 26).

Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga strategi komunikasi merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa sewaktu- waktu berubah tergantung pada situasi dan kondisi (Effendy, 2006: 32).

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan situasi dan kondisi (ruang dan waktu) yang akan dihadapi dan yang akan mungkin di masa depan, guna mencapai tujuan yang optimal.

##### **2. Strategi dalam Komunikasi dan Penyiaran Radio**

###### **a) Strategi Komunikasi**

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar, 2009: 183), yaitu:

### 1) Mengenal Khalayak

Mengenal Khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling berhubungan, tapi juga saling mempengaruhi. Hal itu bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (metode persuasif). Yang perlu dicermati dalam hal ini meliputi faktor kerangka referensi (frame of reference), faktor situasi dan kondisi komunikan.

Dalam proses komunikasi, baik komunikator maupun khalayak mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa persamaan kepentingan, komunikasi tidak akan berlangsung. Untuk berlangsungnya suatu komunikasi dan kemudian tercapainya hasil yang positif, maka komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media.

### 2) Menyusun Pesan

Setelah mengenal khalayak langkah selanjutnya ialah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian ialah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan AA procedure atau from Attention to Action procedure. Artinya membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk

selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*Action*) sesuai tujuan yang dirumuskan.

### 3) Menetapkan Metode

Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode *redundancy* (repetition) dan *canalizing*. Menurut bentuk isinya dikenal metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif* yaitu :

- (a) Metode *informatif*, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya.
- (b) Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.
- (c) Metode *edukatif*, memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan.

### 4) Pemilihan Media Komunikasi

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat menggabungkan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat. Oleh karena itu, pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor di atas agar memperoleh hasil yang optimal.

## b) Strategi Penyiaran Radio

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran. Strategi penyiaran radio ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

### 1) Perencanaan Program Siaran

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya. Pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: product artinya materi program yang disukai pendengar, price artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, place artinya kapan waktu siar acara yang tepat, promotion artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor (Morissan, 2008: 201-202). Perencanaan siaran dibagi ke dalam tiga periode, yaitu :

- (a) Rencana siaran bulanan, acara bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, yaitu berupa jenis program yang akan disiarkan seperti program hiburan, pendidikan, pemberitaan dan lain-lain. Jenis siaran ini ditentukan oleh crew siaran dalam sebuah pertemuan yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran, melihat kekurangan-kekurangannya, dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan pendengar.
- (b) Rencana siaran mingguan, merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari. Judul, jenis, topik dan penyelenggaraannya dicantumkan karena sudah pasti. Dicantumkan pula format

penyajian acara, apakah akan disiarkan secara langsung (*live*) atau rekaman. Dalam rencana siaran mingguan dicantumkan nama-nama penyiar dan operator untuk masing-masing acara, serta petugas pengganti bila berhalangan.

(c) Rencana siaran harian, dicantumkan secara rinci dan lengkap dari menit ke menit mulai pembukaan (*opening*) sampai penutup (*closing*) siaran. Rencana siaran harian merupakan pegangan penyiar dan operator. Dalam naskah itu tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga ke playlist lagu (Effendy, 2006: 123-125).

## 2) Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in-house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan. Program siaran radio sangat banyak dan beragam kemasannya, lima diantaranya adalah produksi siaran berita dan informasi, iklan, jingle, talk show, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2004: 69). Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik. Radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melekat padanya, yakni: Kata-kata lisan (*spoken words*), Musik (*music*), dan Efek suara (*sound effect*). Dengan dihiasi musik dan efek suara, seperti suara binatang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-lain, suatu acara yang membuat radio menjadi hidup (Effendy, 2006: 107-108).

### 3) Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam suatu hari dan juga kebiasaan menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun. Penataan acara yang merujuk dari pembagian segmen berdasarkan stasiun radio di Amerika, yaitu: Morning Drive jam 05.30-10.00, Daytime jam 10.00-15.00, Afternoon Drive jam 15.00-19.00 atau 20.00, Night Time jam 19.00 atau 20.00 - tengah malam, Overnight malam hari atau dini hari (Prayudha, 2005: 44).

Pembagian waktu tersebut mengacu terhadap pola perilaku audien dalam meluangkan waktu mendengarkan radio. Perilaku audien terkait dengan: pertama, jumlah audien, pada radio jumlah audien lebih banyak pada pagi hari atau sore hari (*Drive Time Hours*) yaitu saat orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan menuju ke kantor dan pulang rumah. Kedua, audien konstan, berbagai data yang diperoleh dari lembaga rating menunjukkan bahwa jumlah audien secara keseluruhan selalu konstan. Dengan demikian, setiap stasiun harus berjuang memperebutkan jumlah *audiens* yang selalu tetap (Morissan, 2008: 192-193). Ketiga, aliran *audiens*, yaitu perpindahan yang terjadi setiap berakhirnya suatu program. Aliran audien terbagi menjadi: Aliran ke luar (*outflow*) yaitu audien meninggalkan stasiun lalu menuju ke stasiun lain, Aliran ke dalam (*inflow*) yaitu masuknya audien dari stasiun lain, Aliran tetap (*flowtrough*) yaitu audien tidak berpindah. Keempat, tuning

inerta yaitu kecenderungan audien untuk memilih salah satu stasiun favoritnya. Kelima, yaitu pengaruh demografis, format siaran radio sangat selektif dalam memilih usia *audiennya*. Format contemporary, rock, dan top-40 menarik bagi kelompok remaja atau pemuda berusia 20 tahun. Format klasik, ditujukan untuk usia 30-an atau 40-an. Sedangkan *audien* berusia 50 tahun ke atas lebih menyukai format berita dan lagu-lagu lama (Morissan, 2008: 194).

#### 4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut: (Morissan, 2008: 315).

- (a) Mempersiapkan standar stasiun penyiaran.
- (b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar.
- (c) Stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku.
- (d) Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan.
- (e) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program.
- (f) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan.

### 3. Strategi Konvergensi Media

Zaman yang semakin berkembang membuat banyaknya bentuk media komunikasi baru yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari bentuk yang lebih dulu muncul. Artinya, ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati, melainkan terus berkembang dan beradaptasi. Sebelumnya, adapun yang akan dibahas terlebih dahulu yaitu konsep mediamorfosis yang pertama kali diperkenalkan oleh Roger Fidler. Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi. Mediamorfosis terjadi sebagai akibat interplay yang rumit dari kebutuhan-kebutuhan

yang dibayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, serta inovasi-inovasi sosial dan teknologis.

(Fidler, 2003 : 34) mediamorfosis bukanlah sekadar teori sebagai cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi. Mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, dan mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara bentuk-bentuk yang muncul di masa lalu, masa sekarang, dan yang sedang dalam proses kemunculannya. Media baru tidak akan muncul begitu lama dan ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati namun terus berkembang dan beradaptasi.

Fidler menyatakan bahwa transformasi media komunikasi berasal dari tiga konsep dasar, yaitu : Koevolusi, Konvergensi, dan Kompleksitas. Ketiga konsep ini membentuk perubahan medium komunikasi akibat evolusi teknologi komunikasi.

a) Koevolusi

Dijabarkan sebagai bentuk komunikasi yang tersusun dalam sistem komunikasi manusia dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain dengan kebudayaan kita. Begitu muncul dan berkembang, setiap bentuk baru, dalam beberapa waktu dan hingga tingkat yang beraneka ragam, memengaruhi perkembangan setiap bentuk lain yang ada. Kode-kode komunikator. Sifat-sifat dasar media diwujudkan dan diteruskan melalui kode-kode komunikator yang kita sebut bahasa. Bahasa, tanpa harus dibandingkan satu sama lain, telah menjadi agen perubahan yang paling berpengaruh dalam rangkaian evolusi manusia. Perkembangan bahasa lisan dan tulisan melahirkan dua transformasi besar, atau mediamorfosis, dalam sistem komunikasi manusia. Mediamorfosis ketiga yang siap mempengaruhi evolusi komunikasi dan peradaban secara radikal adalah bahasa digital. Bahasa ini merupakan *linguage franca*



*komputer* dan jaringan telekomunikasi global. Domain-domain komunikasi. Sejak kelahiran bahasa tulis, berbagai bentuk media terus berkevolusi dalam tiga jalur yang berbeda, yang disebut domain. Bahasa digital telah mentransformasikan bentuk-bentuk media komunikasi yang ada. Inilah agen perubahan yang paling bertanggung jawab atas pengaburan perbedaan-perbedaan diantara domain-domain historis komunikasi.

#### b) Konvergensi

Konvergensi selalu menjadi esensi evolusi dan proses mediamorfosis. Fidler juga menguraikan konsep konvergensi yang secara garis besar merupakan penyatuan berbagai macam teknologi dan bentuk media yang hadir secara bersamaan. Konvergensi ini pada akhirnya akan mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia. Konvergensi lebih menyerupai persilangan atau perkawinan, yang menghasilkan transformasi atas masing-masing entitas yang bertemu dan penciptaan entitas baru. Konvergensi media sebagai proses dimana berbagai teknologi yang baru digabungkan dengan media-media yang telah ada dan berbagai industri komunikasi serta budaya yang berkembang. Mengambil contoh konvergensi yang dilakukan Radio Walisongo 95.6 FM adalah [www.radiowalisongofm.com](http://www.radiowalisongofm.com), yang menggunakan media radio dan media internet. Bila selama ini kita menikmati siaran radio dengan duduk diam disatu tempat sambil mendengar radio analog, kini ada cara berbeda yang ditawarkan. Berbagai acara yang ditayangkan di [www.radiowalisongofm.com](http://www.radiowalisongofm.com) bisa dinikmati melalui *gadget* berupa *smartphone* ataupun perangkat lain. Cukup dengan terkoneksi pada jaringan internet.

#### c) Kompleksitas

Kompleksitas merupakan sebuah kondisi yang “memaksa” terjadinya perubahan. Selama masa perubahan besar, sebagaimana yang dinyatakan Fidler (1997:42), sebagai masa yang kita alami saat

ini dimana sekeliling kita mungkin tampak berada dalam kondisi kacau atau *chaos*. Dari penjabaran diatas Peneliti dapat memahami lebih luas mengenai Konsep Mediamorfosis yang melahirkan teori Konvergensi Media. Adapun sejarah awal Teori Konvergensi Media seperti yang dijelaskan oleh Fidler (2003) yaitu berawal pada tahun 1979, ketika Nicholas Negroponte mulai mempopulerkan istilah Konvergensi dalam kuliah kelilingnya untuk mengumpulkan dana pembangunan gedung laboratorium Media di Massachusetts Institute of Technology, hanya segelintir orang yang mempunyai pemahaman tentang Konvergensi. Para peserta Kuliah seringkali terpana pada kenyataan yang diungkapkan Negroponte bahwa “Semua teknologi komunikasi sama-sama sedang memasuki titik genting metamorfosis, yang hanya dapat dipahami dengan tepat jika didekati sebagai Objek tunggal”. Untuk memberi gambaran pada konsep ini, Negroponte membuat tiga lingkaran yang tumpang tindih, yang diberi nama “Industri Penyiaran dan Gambar Hidup”, “Industri Komputer”, dan “Industri percetakan dan Penerbitan”. Sejak saat itu, gagasan bahwa Industri ini secara bersama-sama menciptakan berbagai bentuk Komunikasi baru, melahirkan banyak pemikiran tentang masa depan media massa dan Komunikasi Manusia. (Fidler,2003).

#### 4. Unsur-Unsur Dakwah

Yang dimaksud dengan unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah) (Munir, 2006: 19).

##### a) Da'i (pelaku dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan baik secara individu, kelompok, atau lewat organisasi/ lembaga. Nasaruddin Latief

mendefinisikan bahwa da'i adalah muslim dan muslimat yang menjadikan dakwah sebagai suatu amaliah pokok bagi tugas ulama. Ahli dakwah adalah wa'ad, mubaligh mustama'in (juru penerang) yang menyeru, mengajak, memberi pengajaran, dan pelajaran agama Islam.

b) Mad'u (Mitra Dakwah atau Penerima Dakwah )

Mad'u, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Kepada manusia yang belum beragama Islam, dakwah bertujuan untuk mengajak mereka untuk mengikuti agama Islam, sedangkan kepada orang-orang yang telah memeluk agama Islam, dakwah bertujuan meningkatkan kualitas Iman, Islam, dan Ihsan.

c) Maddah (Materi Dakwah)

Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u . dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi maddah dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri

d) Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah atau media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat digunakan sebagai wasilah. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi lima macam, yaitu : lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

Dalam Ilmu Komuniikasi, media dapat juga diklasifikasi menjadi tiga macam yaitu :

(a) Media Terucap (The Spon Words) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.

- (b) Media Tertulis (The Printed Writing) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- (c) Media Dengar pandang (The Audio Visual) yaitu media yang ber isi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, vidio, televisi, dan sejenisnya (Aziz, 2004: 406).
- e) Thariqah (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran meteri dakwah Islam. Dalam penyampaian suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Metode dakwah ada tiga yaitu : bil alhikmah, mau'izah hasanah dan mujadalah billati hiya ahsan. Atsar (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktivitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya jika dakwah telah dilakukan oleh seorang da'i dengan wasilah dan thariqah tertentu maka akan timbul respon dan efek (Atsar) pada mad'u. (efek) sering disebut dengan feedback (umpan balik) (Munir, 2006: 21).

##### 5. Bentuk-bentuk Dakwah

Menurut Rubiyannah dan Ade Masturi, bentuk-bentuk dakwah terbagi menjadi tiga, yaitu :

###### a) Dakwah Bil-Lisan

Dakwah Bil-Lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan, yang dilakukan antara lain dengan ceramah-ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lain-lainn. Metode ceramah ini tampaknya sudah sering dilakukan oleh para juru dakwah, baik ceramah di majelis taklim, khutbah Jumat di masjid-masjid atau ceramah pengajian-pengajian (Maman, 1997: 49-50).

###### b) Dakwah Bil-Hal

Dakwah Bil-Hal adalah dakwah yang mengutamakan perbuatan nyata yang meliputi keteladanan yang mengaplikasikan perbuatan dalam kehidupan sehari-hari (Samsul, 2009: 11)

c) Dakwah Bil-Qalam

Dakwah Bil-Qalam adalah suatu kegiatan menyampaikan pesan dakwah melalui tulisan, seperti buku, surat kabar, majalah, jurnal, internet dan lain-lain. Jangkauan yang dapat dicapai oleh dakwah bil al-Qalam ini lebih luas dari pada melalui lisan, demikian pula metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk kegiatannya, Karena dimaksudkan sebagai pesan dakwah, maka tulisan-tulisan tersebut tentu berisi ajakan atau seruan mengenai amar ma'ruf dan nahi munkar (Rubiyanah, 2011: 53).

## B. Media Online

### 1. Pengertian Media Online

Media *online* (*online media*) disebut juga *cybermedia* (*media siber*), *internet media* (*media internet*), dan *new media* (*media baru*) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah buku, dan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/vidio. (Romli, 2015 : 34)

Menurut Romli (2015 : 34) media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Internet merupakan suatu *network* (jaringan) yang menghubungkan setiap komputer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang dikenal sebagai *global village* (desa global) (Tamburaka, 2013 : 75) .

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi obyek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja,

dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik penggunaan interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real time*”(Romli,2015:35) *New media* merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional seperti televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair (*fluids*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan.

## 2. Karakteristik Media Online

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* di bandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*, antara lain : (Romli, 2015 : 37)

- a) Multimedia : dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambaran secara bersamaan.
- b) Aktualitas : berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c) Cepat : begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang.
- d) Update : pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- e) Kapasitas Luas : halaman web bisa menampung naskah sangat panjang
- f) Fleksibilitas : pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (update) bisa kapan saja, setiap saat.
- g) Luas : menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- h) Interaktif : dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.

- i) Terdokumentasi : informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (search)
- j) Hyperlinked : terhubung dengan sumber lain (links) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

### 3. Jenis-Jenis Media Online

Menurut (Romli, 2015) Media *online* adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk katagori media *online* adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, tv *online*, dan email. Menurut (Tamburaka, 2013) jenis-jenis media *online* terdiri dari app mobile, website, facebook, twitter , instagram, youtube :

#### a) App Mobile

Mobile application adalah proses pengembangan aplikasi untuk perangkat genggam seperti PDA, asisten digital perusahaan atau telepon genggam. Aplikasi ini sudah adapada telepon selama manufaktur, atau didownload oleh pelanggan dari toko aplikasi dan dari distribusi perangkat lunak mobile platform yang lain.

#### b) Website

Website adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berisikan kumpulan informasi berupa data teks, gambar, animasi, audio, vidio maupun gabungan dari semuanya yang biasanya dibuat untuk personal, organisasi dan perusahaan.

#### c) Facebook

Facebook didirikan oleh mark zuckerberg bersama rekan mahasiswanya eduardo saverin, dustin moskovitz, dan chris hughes. Sejak diluncurkan pada febuari 2004 lalu facebook kini telah memiliki pengguna hingga mencapai 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profil pribadi, meminta dan menambahkan penggunaan lain sebagai teman, melakukan pertukaran pesan lewat chat atau mail box, membuat status terbaru

dan penerimaan pemberitahuan. Selain itu juga dapat membuat dan bergabung dalam grup dengan karakteristik tertentu.

Facebook memiliki sejumlah fitur yang dapat berinteraksi dengan pengguna. Salah satunya adalah dinding, kotak di setiap halaman profil pengguna yang mengizinkan teman mereka mengirimkan pesan kepada pengguna tersebut. Salah satu kelemahan facebook ialah memungkinkan pengirim spam dan pengguna lain memanipulasi fitur-fitur tersebut dengan membuat acara bohong demi menarik perhatian ke profil.

d) Twitter

Ide twitter muncul dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., semacam jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan (*tweets*) bisa dilihat secara luas, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut.

e) Instagram

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagai foto atau video secara online. Pada aplikasi instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi.

f) Youtube

Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagai video) populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Umumnya video-video di YouTube adalah klip musik (video klip), film, Tv, serta video buatan para penggunanya sendiri. Format yang digunakan video-



vidio di YouTube adalah flv yang dapat diputar di penjelajah web yang memiliki plugin Flash Player.

**BAB III**  
**STRATEGI KONVERGENSI RADIO WALISONGO 95.6 FM**  
**PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE**

**A. Profil Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan**

1. Sejarah Radio Walisongo

Awal mulanya terbentuk Radio Walisongo ini adalah akibat pasukan pergerakan Partai Komunis Indonesia (PKI) yang mulai masuk ke Kota Pekalongan, untuk menginformasikan perkembangan penjajahan PKI di Kota Pekalongan dan untuk menghibur masyarakat Kota Pekalongan akhirnya Pendidikan Tinggi Dakwah Islam (PTDI) mendirikan radio dengan nama Radio PTDI.

Radio PTDI pertama kali mengudara pada 7 Juni 1969 dengan format stasion pendidikan dakwah yang digerakan oleh kumpulan Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Radio PTDI ini awal mulanya mengudara di gelombang *Short Wave* (SW) gelombang ini mencakup hingga luar negeri, pada akhirnya masa itu pemerintah melakukan *regulasi* bahwa radio di Indonesia harus mengudara melalui gelombang *Medium Wave* (MW) akhirnya radio PTDI ini mengudara di gelombang *Medium Wave* (MW).

Sekitar Tahun 1980 munculnya gelombang *Frequency Modulation* (FM), pada masa ini Radio PTDI berganti nama dengan Radio Walisongo PTDI, yang mengudara di gelombang *Frequency Modulation* (FM). Radio Walisongo ini pernah mengudara di gelombang 107.3, 102.3 FM hingga pada akhirnya ditetapkan oleh pemerintah, Radio Walisongo untuk mengudara di gelombang 95.6 FM dengan misi menjadi radio dakwah *modern*.

2. Profil Radio Walisongo

Diantara lima radio siaran yang ada saat ini di wilayah Kota Pekalongan, Radio Walisongo merupakan radio siaran swasta. Radio Walisongo 95.6 FM beralamat di Jl. Yudha Bakti No.77 Pekalongan

51111 Telepon : (0285) 424870 Fax : (0285) 424870 Umur siarannya sudah memasuki usia emas, dihitung sejak peresmian siaran perdananya 7 Juni 1969. Radio Walisongo FM dulu dikenal dengan nama Radio PTDI, adalah warisan berharga dari para tokoh serta sesepuh masyarakat Pekalongan, sebagai radio dengan misi pendidikan dakwah.

Bagi masyarakat Pekalongan dan sekitarnya, Radio Walisongo dulu adalah ikon serta menjadi media wajib untuk selalu didengarkan siarannya, sungguhpun pengelolaan manajemennya sempat naik turun seperti pasang surut air laut Jawa di pantai Pekalongan.

Namun, di tangan manajemen baru yang kreatif dan profesional, Radio Walisongo yang sekarang memancar di 95.6 FM, ibarat mendapatkan suntikan darah muda yang memberi semangat dan menyegarkan, sehingga kejayaannya di masa lalu segera teraih kembali.

Dengan *positioning* menjadi Radio Keluarga, yang mengudara dari Pukul 06.00 – 24.00 WIB dengan slogan sebagai Penyejuk Hati, Penyegar Suasana, Radio Walisongo kini merupakan radio siaran swasta yang memiliki penggemar paling banyak di Pekalongan apalagi Radio Walisongo juga hadir di ranah digital melalui *website* di [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com), serta berbagai kanal media *online* (Facebook, Twitter, Instagram) dan aplikasi mobile di *platfom* android dan iOS.

### 3. Visi Misi Radio Walisongo 95.6

Visi Radio Walisongo adalah menjadi radio dakwah *modern* yang diibaratkan “*anak muda mengenakan celana jins tapi tetap sholat*”

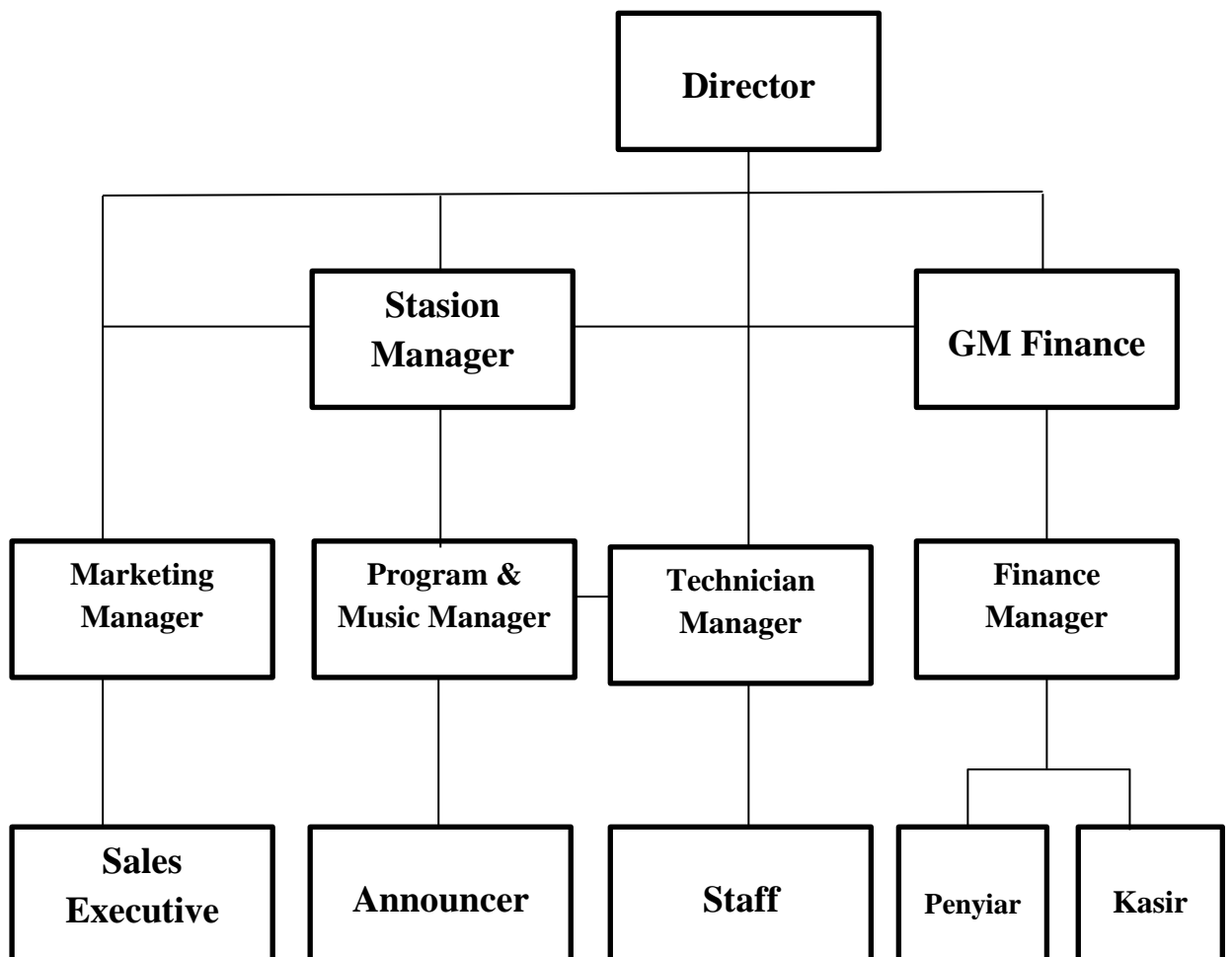
Sedangkan Misi dari Radio Walisongo adalah melalui siaran radio, ikut berperan dalam pencerahan pemikiran dan mengikuti perkembangan, agar tercipta kehidupan masyarakat yang berakhlak baik, dan berperilaku terpuji sesuai ajaran Islam dengan wawasan kemajemukan bangsa.

### 4. Struktur Organisasi Radio Walisongo

Berikut adalah struktur Organisasi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan :

a) Director : Maulana Abdul Mikhnaf

- b) Stasion Manager : Didik Baim  
 c) GM Finance : Lana  
 d) Finance Manager : Aulia  
 e) Accounting : Trias  
 f) Kasir : Risqiana  
 g) Marketing Manager : Didik Wijatno  
 h) Program dan Musik Manager : Rizky Robbi  
 i) Technician Manager : Fariz  
 j) Sales Executive : Arif  
 k) Announcer : Ica, Abe, Nabila, Evan, Rizky  
 l) Staff : Samsudin



## 5. Program Acara Radio Walisongo

### a) Program *Offair*

- 1) Grebeg Pasar Konimex
- 2) Lomba Mewarnai di Ramayana
- 3) Halal bi Halal dan Temu Pendengar

### b) Program *Onair*

- 1) Program Acara Harian

Jam Tayang	Nama Program	Klasifikasi
06.00-10.00	SARAPAN PAGI (Campursari & Duth)	Musik
10.00-12.00	KELANA MASA (Indo Oldiest)	Musik
12.00-13.00	RELIGI SIANG (Pop Religi)	Musik & Info
13.00-14.00	CJDW (Campursari)	Musik
15.00-17.00	RELAX SESSION (Pop Indo & Barat Medium)	Musik
17.00-18.00	DAMPAR SUCI (Pengajian, Adzan, Mahgrib, Sholawat & Qur'an Murothal)	Agama
18.00-20.00	AFTER CITY HOUR (Pop Indo & Barat New)	Musik
20.00-22.00	SLAM (Melayu)	Musik
22.00-24.00	SANTER (Dangdut)	Musik

### 2) Program Acara Mingguan

Jam Tayang	Nama Program	Klasifikasi
08.00-10.00 (Minggu)	SI BOCIL	Pend & Hiburan
09.00-12.00 (Senin)	DIALOG KESEHATAN	Talkshow/Interaktif
18.00-10.00 (Rabu)	RHOIR	Musik Spesial
12.00-14.00 (Jum'at)	MSJ	Musik Spesial
19.00-24.00 (Sabtu)	DAI (Dialog Agama Islam)	Talkshow/Interaktif
16.00-17.00 (Sabtu)	TOP SONGO	Tangga Lagu

### 3) Program Spesial Ramadhan

Jam Tayang	Nama Pengguna	Klasifikasi
02.00-04.00	SABAR YUK (Sahur Bareng Yuk)	Musik
04.00-05.00	PAKET RELEGI (Imsak, Adzan & Lagu Kasidah)	Religi
05.00-06.00	PAPARAZI (Pagi-Pagi Ramadhan)	Musik

Jam Tayang	Nama Pengguna	Klasifikasi
12.00-13.00	SIAR (Siang Ramadhan)	Ceramah
14.00-17.30	NGABUR YUK (Ngabuburit Yuk)	Musik
17.30-18.00	PAKET RELIGI (Adzan Mahgrib & Lagu Kasidah)	Religi

## **B. Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan**

### **Melalui Media Online**

Zaman yang semakin berkembang membuat banyaknya bentuk media komunikasi baru yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari bentuk yang lebih dulu muncul. Artinya, ketika bentuk-bentuk media komunikasi yang baru muncul, bentuk-bentuk yang terdahulu biasanya tidak mati, melainkan terus berkembang dan beradaptasi. Sebelumnya, adapun yang akan dibahas yaitu konsep mediamorfosis yang pertama kali diperkenalkan oleh Roger Fidler. Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi. Mediamorfosis terjadi sebagai akibat interplay yang rumit dari kebutuhan-kebutuhan yang dibayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, serta inovasi-inovasi sosial dan teknologis. Sehingga dalam penggunaan media *online* yang merupakan media komunikasi baru dalam sebuah radio membutuhkan sebuah strategi yaitu strategi konvergensi sebagai berikut :

#### 1. Koevolusi

Awalnya Radio Walisongo berada dalam gelombang AM atau Amplitudo Modulasi. Artinya adalah informasi yang dibawakan melalui amplitude gelombang radio ataupun dibawakan melalui perubahan ketinggian. Sampai akhirnya bermunculan radio dengan gelombang FM, dalam format ini penyampain informasi menggunakan getaran frekuensi sehingga suara yang dihasilkan lebih jernih. Karena itu sebagian pendengar beralih dari AM ke FM.

Cukup banyak stasiun radio di Kota Pekalongan baik komersil maupun komunitas yang aktif dan berada pada gelombang FM. Mereka terus bersaing dan bertahan di era digital hingga beberapa radio memilih berkonvergensi dengan menggunakan media online.

Perkembangan radio di Kota Pekalongan khususnya Radio Walisongo ini tampak jelas. Mulai dari perubahan gelombang radio, penggunaan media *online* dan memanfaatkan media *online* juga termasuk dalam pertumbuhan Radio Walisongo. Belum lagi di era serba digital yang mengharuskan Radio Walisongo dalam pertumbuhannya menggunakan media *online* demi bertahan hidup.

“dengan mengikuti perkembangan sekarang,sekarang kan sudah era digital ya kita juga harus bisa mengikuti dengan menggunakan media sosial contohnya, saat sedang on air dimedia sosial juga diberitahu, agar pendengarnya tetap bisa nikmatin siaran kita. Saat sedang on air, media sosial instagram live juga agar followers bisa liat kita secara langsung yang lagi siaran.”(Robbi, Wawancara 27 Februari 2020)

Gambar 1.1  
Media Penyiaran Radio Walisongo



Sumber : Desain peneliti 27 Januari 2020

Perkembangan jaman itu membuat radio konvensional mengalami konvergensi salah satunya stasiun radio walisongo yang menggunakan media *online*. Radio Walisongo mulai menggunakan beberapa media *online* pada 2005. Untuk bertahan di dunia yang semakin mengarah ke digital dan juga untuk tetap dekat dengan pendengarnya. Radio Walisongo memilih menggunakan beberapa media *online* yang dinilai memiliki kelebihan dibandingkan dengan media *online* lainnya, selain itu banyaknya peminat masyarakat yang telah menggunakan media

*online* tersebut juga dianggapnya sebagai peluang selain untuk mempertahankan pendengar setianya, untuk berdakwah dan juga untuk mendapat jaringan pendengar yang baru. Media *online* yang digunakan berupa website, instagram, facebook, twitter dan app mobile. Selain itu radio walisongo juga memiliki fitur streaming yang bisa diakses melalui website [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com).

“Jadi gini kita tidak bisa mengingkari lagi, kita harus mengikuti perkembangan jaman, karena perkembangan jaman ini tidak bisa ditolak lagi, sehingga kita harus bisa beradaptasi, namun dalam kita mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan teknologi. Sebenarnya jika kita menggunakan teknologi bisa membuat kita bijak atau sebaliknya tergantung penggunaannya, alhamdulillah dengan melakukan konvergensi media ini salah satunya untuk memperkuat visi misi kita untuk menjadi radio dakwah modern. Sebenarnya media itu, media dakwah bisa apapun baik melalui onair, offair maupun media online karena keterbatasan waktu kita untuk melakukan onair maupun offair”(Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Dalam penggunaan media *online* untuk mengetahui format dan isi program apa yang tepat agar dapat menarik dan memuaskan kebutuhan *audiens* berdasarkan demografi tertentu. Sasaran Khalayak (*audiens*) Radio Walisongo adalah umat Islam di Kota Pekalongan dan sekitarnya. Target pendengar Radio Walisongo adalah 25% dari pendengar di Kota Pekalongan, usia 5 - 65 tahun, laki-laki 35% dan wanita 65%. Dengan program-program acara feature 15%, talkshow 30%, pendidikan 10%, hiburan 25%, dan iklan 20%. Namun setelah melakukan Konvergensi media dengan menggabungkan media konvensional dan internet menjadi satu dalam media online maka sasaran khalayak Radio Walisongo tidak hanya di Kota Pekalongan saja, melainkan pendengar yg berada di luar Kota yg tidak bisa mengakses frekuensi atau pancaran Radio Walisongo bisa tercakup atau tercover dengan mengakses app mobile dan website Radio Walisongo di alamat [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com).



“Untuk sasaran siaran kita umum, dari umur 5 tahun sampai 65 tahunan untuk persentase pendengar yang dilihat dari jenis kelaminnya kira-kira untuk laki-laki sekitar 35% dan perempuannya 65% karena penduduk di pekalongan memang kebanyakan perempuan, kita juga ada target pendengar di kota pekalongan sekitar 25% selebihnya diluar pekalongan karena kita sudah menggunakan streaming web sehingga pendengar kita kemungkinan banyak yang diluar kota, dalam pengemasan program sendiri kita bagi yah ada 5 katagori pertama feature sekitar 15%, talkshow 30%, pendidikan 10%, hiburan 25%, dan iklan 20%. (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

## 2. Konvergensi

Di era digitalisasi ini munculnya media baru yaitu internet, membuat masyarakat dalam mengakses informasi di era digitalisasi menggunakan teknologi internet dalam *platform* berbentuk digital sehingga masyarakat sekarang meninggalkan media analog dan beralih ke digital contohnya dimana masyarakat akan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu, misalnya mengakses internet dan mendengarkan radio. Salah satu radio yang memanfaatkan teknologi *new media* adalah Radio Walisongo 95.6 FM salah satunya dengan berkonvergensi media menggabungkan media konvensional dengan media baru yaitu internet dalam satu *platform* media *online*. Media *online* yang digunakan oleh Radio Walisongo 95.6 FM dalam menyiarkan dakwahnya ada *app mobile*, *website* ([www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com)), media sosial (facebook, twitter, instagram).

“Kita siaran on air dari jam 6 pagi sampai jam 12 malam, untuk kegiatan off airnya sesuai kebutuhan kita, untuk menunjang aktifitas lainnya kita juga menggunakan media baru seperti facebook, twitter, instagram, web portal maupun app android, media online ini sangat membantu kita salah satunya untuk memperluas dakwah kita. Semua media ini kita gunakan sejak mulai launching pertama facebook sampai yang terbaru app android dan website, semua siaran kita di media konvensional bisa terhubung diwebsite kita dengan mengakses alamat website kitadi [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com), namun kita tidak menggunakan via streaming youtube untuk berdakwah karena bagi kita kurang efisien namun untuk waktu dekat ini kami sedang membuat quote dan vidio islam berupa cuplikan dari

hadist atau ayat al-qur'an beserta artinya kita buat sebagai mungkin dan kita post di media sosial kami, tidak hanya itu juga media sosial juga membantu aktifitas on air kami.” (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Dalam penggunaan media *online* yang digunakan oleh pihak radio ini bertujuan untuk mempromosikan program-program siaran dakwah sebelum *onair*, untuk lebih dekat lagi dengan pendengar Radio Walisongo, untuk menjadi media *publising creator digital* dalam menyebarkan dakwahnya seperti quotes-quotes dan vidio Islami yang di *up load* di jejaring sosial Radio Walisongo.

“Tujuan pertama kita dalam penggunaan media online ini agar makin dekat dengan pendengar, jujur yah saya sebagai penyiar disini seneng, semenjak menggunakan medsos, pendengar itu sangat aktif, selebihnya sih dalam penggunaan medsos ini buat promosi program-program kita gitu sebelum siaran biar pendengarnya itu banyak” (Nabila, Wawancara 27 Februari 2020)

Gambar 1.2  
Fitur Insta Story dan Postingan Instagram



Sumber : Instagram Radio Walisongo, 27 Februari 2020

Dari program-program acara Radio Walisongo yang disiarkan melalui streaming website maupun siaran analog ada 3 jenis yang digunakan dalam menyajikan sebuah *content* dengan Metode *Informatif*, Metode *Persuasif*, Metode *Edukatif* yaitu :

- 1) Metode *Informatif* : Religi Siang, DAI (Dialog Agama Islam), dan Dialog Kesehatan.
  - 2) Metode *Persuasif* : Sarapan Pagi (Campursari dan Duth), Kelana Masa(Indo Oldiest), CJDW (Campursari), Relax Sesion (Pop Indo,dan Barat medium), After City Hour (Pop Indo dan Barat New), Slam (Melayu), Santer(Dangdut), RHOIR, MSJ, TOP SONG, Sabar Yuk (Sahur Bareng Yuk), Paket Relegi (Imsak, Adzan, Lagu Kasidah), Paparazi (Pagi-Pagi Ramadhan), Ngabur Yuk (Ngabuburit Yuk), Paket Religi (Adzan Mahgrib dan Lagu Kasidah).
  - 3) Metode *Edukatif* : Si Bocil, Dampar Suci (Pengajian, Adzan Mahgrib, Sholawat, dan Qur'an Murotal, Siar (Siang Ramadhan)
3. Kompleksitas

Media yang digunakan Radio Walisongo 95.6 FM dalam mewujudkan visi dan misi agar sesuai dengan tujuan dan prinsip awal adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1  
Jumlah Pengikut Akun Media *Online*

Radio	Media Online	Pengikut	Lainnya
Radio Walisongo 95.6 FM	Facebook	1.800	<a href="http://www.walisongofm.com">www.walisongofm.com</a>
	Twitter	544	
	Instagram	879	

Sumber : Analisa data primer, 3 Februari 2020

- a) STL (*Studio-transmitter link*) atau biasa dikenal dengan pemancar radio. STL berguna untuk memancarkan program siaran dari ke pemancar dengan lokasi yang berbeda, sehingga memungkinkan

siaran dengan jarak jauh di berbagai tempat, khususnya pada radio-radio jaringan dan sindikasi yang berada di luar kota Pekalongan. Upaya yang dilakukan Radio Walisongo melalui media ini adalah sebagai penyalur program-program acara *on air* dari studio kepada masyarakat, serta masyarakat yang ingin mendengarkan program acara *on air* dengan sistem seperti ini harus menggunakan radio analog sebagai perantara.

“Alhamdulillah kita masih aktif mengudara menggunakan media konvensional, namun kita juga menggunakan streaming via web portal, via app android, media online yang mana tujuannya untuk mencakup /mengcover pendengar yang tidak bisa mengakses frekuensi /pancaran radio kita, karena frekuensi/pancaran siaran radio itu dibatasi sehingga tidak bisa mengcover pendengar yang berada jauh atau diluarkota, sehingga yang tidak tercover oleh siaran kita, kita menyediakan fasilitas media online untuk pendengar radio walisongo agar bisa mengakses siaran kita serta lebih dekat dengan kita.” (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Gambar 3.1  
Aktifitas Siaran Radio Analog



b) Website , atau yang biasa dikenal dengan sebutan web merupakan kumpulan-kumpulan halaman yang menampilkan berbagai informasi berupa teks, data, gambar, suara. Radio Walisongo menggunakan web portal dari 2010 yang bisa diakses melalui alamat [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com) , dengan fungsi untuk mengcover pendengar Radio Walisongo yang tidak bisa terjangkau dengan siaran Radio Walisongo melalui STL (*Studio-transmitter link*) serta fungsi dari web portal ini juga untuk memberikan informasi tentang sejarah, profi, program acara Radio Walisongo sehingga web portal ini didesain sebgus mungkin agar pendengar tidak bosan dan bisa menikmati fitur-fitur yang ada untuk mendapatkan informasi lebih dari Radio Walisongo.

Gambar 4.1

Website Radio Walisongo



Sumber : [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com) 27 Januari 2020

c) Aplikasi Mobile, semaraknya penggunaan *smartphone* masa kini membuat aplikasi banyak dibuat untuk memudahkan penggunaanya dalam mengakses hal yang diinginkan, termasuk yang dilakukan oleh Radio Walisongo. Pada tahun 2017 Radio Walisongo membuat aplikasi mobile yang dapat diunduh di *platform* android dan iOS. Aplikasi ini dibuat untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses siaran Radio Walisongo. Di dalam aplikasi initerdapat live streaming radio yang terhubung dengan siaran radio di studio. Jadi, jika kemungkinan pendengar ada yang berada di luar negeri, mereka tetap bisa mengakses program-program Radio Walisongo. Selain berisikan live streaming fitur yang bisa di gunakan oleh pengguna adalah link yang terhubung dengan Website, Facebook, Twitter, sehingga masyarakat bisa melihat informasi dari akun media sosial Radio Walisongo.

Gambar 5.1

App Mobile Radio Walisongo



Sumber : App Mobile Walisongofm 27 Januari 2020

d) Media Sosial, yakni sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptanya untuk saling bertukar dan berbagi informasi. Media sosial dengan akun Radio Walisongo ini menggunakan beberapa akun media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram yang fungsinya untuk memperluas dakwah radio walisongo sebagai berikut :

1) Facebook, dengan akun walisongofm.pkl yang dibuat pada tahun 2005 berhasil mendapatkan *rating* dari masyarakat hingga 5 dari 5 bintang dengan jumlah 1.800 *followers*. Konten-konten yang dimasukan pada akun facebook ini antara lain link web portal dan app mobile yang dimiliki oleh Radio Walisongo dengan tujuan ketika radio walisongo sedang menyiarkan dakwah-dakwah Islam pengguna facebook juga bisa mengakses melalui link tersebut, tidak hanya itu juga konten yang dimasukan pada akun facebook ini juga berupa poster-poster Islami dan quote-quote Islami.

Gambar 6.1  
Beranda Facebook Radio Walisongo



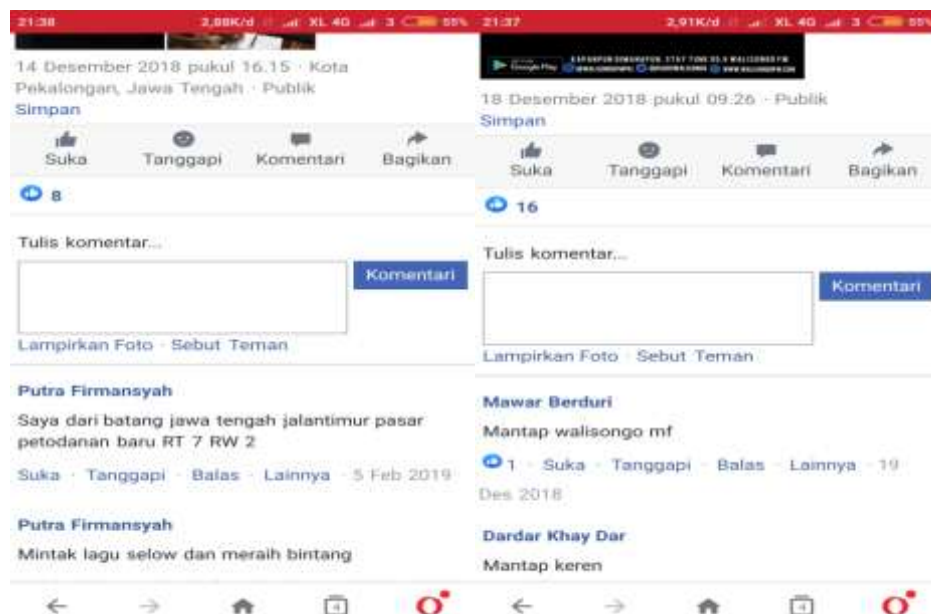
Sumber : Facebook Radio Walisongo 28 Januari 2020



*followers* Radio Walisongo 95.6 FM di facebook hampir sama dengan di instagram, *audiencenya* aktif disetiap postingan yang di *upload* oleh admin Radio Walisongo 95.6 FM baik postingan berupa *quotes-quotes* islami maupun jadwal program acara siaran *onair* maupun *ofair*. Pengikut Radio Walisongo 95.6 FM aktif dengan merespon setiap postingan yang ada di beranda facebook Radio Walisongo 95.6 FM dengan *merequest* lagu maupun nostalgia sesama *fans* maupun penyiar.

“iya, alhamdulillah masih ada yang ngerespon di media facebook kita, ada yg komen reques lagu, kirim-kirim salam, curhat. yah itu dia dengan adanya media online kita bisa lebih dekat lagi dengan pendengar kita, bisa membuat kita lebih semangat lagi untuk memberikan yang terbaik, walaupun media facebook sudah old dari pada media online lainnya tapi masih digunakan oleh pendengar kita.”(Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Gambar 7.1  
*Feedback Followers Facebook Radio Walisongo*



Sumber : Facebook Radio Walisongo 28 Januari 2020



Gambar 7.1

*Feedback Followers Facebook Radio Walisongo*

Sumber : Facebook Radio Walisongo 28 Januari 2020

- 2) Twitter, dengan akun @radiowalisongo. Pengguna akun Twitter oleh Radio Walisongo tidak jauh beda dengan penggunaan Facebook. Jumlah pengikut akun Twitter Radio Walisongo menurut data batas akhir penelitian berjumlah 544 *followers* dengan 6.612 *tweets*. Pengikut di akun Twitter Radio Walisongo lebih sedikit dari akun Facebook atau lainnya bisa jadi dikarenakan pengguna media sosial yang lebih sedikit menggunakan Twitter, karena sekarang yang lagi *trend* adalah Instagram, dan yang paling sering booming adalah Facebook. Meskipun begitu, di Radio Walisongo tetap mengoperasikan akun Twitter sebagai media penyiaran dakwah.

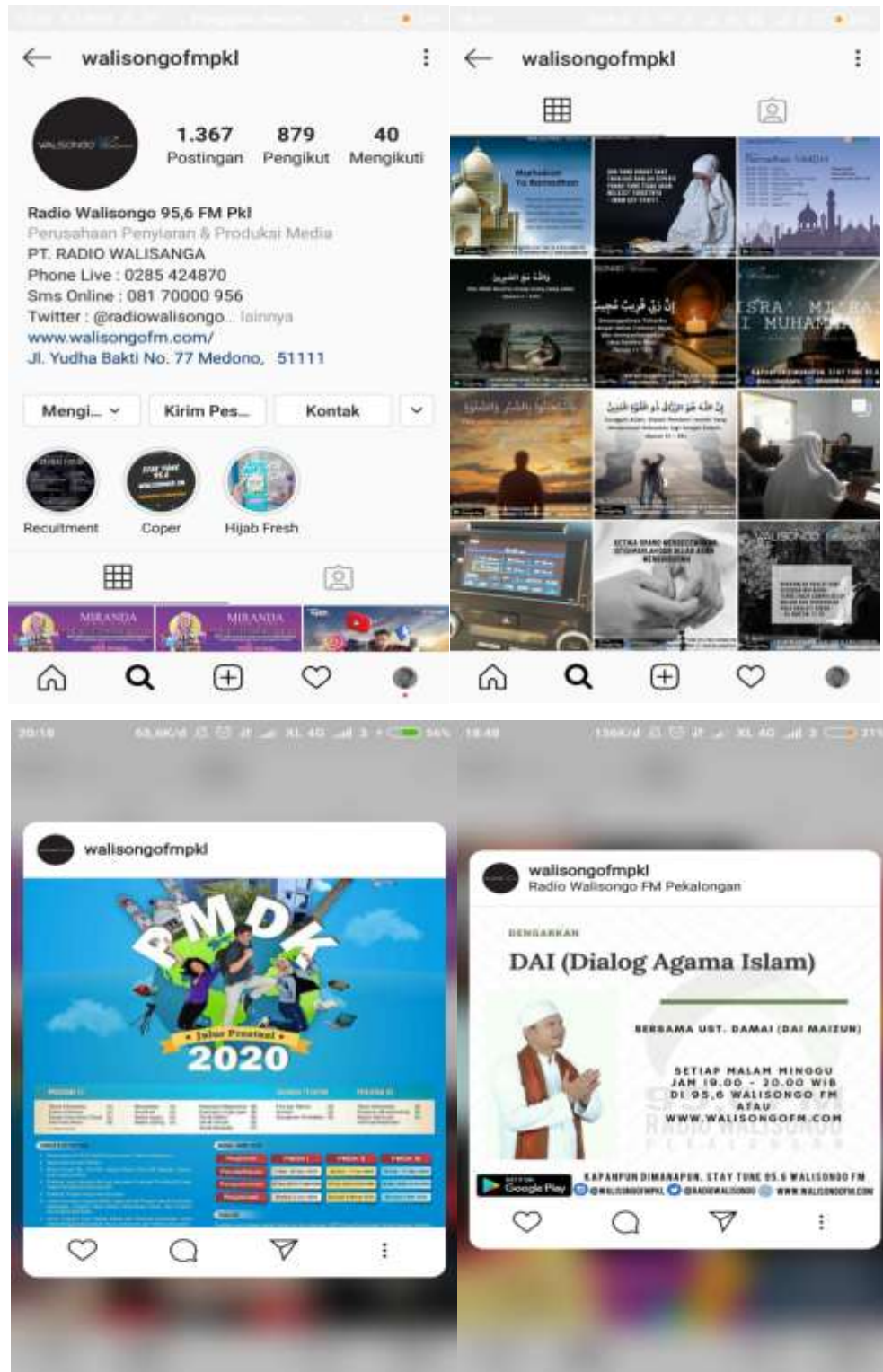
Gambar 8.1  
Beranda Twitter Radio Walisongo



Sumber : Twitter Radio Walisongo 28 Januari 2020

- 3) Instagram dengan akun @walisongofmpkl. Saat melakukan penelitian, tercatat terdapat sebanyak 1.367 kiriman yang diunggah oleh akun Radio Walisongo dengan jumlah pengikut atau *followers* sebanyak 879 pengikut. Instagram dibuat pada tahun 2010. Konten yang dimuat di akun instagram ini juga tidak beda jauh dengan facebook maupun twitter. Namun yang membedakan terdapat berupa postingan seperti poster program, *quotes-quotes* islam, iklan produk, dan vidio siaran dari Radio Walisongo.

Gambar 9.1  
Beranda Instagram Radio Walisongo



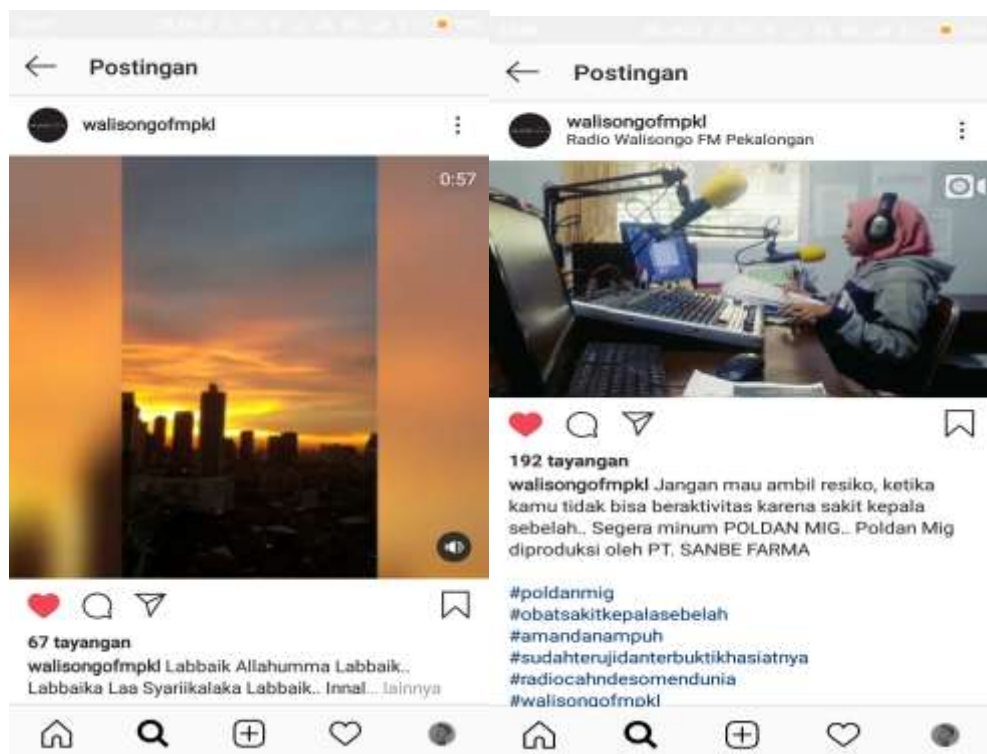
Sumber : Instagram Radio Walisongo 28 Januari 2020

Tidak hanya media *online* facebook saja yang menjadi *tren* dikalangan pendengar Radio Walisongo, media *online* instagram juga menjadi *tren* dan banyak diminati oleh pendengar Radio Walisongo untuk mengakses informasi yang *diposting* oleh Radio Walisongo 95.6 FM.

“Alhamdulillah dari 5 media online yang digunakan oleh kita, yang paling banyak peminatnya media online instagram. Mungkin instagram ini termasuk dalam media online yang masih baru ya, fitur di aplikasi ini juga banyak ada ig tv, live streaming, ig vidio. Membuat pendengar radio kita semakin aktif. Kita jadi semangat untuk buat konten vidio dakwah yang kita posting di instagram, kita juga kadang buat konten aktifitas sehari-hari di studio tidak hanya itu juga kita juga buat poster program yang diupload dulu ke instagram setengah jam sebelum onair, nanti juga langsung dibagikan kefacebook dan twitter juga.” (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Gambar 10.1

*Content* Instagram Radio Walisongo



Sumber : Instagram Radio Walisongo 28 Januari 2020

Dilihat dari penggunaan media *online*, Radio Walisongo merupakan stasiun radio di Kota Pekalongan yang memanfaatkan beberapa media *online* dengan baik. Pada dasarnya setiap media *online* yang dimiliki oleh Radio Walisongo ini mempunyai isi atau konten yang hampir sama satu dengan yang lainnya. Salah satunya yaitu memanfaatkan media online untuk mempromosikan setiap program yang sedang atau akan tayang. Adapun 5 program siaran yang dimiliki oleh Radio Walisongo yaitu : Religi Siang, Dampar Suci, Si Bocil, Dialog Kesehatan, DAI (Dialog Agama Islam).

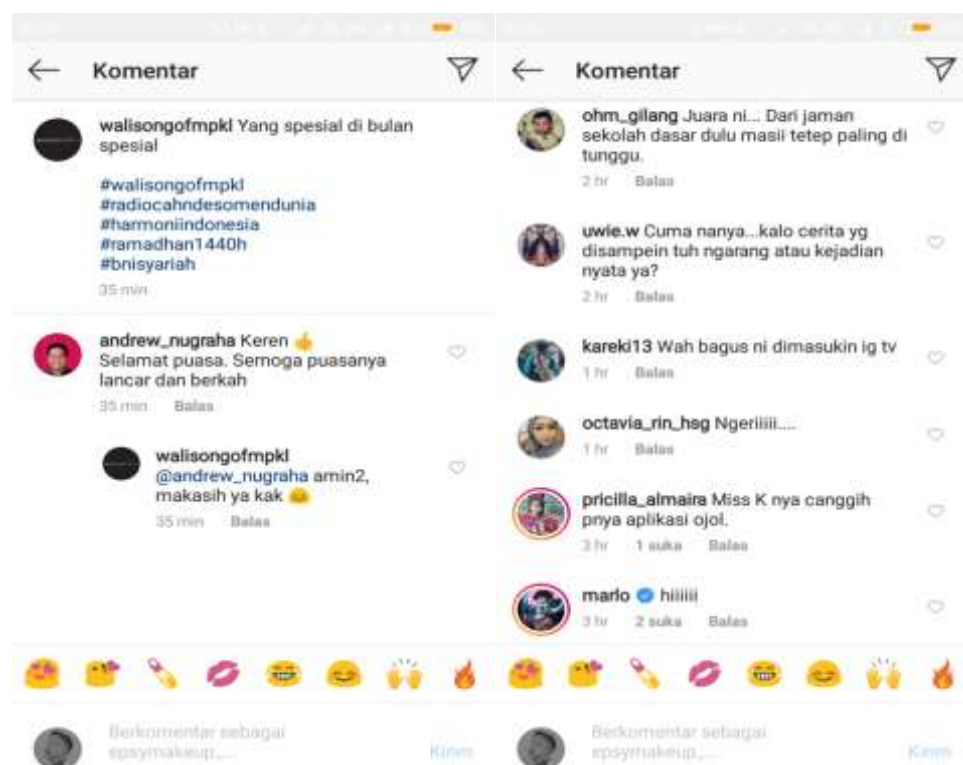
- (a) Religi Siang disiarkan oleh Radio Walisong setiap hari senin sampai minggu pukul 12.00-13.00 WIB. Religi siang ini merupakan program yang dikemas berupa berita feature yang menyajikan informasi-informasi seputar Islam dan sholat-sholat.
- (b) Dampar Suci merupakan program yang tayang setelah program Relax Session, setiap hari senin sampai minggu pada pukul 17.00-18.00 WIB dengan menyajikan kultum dan diselingi dengan Qur'an Murothal, Adzan Mahgrib, dan Sholawat.
- (c) Si Bocil merupakan program yang tayang dalam katagori acara mingguan, program ini hanya tayang di hari Minggu pukul 08.00-10.00 WIB. Program si bocil adalah program yang menyajikan informasi seputar pendidikan dan hiburan dikemas dengan ala penyiar yang periyang ditujukan untuk anak-anak usia 5 tahun sampai 12 tahun.
- (d) Dialog Kesehatan disiarkan oleh Radio Walisongo setiap hari senin pukul 09.00-12.00 WIB tayangan ini dikemas dengan dialog interaktif, mengundang para pakar kesehatan yang berpengalaman dibidangnya. Pendengar bisa

bergabung melalui wa / telepon seluler / media online yang ingin bertanya seputar topik yang dibicarakan

- (e) DAI (Dialog Agama Islam) disiarkan oleh Radio Walisong setiap hari sabtu pukul 19.00 sampai 24.00 WIB. DAI (Dialog Agama Islam) ini merupakan program talkshow yang dikemas dengan dialog interaktif, dengan kedatangan Ustadz dan Ustadzah untuk membahas suatu topik islami. Pendengar DAI (Dialog Agama Islam) bisa bertanya seputar topik yang dibicarakan dengan cara bergabung melalui wa / telepon seluler / media online.

Gambar 11.1

*Feedback Followers Instagram Radio Walisong*



Sumber : Instagram Radio Walisong 28 Januari 2020

Program-program diatas seperti Religi Siang, Dampar Suci, Si Bocil, Dialog Kesehatan, DAI (Program Agama Islam) rutin diinformasikan melalui media *online* instagram pada setiap



harinya. Radio Walisongo intens dalam melakukan pengunggahan kedia *online* instagram dan menyambungkan kedia *online* facebook untuk memberi informasi program apa yang sedang atau akan tayang.

Akun media *online* Radio Walisongo telah memenuhi kebutuhan *followersnya* akan informasi yang ditayangkan. Meskipun belum semua akun media *online* milik Radio Walisongo ini aktif dan eksis dikalangan masyarakat, namun *feedback* yang baik dari warganet membuat pihak Radio Walisongo ingin terus memberikan konten-konten yang positif sesuai dengan misinya yaitu dakwah *modern*.

**BAB IV**  
**ANALISIS TERHADAP STRATEGI KONVERGENSI**  
**RADIO WALISONGO 95.6 FM PEKALONGAN**  
**MELALUI MEDIA ONLINE**

Dalam bab ini peneliti menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan melalui media *online*. tujuan peneliti menjelaskan penggunaan media *online* sebagai strategi konvergensi Radio Walisongo.

Penggunaan media *online* oleh Radio Walisongo menandakan adanya konvergensi media. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Meike & Young, ada dua hal yang mempengaruhi media sehingga dikatakan media tersebut berkonvergensi. Pertama mengenai ekspansi media untuk tetap bertahan dalam lingkungan media, yang kedua adalah bagaimana media mengadopsi dan beradaptasi dengan teknologi dalam penggunaan media baru. Penggunaan media baru ini nantinya akan semakin beragam. Ada yang menggunakan media *online* ada pula yang lainnya. Penggunaan media baru dan media *online* dalam hal ini termasuk dalam bagaimana media mengadopsi dan beradaptasi dengan teknologi. Pada akhirnya semua media konvensional mulai melakukan konvergensi, khususnya dalam beradaptasi dan mengadopsi teknologi demi bertahan di lingkungan media. Selain teori mengenai konvergensi media yang dikemukakan oleh Meike & Young juga mempengaruhi bagaimana cara media konvensional atau analog untuk bertahan di lingkungan media yang terus bertumbuh.

Melalui teori strategi konvergensi media, dapat diartikan bahwa media konvensional dapat bertahan bila menggunakan media baru terutama media *online* dalam perkembangannya. Penggunaan media *online* yang secara aktif, tidak hanya dapat mempertahankan media di lingkungannya, tapi juga dapat menarik pendengar. Strategi Radio Walisongo di era digitalisasi yaitu dibagi menjadi dua, yaitu yang *pertama* strategi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain, antara lain :



1. Membuat Streaming Radio berbentuk website dan app mobile untuk memperluas siaran dalam bertahan di era digitalisasi.

Website dan App Mobile Radio Walisongo



2. Membuat Media Sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter sebagai media promosi program-program dakwah radio walisono

Facebook



## Twitter

← **Walisongofmpkl**  
6,612 Tweets

**WWW.WALISONGOFM.COM**

**95.6 FM**  
RADIO WALISONGO

⋮ ✉ **Following**

**Walisongofmpkl**  
@radiowalisongo

PT. RADIO WALISANGA | 95.6 FM |  
walisongo.radio@yahoo.com | ☎ 0285-410095

📍 Kota Pekalongan, Jawa Tengah  
🌐 [walisongofm.com](http://walisongofm.com) 📅 Joined March 2014

**662** Following **544** Followers

Not followed by anyone you're following

**Tweets** Tweets & replies Media

**Walisongofmpkl** @radiowaliso... · Feb 12

## Instagram

← **walisongofmpkl** ⋮

**1,367** **879** **40**  
Postingan Pengikut Mengikuti

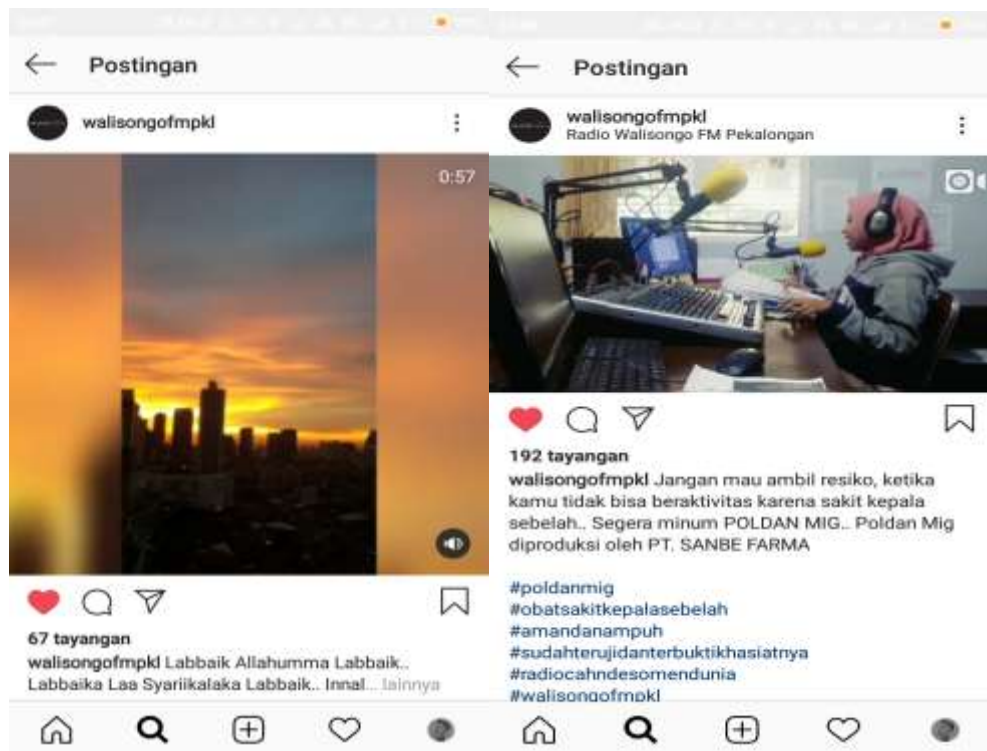
**Radio Walisongo 95,6 FM Pki**  
Perusahaan Penyiaran & Produksi Media  
PT. RADIO WALISANGA  
Phone Live : 0285 424870  
Sms Online : 081 70000 956  
Twitter : @radiowalisongo... lainnya  
[www.walisongofm.com/](http://www.walisongofm.com/)  
Jl. Yudha Bakti No. 77 Medono, 51111

Mengi... Kirim Pes... Kontak

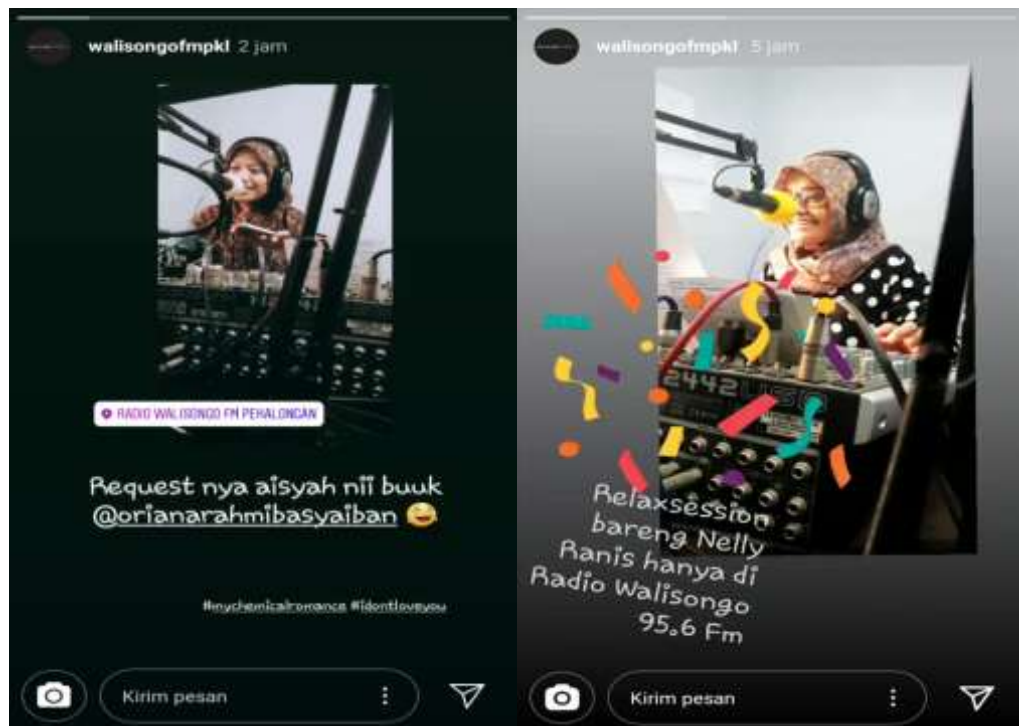
Recruitment Coper Hijab Fresh

MIRANDA MIRANDA

### 3. Menjadi kreator digital dalam berdakwah di era media baru



### 4. Memanfaatkan fitur instagram seperti live instagram dan insta story saat on air untuk lebih dekat dengan pendengar





Yang *kedua*, yaitu strategi pertahankan audience, anantara lain :

1. Event Grebeg Pasar Konimex



2. Halal bi Halal dan Temu Pendengar



3. Lomba Mewarnai di Ramayana



Untuk bertahan di era digitalisasi, maka diperlukan sebuah strategi khusus. Salah satunya radio harus melakukan mediamorfosis dengan berkonvergensi

media menurut teori Roger Fidler yang menyebutkan bahwa strategi konvergensi media, yaitu : Koevolusi, Konvergensi, dan Kompleksitas.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hasil penelitian yang penulis teliti tentang strategi konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan melalui media *online* sesuai dengan teori Roger Fidler yaitu :

#### **A. Koevolusi**

Koevolusi adalah perubahan dari penggunaan bahasa lisan dan tulisan sebagai bahasa sehari-hari berevolusi membangun kelas baru dalam bahasa yang dikenal dengan bahasa digital. Di era digitalisasi ini munculnya media baru yaitu internet membuat masyarakat dalam mengakses informasi mulai beralih dari analog ke digital, menurut Roger Fidler proses ini disebut mediamorfosis. Mediamorfosis adalah transformasi media komunikasi yang terjadi akibat interplay yang rumit dari kebutuhan-kebutuhan yang dibayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, serta inovasi inovasi sosial dan teknologis sehingga konvergensi media di perlukan menurut Meike & Young yang menjelaskan bahwa konvergensi media diperlukan untuk mempertahankan media konvensional (Fidler, 2003 : 34).

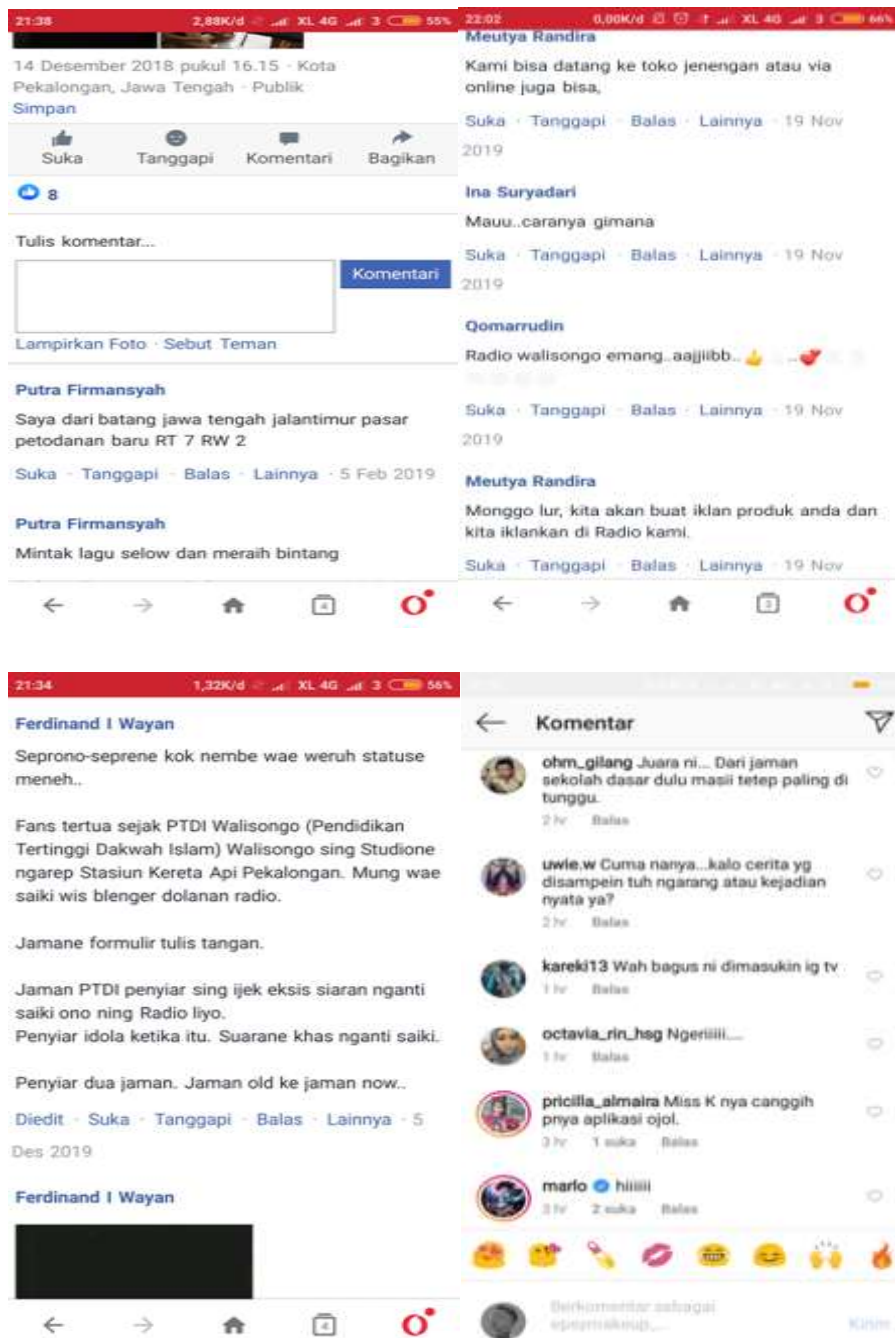
“Jadi gini kita tidak bisa menyingkari lagi, kita harus mengikuti perkembangan jaman, karena perkembangan jaman ini tidak bisa ditolak lagi, sehingga kita harus bisa beradaptasi, namun dalam kita mengikuti perkembangan jaman dengan menggunakan teknologi. Sebenarnya jika kita menggunakan teknologi bisa membuat kita bijak atau sebaliknya tergantung penggunaannya, alhamdulillah dengan melakukan konvergensi media ini salah satunya untuk memperkuat visi misi kita untuk menjadi radio dakwah modern. Sebenarnya media itu, media dakwah bisa apapun baik melalui onair, offair maupun media online karena keterbatasan waktu kita untuk melakukan onair maupun offair”(Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Salah satu terjadinya Keovolusi adalah penggunaan media *online*, di era digitalisasi ini mayoritas semua masyarakat mulai beralih dari analog ke digital dalam mengakses informasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya, Radio Walisongo

menambah fasilitasnya dengan menggunakan media *online* seperti *app mobile* dan *website* dengan tujuan agar pendengarnya yang berada di luar kota yang tidak tercover melalui saluran/frekuensi FM bisa tercover melalui *app mobile* dan *website*. Khalayak atau pendengar Radio Walisongo dilihat dari segmentasi demografi meliputi :

- a) Usia : 5-65 tahun
- b) Jenis kelamin : laki-laki 35% dan perempuan 65%
- c) Pekerjaan : Pelajar atau mahasiswa : 40%
  - Karyawan : 25%
  - Ibu rumah tangga : 15%
  - Buruh : 10%
  - Anak-anak : 5%
  - Petani dan nelayan : 5% d.
- d) Pendidikan : SLTP : 15%
  - SLTA : 40%
  - Perguruan tinggi : 45%

Dalam memanfaatkan media *online* untuk memperluas siarannya, Radio Walisongo juga memanfaatkan media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram untuk lebih dekat dengan pendengarnya. Berikut beberapa *feedback* dari pendengar Radio Walisongo di media sosial :



## B. Konvergensi

Konvergensi Media adalah sebagai proses dimana berbagai teknologi yang baru digunakan dengan media-media yang telah ada dan berbagai industri komunikasi serta budaya yang berkembang. Mengambil contoh konvergensi yang dilakukan Radio Walisongo adalah

[www.radiowalisongofm.com](http://www.radiowalisongofm.com), yang menggabungkan media radio dan media internet (Fidler, 2003 : 34).

“Kami siaran on air dari jam 6 pagi sampai jam 12 malam, untuk kegiatan off airnya sesuai kebutuhan kita, untuk menunjang aktifitas lainnya kita juga menggunakan media baru seperti facebook, twitter, instagram, web portal maupun app android, media online ini sangat membantu kita salah satunya untuk memperluas dakwah kita. Semua media ini kita gunakan sejak mulai launching pertama facebook sampai yang terbaru app android dan website, semua siaran kita di media konvensional bisa terhubung di website kita dengan mengakses alamat website kita di [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com), namun kita tidak menggunakan via streaming youtube untuk berdakwah karena bagi kita kurang efisien namun untuk waktu dekat ini kami sedang membuat quote dan video islam berupa cuplikan dari hadist atau ayat al-qur’an beserta artinya kita buat sebagus mungkin dan kita post di media sosial kita, tidak hanya itu juga media sosial juga membantu aktifitas on air kita.”(Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Salah satu dari bentuk konvergensi Radio Walisongo ini adalah media *online* yang berbentuk *app mobile* dan *website*, *app mobile* ini bisa diunduh melalui *playstor* Hp android sedangkan *website* Radio Walisongo bisa di akses melalui alamat [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com).

Semua program acara yang disiarkan Radio Walisongo baik *onair* distudio maupun *live* dari luar studio, semua siarannya disiarkan melalui *app mobile* dan *website*. Radio Walisongo menggunakan langganan *speedy* 1Mbps dengan bandwidth 100Kbps dengan *speedy* 1Mbps dalam mengakses *app mobile* dan *website* bisa didengar dengan lancar, kecuali ada gangguan pada jaringan internet yang terkadang membuat siaran terganggu bahkan tidak bisa didengar. Berikut tampilan dari *website* dan *app mobile* Radio Walisongo :





Fasilitas yang disajikan di *website* Radio Walisongo terdiri dari tombol *play* untuk mengeplay siaran streaming Radio Walisongo, Quotes of today, Profil Radio Walisongo: sejarah dan program acara yang akan disiarkan. Menu utama yang ditampilkan di halaman *website* terdiri dari : Berita Terkini, Company Profile, Galeri Foto, Direksi dan Crew, Program Harian, Program Mingguan, Rate Iklan, Referensi Iklan sedangkan fasilitas yang disajikan di *app mobile* pada menu utama : profil Radio Walisongo, tombol *play* untuk mendengarkan siaran Radio Walisongo, *hyperlink* yang terhubung ke media sosial (Facebook, Twitter, Instagram) Radio Walisongo. Untuk pendengar yang ingin mengirimkan etensinya bisa melalui *Phone live* 0285 424870 , *Sms Online* 081 70000 956, email [walisongo.radio@yahoo.com](mailto:walisongo.radio@yahoo.com) bagi pengguna android bisa dowload *app mobile* Radio Walisongo 95.6 FM di *playstore* dan untuk mengakses *website* bisa melalui [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com).

Dari program-program acara Radio Walisongo yang disiarkan ada 3 jenis yang digunakan dalam menyajikan sebuah *content* dengan Metode *Informatif* , Metode *Persuasif*, Metode *Edukatif* yaitu :

- a) Metode *Informatif* : ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya, beberapa bentuk program acara Radio Walisongo yang menggunakan metode informatif ada program Religi Siang, DAI (Dialog Agama Islam), dan Dialog Kesehatan.
- (a) Religi Siang : Religi Siang disiarkan oleh Radio Walisongo 95.6 FM setiap hari senin sampai minggu pukul 12.00-13.00 WIB. Religi siang ini merupakan program yang dikemas berupa berita feature yang menyajikan informasi-informasi seputar Islam dan sholawat-sholawat.
- (b) DAI (Dialog Agama Islam) : DAI (Dialog Agama Islam) disiarkan oleh Radio Walisongo 95.6 FM setiap hari sabtu pukul 19.00 sampai 24.00 WIB. DAI (Dialog Agama Islam) ini merupakan program talkshow yang dikemas dengan dialog interaktif, dengan kedatangan Ustadz dan Ustadzah untuk membahas suatu topik Islami. Pendengar DAI (Dialog Agama Islam) bisa bertanya seputar topik yang dibicarakan dengan cara bergabung melalui wa / telepon seluler / media *online*.
- (c) Dialog Kesehatan : Dialog Kesehatan disiarkan oleh radio walisongo 95.6 FM setiap hari senin pukul 09.00-12.00 WIB tayangan ini dikemas dengan dialog interaktif, mengundang para pakar kesehatan yang berpengalaman dibidangnya. Pendengar bisa bergabung melalui wa / telepon seluler / media online yang ingin bertanya seputar topik yang dibicarakan.
- b) Metode *Persuasif* : mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya. beberapa bentuk program acara Radio Walisongo yang menggunakan metode persuasif adalah Sarapan Pagi (Campursari dan Duth), Kelana Masa(Indo Oldiest), CJDW (Campursari), Relax Sesion (Pop Indo,dan Barat medium), Aftter City Hour (Pop Indo dan Barat New), Slam (Melayu), Santer(Dangdut), RHOIR, MSJ, TOP SONG, Sabar Yuk

(Sahur Bareng Yuk), Paket Relegi (Imsak, Adzan, Lagu Kasidah), Paparazi (Pagi-Pagi Ramadhan), Ngabur Yuk (Ngabuburit Yuk), Paket Religi (Adzan Mahgrib dan Lagu Kasidah). Ada 16 program acara Radio Walisongo yang menggunakan metode *persuasif*, rata-rata semua program acara dengan metode *persuasif* ini disiarkan dijam pagi hari untuk mengawali semangat aktifitas pendengar Radio Walisongo, tidak hanya dijam pagi saja, ada beberapa program yang disiarkan dijam sore/malam untuk menemani waktu istirahat pendengar Radio Walisongo. Rata-rata semua program acara dengan metode *persuasif* ini menyajikan tips dan trik *lifestyle*, menyajikan *request* lagu-lagu dan salam-salam dari pendengar Radio Walisongo.

- c) Metode *Edukatif* : memberikan sesuatu idea kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan terencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Beberapa bentuk program acara Radio Walisongo yang menggunakan metode *edukatif* adalah Si Bocil, Dampar Suci (Pengajian, Adzan Mahgrib, Sholawat, dan Qur'an Murotal, Siar (Siang Ramadhan).
- (a) Si Bocil : Si Bocil merupakan program yang tayang dalam katagori acara mingguan, program ini hanya tayang di hari Minggu pukul 08.00-10.00 WIB. Program si bocil adalah program yang menyajikan informasi seputar pendidikan dan hiburan dikemas dengan ala penyiar yang periyang ditujukan untuk anak-anak usia 5 tahun sampai 12 tahun.
- (b) Dampar Suci : Dampar Suci merupakan program yang tayang setelah program Relax Session, setiap hari senin sampai minggu pada pukul 17.00-18.00 WIB dengan menyajikan kultum dan diselingi dengan Qur'an Murothal, Adzan Mahgrib, dan Sholawat.
- (c) Siar (Siang Ramadhan) : Siar (Siang Ramadhan) merupakan program acara yang tayang spesial ramadhan, program ini tayang

setiap hari senin-minggu pukul 12.00-13.00 WIB dengan menyajikan ceramah singkat yang diselingi Sholawat-sholawat, & Qur'an Murothal.

### C. Kompleksitas

Kompleksitas merupakan akibat dari konvergensi media, konvergensi media yang dilakukan oleh radio walisongo adalah penggabungan media massa yaitu media konvensional Radio Walisongo yang digabungkan dengan media baru yaitu internet, yang digabungkan menjadi satu kedalam sebuah media tunggal yaitu media *online* untuk diarahkan dan digunakan dalam satu tujuan (Fidler, 2003 : 34).

“kalau yang saya liat sih ya karena sudah adanya radio digital, sekarang ini ya radio FM sudah akan makin ditinggalkan sih. Tinggal gimana stasiun radio itu mengendalikan radionya sendiri aja mau dibagaimanakan kedepannya, apakah bisa mengikuti jamankah atau tidak. Sepertinya kalau untuk 5 tahun kedepan sih aman ya, namun alangkah baiknya kalau dari sekarang sudah harus dipikirkan tentang radio digitalnya juga. walaupun kita ada streamingnya secara frekuensi, kita juga harus punya radio digital, nah kita memenuhinya dengan radio streaming kan bisa streaming diaplikasi, diwebsite, bagus-bagus di media sosial nih seperti yang sedang kita coba untuk live di instagram saat sedang on air.” (Robbi, Wawancara 27 Februari 2020)

Radio Walisongo dalam memanfaatkan internet dengan bertujuan untuk mendapatkan pendengar sebanyak-banyaknya agar bisa bertahan di era digitalisasi, salah satu yang dilakukan Radio Walisongo dengan menambah fasilitas saluran siarannya dengan menggunakan media *online*, karena media konvensional Radio Walisongo yang berfrekuensi FM hanya bisa menjangkau pendengarnya di kota pekalongan dan sekitarnya, sehingga pendengar Radio Walisongo yang berada di luar kota tidak bisa tercover difrekuensi FM, untuk pendengar Radio Walisongo yang berada di luar kota bisa tercover dengan mengakses *streaming* Radio Walisongo di alamat [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com)

“Alhamdulillah kita masih aktif mengudara menggunakan media konvensional, namun kita juga menggunakan streaming via web portal, via app android, media online yang mana tujuannya untuk mencakup /mengcover pendengar yang tidak bisa mengakses frekuensi /pancaran radio kita, karena frekuensi/pancaran siaran radio itu dibatasi sehingga tidak bisa mengcover pendengar yang berada jauh atau diluarkota, sehingga yang tidak tercover oleh siaran kita, kita menyediakan fasilitas media online untuk pendengar radio walisongo agar bisa mengakses siaran kita serta lebih dekat dengan kita.” (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)

Media yang digunakan Radio Walisongo dalam mewujudkan visi dan misi agar sesuai dengan tujuan dan prinsip awal adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Pengikut Akun Media *Online* Radio Walisongo

Radio	Media Online	Pengikut	Lainnya
Radio Walisongo 95.6 FM	Facebook	1.800	<a href="http://www.walisongofm.com">www.walisongofm.com</a>
	Twitter	544	
	Instagram	879	

Sumber : Analisa data primer, 3 Februari 2020

1. Website dan App Mobile

Dalam menggunakan *website* dan *app mobile* yang memanfaatkan internet *live streaming* memiliki celah tersendiri yang dimanfaatkan dengan baik oleh Radio Walisongo 95.6 FM untuk menyebarkan dakwahnya. *Streaming* sebenarnya merupakan proses pengiriman data kontinyu (terus-menerus) yang dilakukan secara *broadcast* melalui internet untuk ditampilkan oleh aplikasi *streaming* pada PC (klien). Paket-paket data yang dikirimkan oleh dikompresi untuk memudahkan pengirimannya melalui internet.

Format streaming yang digunakan oleh Radio Walisongo 95.6 FM yaitu format *Windows Media*. Pendengar bisa mengaksesnya melalui [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com).

Adapun kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan *website* dan *app mobile* oleh Radio Walisongo adalah :

## a) Kelebihan :

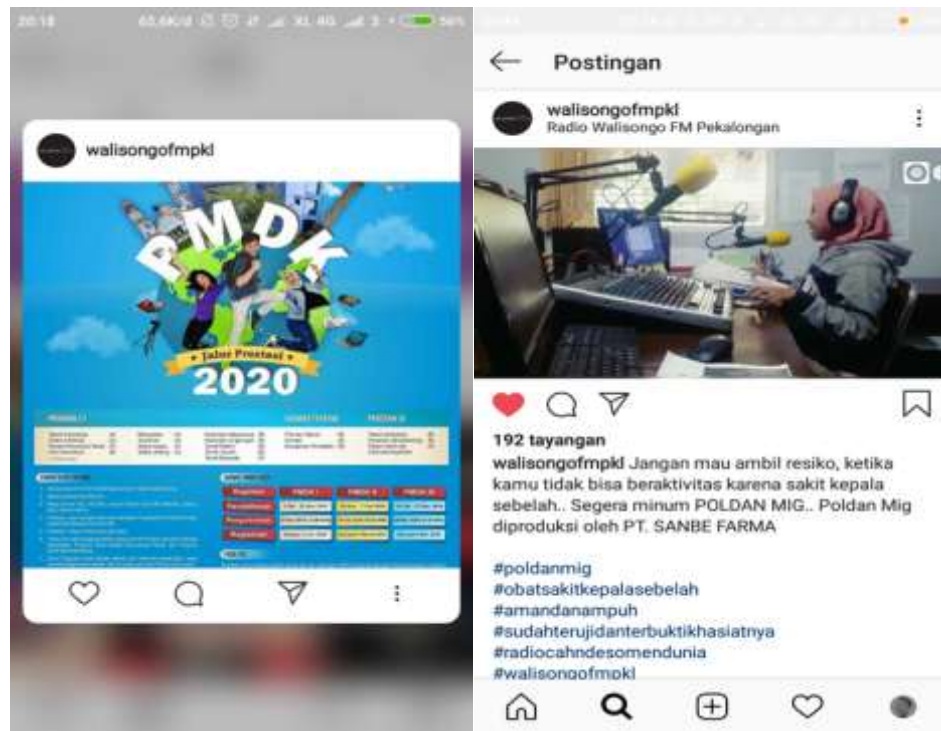
- (a) Jangkauan pendengar sampai seluruh dunia melalui jaringan internet.
- (b) Tidak ada sistem mengganggu frekuensi radio lain karena melalui jaringan internet.
- (c) Lebih hemat karena hanya menggunakan media internet, listrik yang digunakan lebih sedikit dari pada penggunaan radio konvensional.

## b) Kekurangan :

- (a) Kualitas suara yang tidak dapat konstan, karena tergantung oleh jaringan.
- (b) Untuk mendengarkan radio melalui internet mempunyai beberapa syarat yaitu: harus memiliki jaringan telepon dan piranti lunak (*software*) untuk menjalankan content audio, seperti *Real Player*. Sehingga tidak semua orang mengerti hal ini. Dampaknya media ini hanya bisa dinikmati oleh orang-orang tertentu saja yang faham teknologi ini.

## 2. Media Sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram)

Selain program acara Radio Walisongo yang disiarkan melalui media konvensional dengan frekuensi maupun *streaming* di [www.walisongofm.com](http://www.walisongofm.com), media sosialnya juga turut berperan dalam mempromosikan program-program tersebut dengan dijadikan sebuah *content* pengunggahan kedalam media sosial milik Radio Walisongo yaitu Instagram dan *relay* kemediasosialnya yang lain seperti twitter dan facebook. Berikut contoh-contoh *content* yang diunggah Radio Walisongo :



Penggunaan *content* program yang akan tayang kedia sosial dilakukan oleh Radio Walisongo kurang lebih 30 menit sebelum siaran berlangsung. Hal tersebut diakui mampu meningkatkan jumlah pendengar karena telah melakukan pemberitahuan terlebih dahulu kepada pengikut akun media sosial bahwa siaran akan dilakukan.

“iya, alhamdulillah dari 5 media online yang digunakan oleh kita, yang paling banyak peminatnya media online instagram. Mungkin instagram ini termasuk dalam media online yang masih baru ya, fitur di aplikasi ini juga banyak ada ig tv, live streaming, ig vidio. Membuat pendengar radio kita semakin aktif. Kita jadi semangat untuk buat konten vidio dakwah yang kita posting di instagram, kita juga kadang buat konten aktifitas sehari-hari di studio tidak hanya itu juga kita juga buat poster program yang diupload dulu ke instagram setengah jam sebelum onair, nanti juga langsung dibagikan kefacebook dan twitter juga.” (Baim, Wawancara 30 Januari 2020)



“tujuannya untuk follower kita yah, tau sendiri kan hampir setiap hari orang gak bisa lepas dari gadget, ini peluang sih bagi kita, jadi aku sebagai penyiar juga harus sering-sering buat insta story dan live instagram untuk mengajak dan memberi informasi kalaw kita tuh masih on air” (Nabila, Wawancara 27 Februari 2020)

Pengunggahan *content* kedalam *feed* Instagram juga sangat diperhatikan oleh Radio Walisongo, Karena untuk media sosial Instagram *feed* ini yang menjadi *content* utama, namun ada pula fitur InstaStory yang menjadi *content* pendukung dan yang tidak bisa dilepaskan keberadaannya. Pengunggahan *content* program yang akan tayang kedalam instagram *feed* dilakukan tiga puluh menit sebelum siaran berlangsung, sedangkan InstaStory *diupdate* sesering mungkin disela-sela jeda saat siaran sedang berlangsung. Instagram *feed* menampilkan citra Radio Walisongo melalui pengelolaan *content* yang matang, sementara InstaStory lebih berperan sebagai ajang berinteraksi langsung dengan para pengikut Radio Walisong. Sebab, pada setiap kegiatan *Onair* sedang



berlangsung, pendengar bisa memberikan komentar secara personal. Demikian, InstaStory memiliki fitur yang membuat interaksi dengan pengikut menjadi lebih optimal.

Dalam memanfaatkan media baru dengan internet strategi konvergensi radio melalui media *online* yang dilakukan oleh pihak radio walisongo, bisa berdakwah melalui media apa saja dari Website, App Mobile, Facebook, Twitter, Instagram dan akun media sosial lainnya mengingat di era sekarang yang semuanya serba digital, dikhawatirkan radio lama-kelamaan akan semakin berkurang angka peminatnya bahkan dikhawatirkan akan mati, sehingga radio melakukan konvergensi media agar kekhawatiran tersebut tidak terjadi.

Dalam menjalankan konvergensi media radio walisongo selain berdakwah di gelombang frekuensi 95.6 FM juga berdakwah melalui Website dan App *mobile* yang berisikan live streaming siaran *on air* radio, poster dan quotes-quotes Islam yang diposting di media *online* serta berisikan jadwal kegiatan *on air* dan *off air* radio walisongo sehingga masyarakat bisa mengetahui informasi jika ingin ikut serta dalam kegiatan.

Jika biasanya dakwah Bil-Lisan hanya melalui siaran radio saja, maka dengan melakukan konvergensi media, Radio Walisongo bisa berdakwah dalam bentuk Bil-Lisan yang dikemas melalui App *Mobile* dan Website, serta dalam bentuk Bil-Hal juga contohnya seperti kegiatan *off air* yang diadakan oleh Radio Walisongo dari Grebeg Pasar Konimex, Lomba Mewarnai di Ramayana dan Halal bi Halal dan Temu Pendengar. Selain itu juga Radio Walisongo bisa berdakwah dalam bentuk dakwah Bil-Qolam, melalui poster bertema Islami dan Quotes-Quotes Islam yang dimuat di akun media *online* Radio Walisongo.

### Analisis Data

No	Program Dakwah	Data
1.	Dakwah Bil-Lisan	Radio Walisongo merupakan media penyiaran radio, dengan visi misi Radio Dakwah Modern maka strategi konvergensi melalui media online yang dilakukan adalah melalui program-program acara berupa talkshow dan kajian yang dikemas secara <i>streaming</i> . Contohnya pada program on air seperti Religi Siang, Dampar Suci (Pengajian, Adzan Mahgrib, Sholawat, dan Qur'an Murothal), DAI (Dialog Agama Islam), Paket Religi Pagi (Imsak, Adzan, Lagu Kasidah), Paket Religi Sore (Adzan Mahgrib dan Lagu Kasidah), dan Ceramah Siar (Siang Ramadhan). Dakwah Bil-Lisan ini dapat didengarkan diluar jangkauan wilayah frekuensi Radio Walisongo dengan menggunakan live <i>streaming</i> melalui wibsite dan app mobile yang disediakan oleh Radio Walisongo di <a href="http://www.radiowalisongofm.com">www.radiowalisongofm.com</a> dan playstore.
2.	Dakwah Bil-Qolam	Dengan melakukan Konvergensi Media, Radio Walisongo dapat berdakwah dalam bentuk Bil-Qolam, dengan memiliki website, akun media sosial (Facebook, Twitter dan Instagram) ,App Mobile. Media Online ini memudahkan Radio Walisongo untuk mengembangkan dakwahnya. Contohnya memosting Poster Islami dan Quotes-Quotes Islami melalui media online yang dimiliki oleh Radio Walisongo dari Facebook, Twitter dan Instagram, tidak hanya itu juga kegiatan <i>onair</i> dan <i>offair</i> Radio Walisongo dipublikasikan di media

		online serta di beberapa fitur yang ada di Website dan AppMobile Radio Walisongo.
3.	Dakwah Bil Hal	Dakwah bil hal yang dilakukan oleh Radio Walisongo adalah halal bihalal dan temu pendengar, gerebek pasar konimex , lomba mewarnai di ramayana. Aktivitas dakwah berbentuk <i>offair</i> ini juga dibantu dengan adanya konvergensi media, sehingga jangkuan masyarakat yang ingin ikut serta dalam kegiatan menjadi semakin banyak dan aktif. Setiap hendak melaksanakan kegiatan selain disiarkan melalui radio, radio walisongo juga menggunakan fitur <i>live streaming</i> di instagram untuk menginformasikan pelaksanaan kegiatannya supaya banyak masyarakat yang tertarik mengikuti acara yang diadakan.

#### D. Analisis SWOT Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Pekalongan Melalui Media Online.

Analisis SWOT ( *Strength, Weakness, Oppurtunity, Threath*) menurut Jogiyanto (2005) sangat penting untuk dilakukan dalam menjalankan bisnis. Karena agar para produsen dapat mengevaluasi kinerja yang telah dilakukan serta memperbaiki dan menentukan strategi apa yang akan dilakukan kedepannya selain itu, menurut Ruslan (2010) kegiatan riset data public relations dapat dilakukan pada analisis situasi perusahaan, dalam hal ini diri sendiri, dengan melihat faktor SWOT yang ada pada diri. Dalam mengembangkan produk jasa yang ditawarkan, mereka haruslah melakukan analisis SWOT pada strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media online guna memaksimalkan kinerja, mempertahankan dan bahkan meninggalkan kredibilitas yang dimiliki.

Sehingga dengan demikian, akan semakin banyak keuntungan yang didapatkan.

Pada sub bab ini, peneliti akan menjabarkan analisis SWOT dari Strategi Konvergensi Radio Walisongo Melalui Media Onlin, sebagai berikut :

<b><i>Strength</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengcover semua pendengar melalui streaming website di <a href="http://www.walisongofm.com">www.walisongofm.com</a></li> <li>➤ Annauncer memanfaatkan fitur instagram untuk berinteraksi dengan pendengar</li> <li>➤ Memudahkan pendengar yang akan bergabung mendengarkan siaran Radio Walisongo melalui media online</li> <li>➤ Media online sebagai sarana promosi program-program acara Radio Walisongo</li> <li>➤ Materi-materi yang diberikan dalam unggahan media online merupakan materi-materi dakwah modern sehingga anak-anak muda merasa relate dan tertarik</li> <li>➤ Konten vidio, poster, quotes Islami yang diunggah dimedia online kreatif dan menarik</li> <li>➤ Poster dan quotes Islami diunggah secara konsisten dan berkelanjutan</li> <li>➤ Poster, quotes, dan vidio-vidio Islami yang diunggah mendapatkan perhatian dan respon yang bagus dari warga net</li> </ul>
<b><i>Weakness</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fitur streaming website yang kurang lengkap dan tampilan feeds media online yang kurang rapi</li> </ul>
<b><i>Opportunity</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Masyarakat mulai meninggalkan media konvensional dan memanfaatkan media baru yaitu internet untuk mengakses informasi dengan menggunakan satu</li> </ul>

	perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu misalnya mendengarkan radio dan mengakses internet.
<b><i>Threath</i></b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mulai munculnya radio internet yang dikemas dengan siaran bergambar melalui youtube</li><li>➤ Adanya persaingan antar industri penyiaran radio yang mulai memanfaatkan teknologi baru yaitu internet dengan menggunakan siaran streaming dan media online sebagai sarana promosi.</li></ul>

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan mendeskripsikan ringkasan hasil temuan penelitian sebagai hasil kajian terhadap permasalahan penelitian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media online dalam upaya mempertahankan media konvensional dan bersaing dengan media penyiaran radio di era digitalisasi karena masyarakat mulai meninggalkan media konvensional dan mulai beralih ke media digital dalam mengakses informasi dengan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu misalnya mengakses internet dan mendengarkan radio sehingga Radio Walisongo mulai kehilangan pendengarnya. Adapun strategi yang dilakukan ada dua yaitu yang *pertama*, strategi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain, antara lain :

1. Membuat Streaming Radio berbentuk website dan app mobile untuk memperluas siaran dalam bertahan di era digitalisasi.
2. Membuat Media Sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter sebagai media promosi program-program dakwah radio walisongo
3. Menjadi kreator digital dalam berdakwah di era media baru
4. Memanfaatkan fitur instagram seperti live instagram dan insta story saat *on air* untuk lebih dekat dengan pendengar

Yang kedua, yaitu strategi pertahankan audience, anantara lain :

1. Event Grebeg Pasar Konimex
2. Halal bi Halal dan Temu Pendengar
3. Lomba Mewarnai di Ramayana

Untuk memenangkan sebuah persaingan dan mempertahankan media konvensional di era digitalisasi, maka diperlukan sebuah strategi khusus, salah satunya merujuk pada teori Roger Fidler yaitu strategi konvergensi media meliputi koevolusi suatu perubahan atau mediamorfosis dari media analog ke digital karena adanya teknologi baru

diera digitalisasi yaitu internet membuat Radio Walisongo kehilangan pendengarnya untuk bertahan hidup Radio Walisongo mulai memanfaatkan hadirnya teknologi baru ini dengan berkonvergensi media, konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Walisongo ini menggabungkan media internet dengan media radio dalam satu *platform* yaitu media *online*, kompleksitas merupakan akibat dari konvergensi media, hasil dari konvergensi media ini adalah media *online*, media penyiaran yang digunakan oleh Radio Walisongo yaitu App Mobile, Website, Media Sosial ( Facebook, Instagram, dan Twitter) dalam melakukan strategi konvergensi melalui media *online* Radio Walisongo bisa menyebarkan dakwahnya dengan dakwah Bil Lisan dan Bil Qalam, dan Bil Hal antara lain :

1. Dakwah Bil Lisan : Siaran program acara melalui streaming di [www.radiowalisongofm.com](http://www.radiowalisongofm.com) ,App Mobile Android dan membuat video siaran di media *online*
2. Bil Qalam: Membuat poster dan quotes-quotes Islami melalui media *online*
3. Dakwah Bil Hal : Mengadakan Event

Penulis juga menganalisis strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media *online* menggunakan analisis SWOT yang terdiri dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman).

## **B. Saran**

Setelah melihat keadaan yang ada di Radio Walisongo dari segi manajemen, sumberdaya manusia, dan program. Data yang diperoleh dari dokumentasi dan wawancara yang dilakukan peneliti memiliki beberapa saran, antara lain :

1. Membuat *live streaming* via youtube untuk menambah jangkauan pendengar dalam mengakses Radio Walisongo serta memberikan warna baru di Radio Walisongo dengan berinovasi menggunakan fitur *live*

*streaming* via youtube yaitu *radio net* atau radio bergambar diharapkan agar pendengarnya tidak hanya mendengarkan dakwah di Radio Walisongo saja tapi bisa melihat dakwahnya berupa video siaran yang diunggah di live *streaming* via youtube.

2. Menambah fitur berupa artikel bertemakan Islami di beberapa *platform* medianya seperti *website* dan *app mobile* Radio Walisongo.
3. Membuat acara *off air* bernuansa Islam agar pendengarnya semakin antusias untuk mengikuti kegiatan *off air* yang dilaksanakan oleh Radio Walisongo mengingat masyarakat pekalongan mayoritas memeluk agama Islam.

### C. PENUTUP

Puji syukur alhamdulillah rabbil ‘alamin kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung demi terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Harapan peneliti meskipun skripsi ini sangat sederhana, mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya bagi pembaca, namun demikian peneliti mengakui bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna perlu ada pembenahan baik dari segi isi maupun bahasanya. Untuk itu peneliti minta saran dan kritik yang sifatnya membangun dan menyempurnakan demi kebaikan penulis di masa datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita, dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan penelitian selanjutnya pada umumnya. Aamiin.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2003. Pokok-pokok Manajemen. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz, Moh. Ali . 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Karya
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Fidler, Roger. 2003. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya
- Hadi. S. 1983. *Metodologi Penelitian Research, Jilis I*. Yogyakarta: UGM Press
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Milles, Mattew B and Huberman, Michael A. 1992. *Analisis Data Kualitatif (Terjemah Tjetjep Rohendi)*. Jakarta: UI Press
- Maman, Abdul Jalil. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LKIS
- Morissan. 2005. *Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakasa
- Morissan. 2013. *Manajemen Penyiaran Strategi Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana
- Munir, Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Pranada Mulia
- Nasrullah, Rully. (2015). *Media Sosial : Perspektif, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan ke-20. Jawa Timur: Banyumedia Publishing
- Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Managemen Program dan Teknik Produksi Siaran Dakwah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Romli, Asep Syamsul M. 2015. *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendekia
- Rubiyannah dan Ade Masturi. 2011. *Penganatar Ilmu Dakwah*. Rajawali Press

- Samsul, Munir Amin. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah
- Strauss, A, Shodiq, M dan Muttaqien, I. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif, Tata Langkah dan Teknik-Teknik Teoritasi Data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharismi, Arikunto. 1995. *Dasar-Dasar Research*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Graha Persada
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta : Rajawali Pers
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras
- Juliyanti, Dinia Maya. 2012. *Dinamika Digitalisasi dan Konvergensi Media Televisi di Indonesia dalam Digitalisasi dan Konvergensi Media*, Journal article Observasi Vol. 10, hlm 96
- Lewis, Koenig. 2009. *An experiential, social network-based approach to direct marketing*, International Journal od Direct marketing, Vol. 3, No. 3, hlm 162-176
- Respati, Wira. 2014. *Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi di Indonesia*, Jurnal Humaniora Vol.5, hlm 39-51
- Edi Irawan, Rahmad . 2014. “Aplikasi Citizen Journalisme di Era Konvergensi Media” Jurnal Humaniora, Vol.5, hlm 818
- Prihartono, Anton Wahyu. 2016. *Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media pada Solopos”* Jurnal *Chennel*, Vol.4, hlm 108
- Anindita, Trinoviana. 2017. *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience*
- Ma'Rifah, Nidaul. 2018. *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya*
- Nathania, Devina. 2017. *Konvergensi Media Di Radio Sonora Semarang*
- Jayani Dwi Hadya. 2018. *Survei APJJI : Pengguna Internet Masih Terkonsentrasi di Jawa*. ([databoks.katadata.co.id /datapublish/2019/05/16/survei-apjji-pengguna-internet-masih-terkonsentrasi-di-jawa](http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/05/16/survei-apjji-pengguna-internet-masih-terkonsentrasi-di-jawa)). Diakses 2 November 2019
- <https://www.kompasiana.com/yecitizenjournalism/>. Diakses 24 Oktokber 2019

Rifky Kurniawan. Konvergensi Media. [https://www.academia.edu/35502250/konvergensi\\_media](https://www.academia.edu/35502250/konvergensi_media). Diakses 2 November 2019

Soekarno. Konvergensi Media dan Masa Depan. diakses 15 Juni 2019

Thelen, Gill. 2002. Convergence, <http://asm.org/kiok/editor/10.July>. diakses 17 Juni 2019

Albert Yudha. Konvergensi Media. Satu Gadget Untuk Banyak Media.  
[http://www.academia.edu/16061230/KONVERGENSI\\_MEDIA\\_SATU\\_GADGET\\_UNTUK\\_BANYAK\\_MEDIA](http://www.academia.edu/16061230/KONVERGENSI_MEDIA_SATU_GADGET_UNTUK_BANYAK_MEDIA) . diakses 2 November 2019

Wurinanda, I. 2016. Hadapi MEA, Pendidikan Butuh Guru Profesional, Portal Berita Online Okezone. <http://news.okezone.com>. diakses 24 Oktober 2019

**LAMPIRAN 1**  
**PEDOMAN WAWANCARA**  
**“STRATEGI KONVERGENSI RADIO WALISONGO 95.6 FM**  
**PEKALONGAN MELALUI MEDIA ONLINE”**

**A. PEDOMAN INFORMASI**

Beberapa aspek yang diperhatikan dalam melakukan observasi di lapangan

1. Instansi :
2. Pekerjaan :
3. Jabatan :
4. Nama :
5. Umur :
6. Alamat :
7. No Hp :
8. Durasi Kerja :

Peneliti melakukan pengamatan dalam proses penggunaan media *online* yang berkaitan dengan strategi konvergensi di Radio Walisongo.

Peneliti mengamati bagaimana tata cara penggunaan media *online* menurut aturan dan kebijakan yang ditetapkan.

Peneliti mengamati penggunaan media *online* Radio Walisongo dengan detail, dimulai dari penentuan media *online* yang digunakan, proses pembuatan *content*, jadwal pengunggahan, hingga pengunggahan *content* ke media sosial.

**B. PEDOMAN WAWANCARA**

Berikut beberapa poin yang nantinya dijadikan pertanyaan kepada Informan :

1. Latar belakang Informan.
2. Alasan melakukan konvergensi media.
3. Strategi yang dilakukan Radio Walisongo dalam menggunakan media *online* sebagai strategi konvergensi media dalam bertahan di era digital.
4. Konsep pembuatan media *online*.
5. Pertimbangan dalam menentukan keputusan pembuatan suatu *content*.
6. Alasan menggunakan suatu media *online* tertentu.

7. Cara Radio Walisongo Memanfaatkan media *online*.
8. Sistematika Radio Walisongo di media *online*.
9. Proses kreatif penyusunan content di media *online* Radio Walisongo.
10. Tantangan menggunakan media *online* sebagai strategi konvergensi media

## LAMPIRAN 2

### DOKUMENTASI RADIO WALISONGO 95.6 FM PEKALONGAN





**LAMPIRAN 3**  
**DESKRIPSI PROGRAM ACARA**  
**RADIO WALISONGO 95.6 FM PEKALONGAN**

Sumber : Data Media Walisongo FM 2020

1) Program Acara Harian

1. Sarapan Pagi (Campursari & Duth)

Setiap Hari : 06.00-10.00

Isi Acara : Sajian lagu-lagu campursari dan dangdut untuk menemani aktifitas dipagi hari

Sasaran : Dewasa

2. Kelana Masa (Indo Oldiest)

Setiap Hari : 10.00-12.00

Isi Acara : Sajian lagu (Indo Oldiest) diselingi pemutaran spot tanpa komentar dari penyiar

Sasaran : Dewasa

3. Religi Siang (Pop Religi)

Setiap Hari : 12.00-13.00

Isi Acara : Sajian lagu-lagu religi dan informasi seputar religi

Sasaran : Umum

4. DJDW (Campursari)

Setiap Hari : 13.00-14.00  
Isi Acara : Sajian lagu-lagu campursari dan diselingi tips-trik lifestyle  
Sasaran : Dewasa

5. Relax Session (Pop Indo & Barat Medium)

Setiap Hari : 15.00-17.00  
Isi Acara : Sajian lagu-lagu pop indo & barat medium diselingi request lagu dan salam-salam  
Sasaran : Remaja

6. Dampar Suci (Pengajian, Adzan, Mahgrib, Sholawat, & Qur'an Murothal)

Setiap Hari : 17.00-18.00  
Isi Acara : Kultum singkat yang diselingi Adzan, Mahgrib, Sholawat, & Qur'an Murothal  
Sasaran : Umum

7. After City Hour (Pop Indo & Barat New)

Setiap Hari : 18.00-20.00  
Isi Acara : Sajian lagu-lagu pop indo & barat medium diselingi request lagu dan salam-salam  
Sasaran : Remaja

8. SLAM (Melayu)

Setiap Hari : 20.00-22.00  
Isi Acara : Sajian lagu-lagu melayu diselingi request lagu dan salam-salam  
Sasaran : Umum

9. SANTER (Dangdut)

Setiap Hari : 22.00-24.00  
Isi Acara : Sajian lagu-lagu dangdut diselingi request lagu dan salam-salam  
Sasaran : Umum

2) Program Acara Mingguan

1. Si Bocil

Hari : Minggu

Waktu : 08.00-10.00

Isi Acara : Tips dan trik pendidikan diselengi lagu-lagu anak-anak

Sasaran : Anak-Anak dan Remaja

2. Dialog Kesehatan

Hari : Senin

Waktu : 09.00-12.00

Isi Acara : Dialog interaktif mengenai kesehatan diseleangi request tanya jawab dengan pendengar

Sasaran : Umum

3. RHOIR (Musik Spesial)

Hari : Rabu

Waktu : 18.00-10.00

Isi Acara : Sajian lagu-lagu spesial request dari pendengar salam-salam, dan kuis

Sasaran : Umum

4. MSJ (Musik Spesial)

Hari : Jum'at

Waktu : 12.00-14.00

Isi Acara : Sajian lagu-lagu spesial request dari pendengar salam-salam, dan kuis

Sasaran : Umum

5. DAI (Dialog Agama Islam)

Hari : Sabtu

Waktu : 19.00-24.00

Isi Acara : Dialog interaktif mengenai topik Islami diselengi request tanya jawab dengan pendengar

Sasaran : Umum



6. Top Songo

Hari : Sabtu

Waktu : 16.00-17.00

Isi Acara : Sajian lagu-lagu spesial request dari pendengar  
salam-salam, dan kuis

Sasaran : Umum

3) Program Spesial Ramadhan

1. Sabar Yuk (Sahur Bareng Yuk)

Setiap Hari : 02.00-04.00

Isi Acara : Tips dan Trik Seputar Ramadhan, diselingi request  
lagu-lagu dan salam-salam dari pendengar

Sasaran : Umum

2. Paket Religi (Imsak, Adzan, & Lagu Kasidah)

Setiap Hari : 04.00-05.00

Isi Acara : Sajian lagu kasidah diselingi pemutaran imsak dan  
adzan tanpa komentar dari penyiar

Sasaran : Umum

3. Paparazi (Pagi-pagi Ramadhan)

Setiap Hari : 05.00-06.00

Isi Acara : Tips dan Trik lifestyle , diselingi request lagu-lagu  
dan salam-salam dari pendengar

Sasaran : Umum

4. SIAR (Siang Ramadhan)

Setiap Hari : 12.00-13.00

Isi Acara : Ceramah singkat yang diselingi Sholawat, &  
Qur'an Murothal

Sasaran : Umum

5. NGABUR YUK (Ngabuburit Yuk)

Setiap Hari : 14.00-17.30

Isi Acara : Tips dan Trik Ngabuburit, diselingi request lagu-  
lagu, kuis , dan salam-salam

Sasaran : Umum

6. Paket Religi (Adzan Mahgrib, dan Lagu Kasidah)

Setiap Hari : 17.30-18.00

Isi Acara : Sajian lagu kasidah diselingi pemutaran Adzan  
Mahgrib tanpa komentar dari penyiar

Sasaran : Umum

RIWAYAT HIDUP PENELITI



Nama Lengkap : Eko Agus Prasetyo  
Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 10 Agustus 1997  
Agama : Islam  
Alamat : Jl Anyelir Rt 03 Rw 01 No 89 Desa Beji  
Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang  
No Hp : 08975921225  
Email : ekoprasetyo49112@gmail.com  
Ig : @epsymakeup\_

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN :**

2004 – 2010 : SD N 04 Beji  
2010 – 2013 : SMP N 03 Taman  
2013 – 2016 : Teknik Elektro SMK N 1 Ampelgading  
2016 – 2020 : Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri  
Walisongo Semarang

**PENGALAMAN ORGANISASI :**

2013 – 2015 : Forum Elektro dan PKS SMK N 1 Ampelgading  
2016 – 2019 : Walisongo Tv dan MBS FM

