

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO KIIS 106.6 FM  
DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN  
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN  
(PELUANG DAN TANTANGAN)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh :**

**ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION  
NIM: 2030100004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO KIIS 106.6 FM  
DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN  
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN  
PELUANG DAN TANTANGAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION  
NIM: 2030100004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**STRATEGI KONVERGENSI RADIO KIIS 106.6 FM  
DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN  
DI KOTA PADANGSIDIMPUAN  
(PELUANG DAN TANTANGAN)**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam*

**Oleh:**

**ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION  
NIM: 2030100004**

**PEMBIMBING I**

  
Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.  
NIP. 196606062002121003

**PEMBIMBING II**

  
Nurfitriani M. Siregar, S.Sos.I., M.Kom.I.  
NIP. 199104172019032007

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH  
ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Skripsi  
a.n Ismi Anriza Azizah Nasution  
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 28 Agustus 2024  
Kepada Yth:  
Ibu Dekan FDIK  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di:  
Padangsidimpuan

Assalamualaikum wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Ismi Anriza Azizah Nasution yang berjudul : **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang Dan Tantangan)”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

**Pembimbing I**

  
Dr. Sholeh Fikri, M.Ag  
NIP. 196606062002121003

**Pembimbing II**

  
Nurfitriani M. Siragur, M. Kom. I  
NIP199104172019032007

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution  
NIM : 2030100004  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan (Peluang Dan Tantangan)”**,

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik pasal 14 ayat 2 Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 Kode Etik Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY Padangsidempuan. Pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 28 Agustus 2024  
Pembuat Pernyataan,

  
Ismi Anriza Azizah Nasution  
NIM. 2030100004

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution  
NIM : 2030100004  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive) Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang Dan Tantangan)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada Tanggal : 28 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,

  
**ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION**  
NIM. 2030100004

## SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution  
Tempat / Tgl Lahir : Bagan Batu, 13 Januari 2003  
NIM : 2030100004  
Fakultas / Prodi : FDIK / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqasyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 28 Agustus 2024  
Pembuat Pernyataan,



**Ismi Anriza Azizah Nasution**  
**NIM. 2030100004**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution  
NIM : 2030100004  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Konvergensi Radio KHS 106.6 FM Di Tengah  
Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan  
(Peluang dan Tantangan)

Ketua

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag  
NIP.196606062002121003

Sekretaris

Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I  
NIP. 199104172019032007

Anggota

Dr. Sholeh Fikri, M.Ag  
NIP.19660606 2002121003

Nurfitriani M. Siregar, M. Kom. I  
NIP. 199104172019032007

Dr. Fauz Rizal, MA  
NIP. 197305021999031003

Dr. Mhd. Latip Kahpi, M. Kom. I  
NIP. 19912242019031008

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Jum'at, 30 Agustus 2024  
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus / 85,5 (A)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.72  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

---

**PENGESAHAN**

**Nomor: 1141/Un.28/F.4c/PP.00.9/09/2024**

**Judul Skripsi** : Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang Dan Tantangan)  
**Nama** : Ismi Anriza Azizah Nasution  
**NIM** : 2030100004  
**Program Studi** : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
Dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidimpuan, 09 September 2024

Dekan,



**Dr. Magdalena, M.Ag.**

**NIP.197403192000032001**

## ABSTRAK

**NAMA** : ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION  
**NIM** : 2030100004  
**Program Studi** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**JUDUL** : Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidempuan (Peluang dan Tantangan)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Radio KIIS FM Padangsidempuan, sebagai media lama memanfaatkan teknologi internet dengan menerapkan strategi konvergensi media untuk bersaing di era digital. Tujuan penelitian untuk mengetahui langkah-langkah Radio KIIS 106.6 FM Padangsidempuan agar tetap eksis, untuk mengetahui pelaksanaan strategi konvergensi Radio tersebut dan untuk mengetahui peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan strategi konvergensi media tersebut. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini berjumlah lima orang yang terdiri dari Direktur, Stasiun Manajer, serta Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, menunjukkan bahwa Langkah-langkah Radio KIIS FM agar tetap eksis dengan melakukan perencanaan segmentasi pendengar berdasarkan karakteristik audiens seperti minat, usia, profesi audiens dan lainnya, menghadirkan program yang kreatif dan menarik seperti kuis show hadiah dan menghadirkan *upgrade* program siaran yang banyak diminati seperti program musik WARALABA dan ceramah interaktif Obat Hati, dan penggunaan media baru sebagai media publikasi dan sharing melalui akun resmi radio melalui WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Youtube dan *Web streaming*. Pelaksanaan strategi 3M pada konvergensi Radio KIIS FM di tengah persaingan industri penyiaran di kota padangsidempuan dengan konvergensi *Multimedia* Produksi konten dan informasi beragam, dengan penyiar membagikan flyer dalam format gambar yang dikombinasikan dengan teks, video reels dalam format audiovisual sehingga audiens dapat melihat, mendengar, membaca, serta memilih informasi yang diinginkan, mengenai kegiatan dan program siaran radio, *Multichannel* yang mendistribusikan informasi melalui berbagai platform *online* atau media sosial radio untuk menyalurkan konten yang beragam, mempermudah berinteraksi dengan pendengar, juga dengan *Multiplatform*, radio KIIS FM menjadi lebih *mobile*, dapat diakses melalui perangkat digital baik *smarthphone*, komputer, atau laptop sehingga lebih efisien. Peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan strategi konvergensi media tersebut, menggunakan analisis SWOT, bahwa konvergensi media menawarkan peluang untuk meningkatkan penetrasi audiens dan pendapatan melalui periklanan dengan kualitas produksi yang kaya dan beragam, namun juga memunculkan tantangan dengan ketidak konsistenan dan terbatasnya platform yang aktif dimanfaatkan, dapat menyebabkan kehilangan eksistensi, pengalihan audiens ke pesaing. Sehingga, menjadi keharusan dengan memaksimalkan konvergensi media untuk mampu bertahan di tengah persaingan media penyiaran radio di Kota Padangsidempuan.

**Kata Kunci:** Strategi Konvergensi Media, Radio, KIIS FM

## **ABSTRACT**

**NAME** : ISMI ANRIZA AZIZAH NASUTION  
**Reg. Number** : 2030100004  
**TITLE** : ***KIIS 106.6 FM Radio Convergence Strategy amidst  
Competition in the Broadcasting Industry in Padangsidimpuan  
City (Opportunities and Challenges)***

*This research was motivated by Radio KIIS FM Padangsidimpuan, as an old media that utilizes internet technology by implementing media convergence strategies to compete in the digital era. The aim of the research is to determine the steps taken by Radio KIIS 106.6 FM Padangsidimpuan to continue to exist, to determine the implementation of the Radio convergence strategy and to determine the opportunities and challenges that arise with the implementation of the media convergence strategy. The research method used is descriptive qualitative. Data collection was carried out with non-participant observations, unstructured interviews and documentation. There were five informants in this research consisting of the Director, Station Manager, and Radio Broadcaster KIIS FM Padangsidimpuan. The results obtained from this research show that KIIS FM Radio's steps to continue to exist are by planning listener segmentation based on audience characteristics such as interests, age, audience profession and others, presenting creative and interesting programs such as quiz shows with prizes and presenting broadcast program upgrades that are in great demand such as Franchise music programs and interactive lectures on Heart Medicine, and the use of new media as a medium for publication and sharing via official radio accounts via WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube and Web streaming. Implementation of the 3M strategy on the convergence of KIIS FM Radio in the midst of competition in the broadcasting industry in the city of Padangsidimpuan with the convergence of Multimedia Production of diverse content and information, with broadcasters distributing flyers in image format combined with text, video reels in audiovisual format so that the audience can see, hear, read, and choose the desired information, regarding radio broadcast activities and programs, Multichannel which distributes information via various online platforms or social media radio to distribute various content, making it easier to interact with listeners, also with Multiplatform, KIIS FM radio has become more mobile, can be accessed via digital devices, whether smartphones, computers or laptops, making it more efficient. Opportunities and challenges that arise with the implementation of such media convergence strategies, using SWOT analysis, that media convergence offers opportunities to increase audience penetration and revenue through advertising with rich and diverse production quality, but also raises challenges with inconsistencies and limited platforms actively utilized, can lead to loss of existence, diversion of audience to competitors. So, it is mandatory to maximize media convergence to be able to survive amidst the competition of radio broadcasting media in Padangsidimpuan City.*

**Keywords:** ***Media Convergence Strategy, Radio, KIIS FM***

## الملخص

: إسمي عزيزة عزيزة ناسوتيون

الاسم

: ٢٠٣٠١٠٠٠٠٤

رقم تعريف الطالبة

: استراتيجية التقارب لراديو كاسيفي إندي إنداه سوارا مائة وستة ترددات في  
وسط منافسة صناعة البث الإذاعي في مدينة بادانغسيديمبوان (الفرص والتحديات)

العنوان

الدافع وراء هذا البحث هو إذاعة كي أي إس إف إم بادانغسيديمبوان، باعتبارها وسيلة إعلام قديمة تستفيد من تكنولوجيا الإنترنت من خلال تنفيذ استراتيجيات تقارب الوسائط لتبقى قادرة على المنافسة في العصر الرقمي. يهدف البحث إلى فهم الخطوات التي تتبعها إذاعة كي أي إس إف إم بادانغسيديمبوان للحفاظ على وجودها، وتقييم تنفيذ استراتيجية التقارب الراديوي، واكتشاف الفرص والتحديات الناتجة عن تنفيذ هذه الاستراتيجية. استخدم البحث المنهج الوصفي النوعي، وتم جمع البيانات عبر الملاحظات غير المشاركة، والمقابلات غير المنظمة، والتوثيق. شمل البحث خمسة مخبرين من بينهم المدير، مدير المحطة، ومذيعو إذاعة كي أي إس إف إم بادانغسيديمبوان. أظهرت النتائج أن الخطوات التي تتبعها إذاعة كي أي إس إف إم بادانغسيديمبوان للحفاظ على وجودها تتضمن التخطيط لتجزئة المستمعين وفقاً لخصائصهم مثل الاهتمامات، العمر، والمهنة، وتقديم برامج إبداعية وجذابة مثل عروض المسابقات مع الجوائز، وتحديث البرامج لتلبية رغبات المستمعين مثل برامج الموسيقى فرانشايز والمحاضرات التفاعلية حول طب القلب، واستخدام الوسائط الجديدة كوسيلة للنشر والمشاركة عبر حسابات الإذاعة الرسمية على واتساب، إنستغرام، فيسبوك، تيك توك، يوتيوب، وبث الويب. يتم تنفيذ استراتيجية ٣م لتقارب إذاعة كي أي إس إف إم في ظل المنافسة في صناعة البث في مدينة بادانغسيديمبوان، حيث تشمل تقارب الإنتاج المتعدد الوسائط للمحتوى والمعلومات عبر تنسيقات متنوعة مثل النصوص والصور والفيديو، وتوزيع المعلومات عبر منصات متعددة على الإنترنت مثل إنستغرام، فيسبوك، يوتيوب، تيك توك، واتساب، مما يسهل التفاعل مع المستمعين. بالإضافة إلى ذلك، أصبح راديو كي أي إس إف إم أكثر مرونة وقابلية للوصول من خلال الأجهزة الرقمية مثل الهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر، وأجهزة الكمبيوتر المحمولة، مما يجعله أكثر كفاءة. تتيح استراتيجية تقارب الوسائط هذه الفرص لزيادة تغلغل الجمهور والإيرادات من خلال الإعلانات المتنوعة، لكنها تواجه أيضاً تحديات بسبب التناقضات في استخدام المنصات المحدودة، مما قد يؤدي إلى فقدان الوجود وتحويل الجمهور إلى المنافسين. لذا، من الضروري تعزيز التقارب الإعلامي لضمان الاستمرارية وسط المنافسة في وسائل الإعلام الإذاعية في مدينة بادانغسيديمبوان.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية تقارب الوسائط؛ راديو؛ كيبس إف إم

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan nikmat, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Shalawat beriringan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu tentang keislaman yang dapat dijadikan bekal hidup bagi umat Islam untuk hidup di dunia maupun di akhirat kelak.

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang Dan Tantangan)”**, disusun untuk memenuhi tugas dan syarat wajib untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Bagi penulis, penyusunan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Ada banyak halangan dan rintangan yang penulis rasakan selama proses penyusunan skripsi ini dikarenakan segala keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Selesainya skripsi ini, tentunya karena dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
2. Ibu Dr. Magdalena, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
3. Ibu Nurfitriani M Siregar, M.Kom.I. selaku ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam

Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

4. Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Nurfitriani M. Siregar, M.Kom.I selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang tulus dan sangat berharga bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. Mursalin Harahap, Kabag Tata Usaha; Bapak Mukti Ali, S.Ag., Pejabat Fungsional Ahli Muda Pengembangan Teknologi Pendidikan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, serta Bapak dan Ibu karyawan yang telah memberikan layanan akademik yang baik untuk mendukung kesuksesan kuliah dan penyusunan skripsi.
6. Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag selaku Penasehat Akademik penulis, yang telah sabar dalam memberikan pembelajaran, pengarahan serta bimbingan selama perkuliahan.
7. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M.Hum sebagai kepala perpustakaan dan pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, untuk menyediakan buku-buku pendukung skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membimbing, mendidik serta membantu penulis selama perkuliahan sehingga penulis memiliki pengetahuan dan mampu menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
9. Darwis Sitompul, S.E selaku Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan, yang telah mengizinkan saya untuk meneliti di Radio KIIS FM Padangsidimpuan dan membantu memberikan informasi dalam penelitian serta kepada seluruh karyawan Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan kontribusi dalam penelitian ini.
10. Teman-teman penulis yaitu Winda Sari Lase, Maimunah Pasaribu, Meliana Fitri, dan Putri Rahma Dani Sipahutar yang telah menjadi teman curhat serta memberikan semangat dan dukungan bagi penulis.

11. Terakhir, tak lupa untuk berterima kasih kepada diri sendiri karena telah melewati semua kesulitan dan perjuangan ini. Mengendalikan diri sendiri, tidak pernah memutuskan untuk menyerah pada proses penyusunan skripsi sesulit apapun.

Terima kasih, terkhusus kepada Ayah tercinta Muchtar Darif Nasution dan Ibunda Farida Wati Siregar yang telah menyayangi, mengasuh dan merawat penulis sedari kecil, sebagai tempat bersandar dalam melalui kesulitan hidup, tak henti-hentinya mendoakan dan memberikan pengorbanan yang tak ternilai harganya. Begitu pula Saudara laki-laki penulis, Muhammad Gani Ray Nasution, S.Sos yang mendukung dan menyayangi penulis sepenuhnya. Tidak lupa kepada seluruh keluarga besar, yang menjadi alasan utama penulis berjuang untuk mampu bertahan hingga saat ini.

Penulis skripsi menyadari sepenuhnya keterbatasan kemampuan dan pengalaman, sehingga skripsi ini mungkin masih banyak kekurangannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis menyajikan karya ini dengan harapan dapat bermanfaat bagi para pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, 2024

Penulis

**Ismi Anriza Azizah Nasution**

**NIM. 2030100004**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAAN DOKUMEN	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
ABSTACT .....	ii
المخلص .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Batasan Istilah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	11
G. Sistematika Pembahasan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
A. Landasan Teori .....	14
1. Strategi Konvergensi Media .....	14
a. Pengertian Strategi Media Massa .....	14
b. Strategi Penyiaran Radio.....	15
c. Konvergensi Media .....	17
1) Teori Konvergensi Media .....	19
2) Sejarah Konvergensi Media .....	20
d. Radio .....	22
e. Persaingan Industri Penyiaran .....	26
f. Peluang dan Tantangan Konvergensi Radio .....	27
1) Analisis SWOT.....	27
g. Strategi Konvergensi Media di Tengah Persaingan Industri Penyiaran (Peluang dan Tantangan) .....	28
B. Penelitian Terdahulu.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
1. Lokasi Penelitian .....	36

2. Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian .....	37
C. Subjek Penelitian .....	38
D. Informan Penelitian .....	38
E. Sumber Data.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Teknik Uji Keabsahan Data.....	42
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Temuan Umum Penelitian .....	45
1. Sejarah Singkat Radio KIIS FM Padangsidempuan.....	45
2. Profil Radio KIIS FM Padangsidempuan.....	45
3. Visi dan Misi Radio KIIS FM Padangsidempuan .....	47
4. Segmentasi Pendengar .....	48
5. Pola Siaran .....	48
6. Segmentasi Musik.....	48
7. Struktur Kepengurusan Radio KIIS FM Padangsidempuan.....	48
8. Logo Radio KIIS FM Padangsidempuan .....	49
9. Program Siaran .....	49
B. Temuan Khusus Penelitian .....	52
1. Langkah langkah-langkah radio KIIS 106.6 FM agar tetap eksis di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidempuan ....	52
2. Pelaksanaan strategi konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidempuan .....	56
3. Peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan strategi konvergensi media.....	61
C. Analisis Hasil Penelitian .....	64
D. Keterbatasan Penelitian .....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Implikasi Penelitian .....	69
C. Saran .....	70

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	30
<b>Tabel 3.1</b> Rincian Jadwal Penelitian .....	36
<b>Tabel 3.2</b> Identitas Informan .....	38
<b>Tabel 4.1</b> Data Umum Dan Data Teknik Radio KIIS FM.....	45
<b>Tabel 4.2</b> Program Siaran Radio .....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b> Penggunaan Layanan Terhubung Indonesia.....	1
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi Radio KIIS FM Padangsidimpuan .....	47
<b>Gambar 4.2</b> Logo Radio KIIS FM Padangsidimpuan .....	48

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era digital telah membawa perkembangan pada teknologi komunikasi dan informasi yang membawa perubahan dalam kehidupan manusia, dengan menghadirkan media baru bernama internet yang berperan penting sebagai penyedia informasi, edukasi, dan hiburan pada masyarakat. Menurut McLuhan dan Quenton Fiore, yang dikutip dari jurnal posisi dan peran media dalam kehidupan masyarakat, menyatakan bahwa media telah menjadi esensi masyarakat di setiap zaman.<sup>1</sup> Menjadikan perilaku konsumsi media pada masyarakat berubah, karena menjamurnya informasi yang dibutuhkan, dapat diserap oleh banyak orang secara cepat dan mudah.



**Gambar 1.1** Gambaran Penggunaan Layanan Terhubung Indonesia. Sumber : (Datareportal, 2024)

Menurut Datareportal, jumlah penduduk Indonesia mencapai 278,7 juta jiwa pada Januari 2024. Data menunjukkan bahwa populasi Indonesia meningkat sebesar 2,3 juta (+0,8 persen) antara awal tahun 2023 hingga awal

---

<sup>1</sup> Husnul Khatimah, 'Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat', *Jurnal Tasamuh*, Volume 16, No. 1, 2018, hlm. 121.

tahun 2024. Terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2024, dengan penetrasi internet mencapai 66,5 persen, pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 1,5 juta (+0,8%) antara Januari 2023 hingga Januari 2024. Persentase sebesar 83,1% orang Indonesia yang cenderung menggunakan internet untuk mencari informasi.<sup>2</sup> Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia, kini beralih pada penggunaan media baru yaitu media berbasis internet dalam mendapatkan banyak informasi.

Digitalisasi telah menunjukkan berbagai manfaat dari teknologi media baru internet yang membantu masyarakat dalam beraktivitas serta memperoleh informasi, dan hiburan sesuai dengan yang mereka inginkan dan butuhkan. Masyarakat dapat mengetahui peristiwa-peristiwa di seluruh dunia dalam beberapa detik setelah peristiwa tersebut terjadi, dikarenakan akses cepat dan mudah pada media baru internet untuk segala aktivitas dan informasi yang dimiliki.

Kemudahan akses pada masyarakat terhadap teknologi informasi di era digitalisasi saat ini dengan kehadiran media baru. Berkaitan dengan Al-Quran, meskipun tidak secara khusus menyebutkan teknologi modern, namun memberikan landasan etis penggunaan teknologi yang mudah secara bijaksana untuk kepentingan umat manusia. Sesuai dengan Al-Qur'an Surah Al-A'la ayat 8:

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

---

<sup>2</sup> Simon Kemp, Digital 2024: Indonesia, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> (diakses tanggal 28 Maret 2024 Pukul 00.58 WIB).

Artinya: “Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan)”.<sup>3</sup>

Mengutip dari Tafsir Al-Misbah tentang Surah Al-A'la ayat 8 menekankan bahwa, ayat ini merupakan janji Allah untuk mempermudah segala urusan yang terkait dengan tugas kenabian dan pelaksanaan ajaran agama.<sup>4</sup> Meskipun tafsir ini tidak secara khusus membahas teknologi, prinsip kemudahan dari ayat ini dapat diterapkan dalam konteks pemahaman dan penggunaan teknologi sehari-hari. Termasuk bagaimana alat dan teknologi modern mempermudah manusia dalam menyebarluaskan pengetahuan, berkomunikasi, dan menyelesaikan berbagai aktivitas harian. Berkaitan mengenai kehadiran teknologi internet sebagai media baru dengan beragam layanannya, serta efisiensi penggunaannya, membawa berbagai perubahan dalam gaya hidup dan perilaku masyarakat dalam berbagai aspek.<sup>5</sup>

Internet menjadi media baru dalam memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat saat ini, menjadi ancaman baru bagi media penyiaran khususnya radio yang memiliki kesamaan fungsi dengan media baru. Namun, seperti yang kita ketahui bersama media baru internet bisa melakukan suatu hal lebih dari media konvensional.<sup>6</sup> Sehingga, hal tersebut memicu timbulnya persaingan di antara media penyiaran radio konvensional untuk tetap

---

<sup>3</sup> Q.S. Al-A'la (87): 8

<sup>4</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasiannya*, Jilid 8, (Jakarta:Lentera Hati, 2000), hlm. 220-225.

<sup>5</sup> Juni wati Sri Riski, 'Dakwah Dalam Masyarakat Dunia Maya (Cyber Community): Peluang Dan Tantangannya', *Jurnal Dakwah Hikmah*, Volume. VI, No. 01, 2012, hlm. 92.

<sup>6</sup> KPI Pusat, *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran Kpi Dan Konvergensi Media*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2013), hlm. 166.

mendapatkan posisi dan terus eksis di masyarakat, sehingga sangat penting untuk merubahnya.

Persaingan yang ketat memaksa industri penyiaran radio untuk melakukan penetrasi pasar sebanyak mungkin untuk meningkatkan pasar pembeli dan pasar periklanan. Berbagai strategi dilakukan berupa inovasi dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi. Industri media, khususnya radio konvensional harus melakukan perubahan jika tidak ingin terpinggirkan.

Di Kota Padangsidempuan, terdapat dua radio konvensional tergolong radio komersial besar yakni RAU FM dan Radio KIIS FM, sebagai media bisnis yang memanfaatkan teknologi baru, mengakibatkan munculnya persaingan antar media penyiaran radio tersebut. Bersaing untuk saling mempertahankan posisi di masyarakat dan mendapatkan pasar audiens yang besar di tengah persaingan industri media penyiaran radio, menciptakan inovasi baru agar dapat menarik perhatian dan menambah kuantitas audiens baru perubahan kebiasaan ini sangat penting.

Oleh sebab itu, Radio KIIS FM Padangsidempuan telah mengalami banyak perubahan, mengatasi berbagai permasalahan, dan persaingan dari perkembangan industri penyiaran yang semakin pesat, dengan pertumbuhan radio swasta bersifat komersial di Kota Padangsidempuan. Sehingga hal tersebut, menekankan urgensi membuat Radio KIIS FM Padangsidempuan terus bersaing memperluas audiens dan mendapatkan iklan sebagai sumber daya finansial, membantu kelangsungan biaya operasional penyiaran Radio.

Ternyata, internet dapat menjadi peluang bagi media konvensional, dengan munculnya fenomena konvergensi media, sebagai proses dimana sistem analog yang berumur puluhan tahun dapat tergantikan oleh sistem digital. Menurut Burnett & Marshall, konvergensi media merupakan suatu proses yang menggabungkan media, industri telekomunikasi, dan segala bentuk komunikasi media dalam bentuk digital, sehingga konvergensi media sangat erat kaitannya dengan digitalisasi.<sup>7</sup>

Konvergensi media terjadi ketika masyarakat menggunakan satu perangkat untuk melakukan dua aktivitas secara bersamaan yaitu mengakses internet dan mendengarkan radio, sehingga mengeluarkan hasil berupa radio *online*. Hal ini akan mengarah pada integrasi dan munculnya produk yang sesuai dan dapat menjalankan fungsi audiovisual dan komputasi secara bersamaan.<sup>8</sup> Kehadiran internet sebagai media baru telah mengubah pola hidup masyarakat dunia.

Radio KIIS FM Padangsidimpuan menjadi salah satu stasiun radio swasta komersil besar di Kota Padangsidimpuan, yang saat ini masih tetap eksis mengudara. Menggunakan frekuensi radio 106,6 MHz. Radio KIIS FM Padangsidimpuan ikut melakukan konvergensi media. konvergensi media, memperkaya informasi yang disajikan, menjangkau siaran lebih luas, dan memberikan kesempatan kepada audiens untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera, seperti gambar, audio, dan data.

---

<sup>7</sup> MACOM III UNPAD 2019, *Book Chapter: Communication and Information Beyond Boundaries* (Sumedang: Aksel Media Akselerasi, 2019), hlm. 84.

<sup>8</sup> KPI Pusat, *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran Kpi Dan Konvergensi Media*, hlm. 168.

Hasil wawancara peneliti dengan Ismi Sarah selaku Stasiun Manajer di PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara (KIIS) FM Padangsidimpuan, mengatakan:

Kami ikut konvergensi media, jumlah audiens meningkat dek, yang luar daerah jadi juga bisa dengerin, biarpun persaingan lumayan ketat. Kalau 2015, Radio KIIS FM udah menggunakan website dan streaming di [www.kiispadangsidimpuan.com/](http://www.kiispadangsidimpuan.com/). di tahun 2016, juga sudah menggunakan Facebook nama akunnya Kiisfm Padangsidimpuan, sama sudah punya instagram nama akunnya @kiisfmpadangsidimpuan. Baru di 2019, Radio KIIS mulai pake Youtube nama akunnya @kiisfmpadangsidimpuan.<sup>9</sup>

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa Radio KIIS FM Padangsidimpuan telah melakukan konvergensi media dengan memiliki media sosial di beberapa platform digital, seperti Instagram dengan nama akun @kiisfmpadangsidimpuan dengan 2.685 pengikut, Facebook Kiisfm Padangsidimpuan dengan 3,8 ribu pengikut, dan Youtube nama akunnya @kiisfmpadangsidimpuan dengan 730 subscriber, radio online yang dapat diakses melalui website yang memungkinkan para pendengarnya mendengar secara streaming melalui [www.kiispadangsidimpuan.com/](http://www.kiispadangsidimpuan.com/). Dengan memanfaatkan bentuk konvergensi media tersebut, dapat menyajikan informasi dan mempromosikan iklan dengan format menarik. Radio KIIS FM Padangsidimpuan dapat meraup *income* dengan berkisar Rp. 600 juta, per tahun.<sup>10</sup> Konvergensi media telah menjadi peluang baru bagi Radio KIIS FM

---

<sup>9</sup> Ismi Sarah, Manajer Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, 05 November 2023. Pukul 17.22 WIB).

<sup>10</sup> Ismi Sarah, Manajer Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Padangsidimpuan, 05 Agustus 2024. Pukul 10.50 WIB).

Padangsidempuan, dengan memanfaatkan banyaknya masyarakat yang memiliki akses terhadap media baru.<sup>11</sup>

Radio KIIS FM Padangsidempuan pada awalnya dengan jangkauan yang terbatas, kini dapat didengarkan kapan saja, dimana saja melalui *website* dan platform digital yang dapat diakses dan diunduh di *smartphone*. Sehingga, konvergensi media membantu internet sebagai pendamping baru media massa dalam distribusi informasi, yang menjadi kunci utama strategi Radio KIIS FM Padangsidempuan, untuk dapat menarik pasar audiens semakin luas, dapat bersaing dengan media penyiaran radio lainnya di Kota Padangsidempuan serta mengetahui peluang dan tantangannya di era digital saat ini.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidempuan (Peluang Dan Tantangan)”**.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk lebih memfokuskan penelitian, perlu untuk membatasi permasalahannya agar tidak terlalu meluas. Penelitian ini hanya berfokus pada Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidempuan (Peluang dan Tantangan).

## **C. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kerancuan dalam memahami istilah-istilah teks, maka peneliti mendefinisikan istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Diyah Hayu Rahmitasari, *Manajemen Media Di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hlm. 231.

## 1. Strategi

Strategi dipahami sebagai keputusan, tindakan yang diambil dalam kondisi mencapai tujuan tertentu. Strategi adalah suatu pendekatan yang berkaitan dengan penerapan ide, perencanaan, dan pelaksanaan dalam suatu kegiatan untuk jangka waktu tertentu.

## 2. Konvergensi Media

Konvergensi media merupakan upaya penggabungan, integrasi, dan pemanfaatan media yang ada pada sebuah media tunggal dengan menggunakan internet. Era konvergensi adalah penggabungan komunikasi, penyiaran, dan komputasi.<sup>12</sup> Menggabungkan media massa yaitu radio dengan media baru yaitu Internet menjadi satu media yaitu media online atau radio online. Media baru ini menyediakan kemampuan visual dan audio berbasis Internet.<sup>13</sup>

## 3. Radio

Radio adalah transmisi suara melalui udara.<sup>14</sup> Radio merupakan media komunikasi pendengaran, penyajian berita didasarkan pada sistem gelombang radio sebagai media elektronik, ciri utama radio adalah kecepatannya transmisi informasi dan berita melalui radio semakin cepat dan meluas.

---

<sup>12</sup> Suprpti Dwi Takariani, "Peluang Dan Tantangan Radio Komunitas Di Era Konvergensi", *Jurnal Observasi*, Volume 11, No.1 2013, hlm. 27

<sup>13</sup> Khasna Lathifah and Ismandianto, "Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19", *Jurnal Riset Komunikasi*, Volume 4 No.1, 2021, hlm. 130.

<sup>14</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia*", (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 919.

#### 4. KIIS 106.6 FM

KIIS FM merupakan sebuah stasiun radio swasta atau komersial di Kota Padangsidempuan, disiarkan pada frekuensi 106.6 MHz, yang beralamat di Jl. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidempuan Utara, kota padangsidempuan. Memiliki segmentasi pendengar yang dapat dijangkau oleh seluruh lapisan, dengan identitas stasiun "*News and Music*" yang mengkhususkan sebagai satu-satunya radio berfokus pada musik dan berita di Kota Padangsidempuan, dengan memiliki sapaan pendengar "Sahabat Kiis".

#### 5. Persaingan Industri Penyiaran

Persaingan dapat diartikan sebagai suatu proses sosial saling bersaing. Industri merupakan Kegiatan yang melibatkan pengolahan atau pengolahan barang dengan menggunakan peralatan seperti mesin.<sup>15</sup> Persaingan dalam dunia industri penyiaran merupakan suatu kenyataan hidup yang tidak dapat dihindari. Tentunya untuk memenangkan persaingan tersebut, perusahaan harus mempunyai nilai lebih dan berbeda dengan kompetitornya.

#### 6. Peluang dan Tantangan

Peluang dapat dipahami sebagai kesempatan terjadinya suatu peristiwa. Dalam melakukan perubahan ke digital ini, media tentunya akan

---

<sup>15</sup> KBBI, "Industri", <https://kbbi.web.id/industri>. (diakses Tanggal 08 Desember 2023 Pukul 19.57 WIB).

dihadapkan pada sejumlah peluang menggiurkan yang dapat dimanfaatkan oleh media dengan kekuatan internal yang ada.

Tantangan merupakan hal atau objek yang perlu ditanggulangi.<sup>16</sup> Adanya peluang terkadang dapat menimbulkan berbagai tantangan, dapat diminimalisir dengan mengembangkan strategi berdasarkan kekuatan dan peluang yang ada dalam media.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, tulisan ini difokuskan pada Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidempuan Peluang dan Tantangan. Maka Rumusan Masalah yang akan diteliti adalah

1. Apa saja langkah-langkah radio KIIS 106.6 FM agar tetap eksis di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidempuan?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidempuan?
3. Apa saja peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan strategi konvergensi media tersebut?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan hasil akhir dari kegiatan yang ingin dicapai. Bersamaan dengan rumusan masalah, peneliti dapat menyatakan tujuan penelitian sebagai berikut:

---

<sup>16</sup> KBBI, "Tantangan", <https://kbbi.web.id/tantangan>. (diakses tanggal 25 Januari 2024 Pukul 22.21 WIB).

1. Untuk mengetahui langkah-langkah radio KIIS 106.6 FM agar tetap eksis di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan strategi konvergensi media tersebut.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Dapat memperluas khazanah keilmuan di bidang komunikasi dan penyiaran islam bagi peneliti, pembaca dan pihak terkait.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi keilmuan mengenai konvergensi media
  - c. Penelitian ini sebagai informasi yang sewaktu-waktu digunakan untuk bahan kajian kegiatan penelitian lainnya.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi peneliti sendiri sebagai pengembangan dan persyaratan untuk mencapai gelar sarjana sosial (S.Sos.) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
  - b. Memberikan pengetahuan baru kepada mahasiswa khususnya mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, juga kepada profesional media dan semua peminat radio secara umum.

- c. Sebagai kontribusi kepada Radio KIIS 106.6 FM Padangsidimpuan untuk pengembangan penyajian informasi dan acuan implementasi dalam aspek konvergensi media radio.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih memudahkan penulisan skripsi, penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I** Pendahuluan untuk memperlihatkan secara jelas struktur penelitian ini, perlu disajikan bab demi bab untuk memberikan gambaran sistematis mengenai penelitian ini.
- BAB II** Kajian Pustaka yang memuat tentang landasan teori mengenai strategi, konvergensi media, radio, radio KIIS 106.6 FM, industri penyiaran, landasan teori serta penelitian terdahulu.
- BAB III** Metodologi Penelitian yang metode penelitian memuat waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.
- BAB IV** Hasil Penelitian yang terdiri dari gambaran umum Radio KIIS 106.6 FM Padangsidimpuan, gambaran khusus tentang langkah-langkah radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidimpuan, pelaksanaan strategi konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidimpuan, serta peluang dan tantangan

radio KIIS 106.6 FM dengan strategi konvergensi media tersebut.

**BAB V** Penutup yang berisikan penutup membahas mengenai kesimpulan serta saran-saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Strategi Konvergensi Media**

###### **a. Pengertian Strategi Media Massa**

Kata strategi berasal dari bahasa Latin “*stratego*” yang berarti mengacu pada seni menggunakan rencana untuk mencapai tujuan.<sup>17</sup> Dalam kamus besar bahasa Indonesia edisi kedua, strategi mengacu pada pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan seluruh sumber daya nasional dalam pelaksanaan kebijakan perang dan perdamaian.<sup>18</sup>

Menurut Susanto dan Wijanarko dalam bukunya *Power Branding: Membangun Merk Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, strategi secara konseptual terstruktur dan didasarkan pada penurunan visi, misi, dan tujuan organisasi. Strategi merupakan suatu seni yang memerlukan kemampuan akal atau pikiran untuk memanfaatkan seluruh sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan sekaligus mencapai keuntungan yang maksimal dan efisien.<sup>19</sup>

Strategi komunikasi sendiri merupakan gabungan antara perencanaan dan pengendalian komunikasi untuk mencapai tujuan. Pemilihan strategi merupakan langkah kritis yang harus ditangani secara hati-hati dalam

---

<sup>17</sup> Al-Muchtar, Suwarna, dkk, *Strategi Pembelajaran PKN* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm. 2

<sup>18</sup> Budi Hartono, *Strategi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Akhlakul Karimah Siswa Di SMK Nurul Falah Pakem* (Guepedia, 2021), hlm. 61.

<sup>19</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 61.

perencanaan komunikasi agar tidak terjadi akibat yang fatal, terutama kerugian baik dari segi waktu, material, dan tenaga.<sup>20</sup>

Dalam Komunikasi melalui media massa disebut komunikasi massa. Massa sendiri merujuk pada penerima pesan, massa mempunyai sikap dan perilaku yang berkaitan dengan peran media massa kepada masyarakat, pemirsa, dan pembaca.<sup>21</sup> Komunikasi dengan menggunakan media massa seperti melalui televisi, surat kabar, majalah, radio, dan film. Media massa sendiri merupakan sarana penyebaran informasi melalui saluran cetak dan elektronik, termasuk telepon seluler.

Dari definisi di atas kita dapat melihat bahwa strategi media massa adalah suatu rencana atau rancangan yang ditujukan untuk dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan dalam melakukan proses komunikasi melalui media massa. Strategi komunikasi massa yang baik akan membantu agar dapat mencapai tujuan yang memenuhi harapan atau yang diinginkan, menghindari kemungkinan kesalahan yang sebenarnya berpotensi terjadi, dan membantu rencana agar dapat berhasil dalam proses mencapai tujuan.

#### **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:<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Ida Suryani Wijaya, 'Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan, *Jurnal Lentera XVIII*, No. 1, 2015, hlm. 53-61.

<sup>21</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 4.

<sup>22</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 280-355.

### 1) Perencanaan Program Siaran

Perencanaan pemrograman pada dasarnya bertujuan untuk melakukan produksi atau pembelian program untuk ditawarkan ke pasar umum. Manajer program penyiaran harus memahami konsep pemasaran yang penting mengenai bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yakni produk program yang merupakan materi acara yang disukai pendengarnya, harga program yang merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli acara tersebut, distribusi program yang tepat untuk menayangkan acara tersebut, dan promosi program mengenai bagaimana memperkenalkan dan menjual acara agar audiens tertarik mendengarkan.

### 2) Produksi dan Pembelian Program

Manajer Program melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in-house production*). Program radionya banyak dan berbagai jenisnya, lima di antaranya meliputi produksi program berita dan informasi, periklanan, jingle, talkshow, dan hiburan informasi interaktif.<sup>23</sup> Memproduksi sebuah program radio memerlukan unsur yang menarik. Radio memiliki tiga daya tarik utama yakni kata yang diucapkan, musik, dan efek suara.

---

<sup>23</sup> Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2004). hlm. 69.

### 3) Eksekusi Program

Pelaksanaan program meliputi kegiatan program sesuai rencana yang telah ditentukan. Strategi penyiaran program terutama ditentukan oleh bagaimana berbagai program yang disiarkan disusun dan diorganisir. Keputusan untuk menayangkan suatu acara didasarkan pada perilaku pemirsa, yaitu perubahan aktivitas sehari-hari dan kebiasaan menonton televisi atau mendengarkan radio pada waktu tertentu. Waktu mengacu pada pola perilaku penonton saat mendengarkan radio.

### 4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pemantauan dan evaluasi menentukan seberapa baik stasiun mencapai rencana dan tujuannya. Sehubungan dengan pemantauan program, penyelenggara program harus:

- a) Menyiapkan standar penyiaran;
- b) Memantau seluruh isi program untuk memastikan kesesuaian terhadap standar penyiaran dan hukum yang berlaku;
- c) Memelihara catatan program siaran.
- d) Mengarahkan dan memantau kegiatan staf departemen program.
- e) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang dianggarkan.

### c. Konvergensi Media

Konvergensi berasal dari kata bahasa Inggris “*convergence*”, yang berarti “berkumpul” atau “berkumpul di satu tempat”, dan juga diartikan sebagai pemusatan dua objek atau lebih yang menyatu pada tempat-tempat

yang berdekatan.<sup>24</sup> Media adalah segala sesuatu yang digunakan sebagai alat komunikasi atau perantara untuk menyampaikan (menyampaikan) informasi atau hiburan dari pengirim kepada penerima.<sup>25</sup> Media yang biasa digunakan masyarakat untuk menyebarkan informasi adalah media konvensional seperti surat, majalah, radio, film, dan televisi. Dalam kamus bahasa Indonesia secara umum, konvensional diartikan sebagai tradisional.<sup>26</sup>

Istilah "konvergensi media" sudah umum saat ini dan sering kali merujuk pada proses yang berbeda. Konvergensi media adalah pengintegrasian atau integrasi media komunikasi massa seperti media cetak, radio, televisi, internet, teknologi portabel dan interaktif melalui berbagai platform presentasi digital.<sup>27</sup>

Konvergensi media merupakan proses di mana teknologi baru yang berbeda dipadukan dengan media yang sudah ada serta berbagai industri dan budaya komunikasi yang berkembang. Dikembangkan oleh Jenkins, konvergensi media adalah integrasi berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap terpisah dan berbeda, antara lain menggabungkan surat kabar, televisi, radio, dan komputer menjadi satu media.

---

<sup>24</sup> Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2017), hlm. 131.

<sup>25</sup> Nidaul Ma'rifah, 'Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya' *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), hlm. 20.

<sup>26</sup> W.J.S. Poerwadarminta, '*Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cet. V (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976), hlm. 522.

<sup>27</sup> Iham Gemiharto, 'Teknologi 4G-LTE Dan Tantangan Konvergensi Media Di Indonesia', *Jurnal Kajian Komunikasi* 3, No. 2, 2015.

### 1) Teori konvergensi media

Salah satu tokoh teoritikus konvergensi media ialah Henry Jenkins merupakan seorang Profesor dari Annenberg School Of Communication, University Of South California. Penelitian Jenkins berfokus pada konsep "konvergensi media". Teori konvergensi media yang diteliti oleh Henry Jenkins pada tahun 2006. Menurut Henry Jenkins, dikutip dalam buku *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21* oleh Ignatius Haryanto, teori menyatakan bahwa konvergensi media merupakan sebuah proses perubahan sosiokultural yang terjadi, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi media.<sup>28</sup>

Jenkins berargumen bahwa teknologi sederhana berfokus pada bagaimana individu, pemangku sektor media dan pasar dalam budaya modern memanfaatkan dan menggabungkan berbagai sumber media, dan memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang hubungan antara berbagai bentuk media yang berbeda.

Teori konvergensi berasumsi bahwa media lama dan media baru akan terus hidup berdampingan dan berinteraksi dengan kecenderungan media lama beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Pengenalan teknologi baru mengubah fungsi dan status media lama.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2014), hlm. 210.

<sup>29</sup> Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (NYU Press, 2006), hlm. 14.

Menurut Jenkins, terdapat lima proses yang mengubah media diproduksi dan dikonsumsi, yaitu:

- a) Konvergensi ekonomi terjadi ketika sebuah perusahaan mengelola beberapa produk atau layanan dalam industri yang sama.
- b) Konvergensi sosial terjadi ketika seseorang berkomunikasi secara online dengan mengakses media konvensional secara *online*, bertukar pesan teks dengan teman, dan mendengarkan musik pada saat yang bersamaan.
- c) Konvergensi teknologi menggabungkan teknologi berbeda, artinya mengubah satu atau lebih media berbeda ke dalam format digital.
- d) Konvergensi budaya terjadi ketika cerita-cerita yang berbeda mengalir ke dalam dan membentuk komponen-komponen bentuk media yang berbeda. Seperti novel yang dijadikan serial televisi, seperti "*Band of Brothers*"
- e) konvergensi global, proses dimana budaya yang terpisah secara geografis mempengaruhi budaya lain.

## 2) Sejarah Konvergensi Media

Istilah konvergensi yang dirumuskan oleh Henry Jenkins dalam *Convergence Culture* pertama kali dicetuskan oleh *Itiel de Sola Pool* dalam bukunya *Technologies of Freedom* tahun 1983. Ia menggunakan istilah konvergensi untuk menggambarkan kekuatan perubahan dalam industri media komunikasi massa seperti surat kabar, radio, dan televisi kini dapat

mengakomodasi media seperti penyiaran, pemberitaan, dan komunikasi melalui telepon.

Sejak munculnya komputer pribadi (PC) pada akhir tahun 1970an, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan konvergensi media, atau penghapusan perbedaan antar media. Apalagi ketika Internet mulai mengembangkan teknologi informasi dan komunikasi, perbedaan antar media massa menjadi lebih kecil dari sebelumnya.

Pada awal tahun 1990-an, istilah “konvergensi” mulai terfokus pada fenomena perkembangan teknologi digital yang menggabungkan format informasi berbeda dan elemen media tradisional berbeda yang sebelumnya hanya menghasilkan satu jenis output.<sup>30</sup> Konvergensi umumnya dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, dan lain-lain. Gerakan konvergensi media muncul terutama dengan munculnya Internet dan digitalisasi. Konvergensi dipahami pula sebagai menyatunya layanan 4C yaitu *communication, computer, contents, dan community*.<sup>31</sup>

Pada awal tahun 2000-an, perkembangan teknologi informasi (IT) mulai merambah ke Indonesia dan lahirlah tren TI. Fenomena konvergensi media di Indonesia merupakan sebuah langkah dan strategi industri media untuk beradaptasi dengan era teknologi. Memasuki tahun 2000, media-media grup raksasa di Indonesia mengadopsi konvergensi media untuk dapat beradaptasi di era teknologi.

---

<sup>30</sup> Poppy Dayana, ‘Konvergensi Media Massa (Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar’, *Skripsi*, (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021), hlm. 5.

<sup>31</sup> Danrivanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi: Regulasi Dan Konvergensi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), hlm. 269.

Hingga saat ini sudah banyak media penyiaran khususnya radio yang mengikuti konvergensi media baik radio publik dan radio swasta. pada 2013, RRI Play Go menjadi terobosan baru RRI sebagai aplikasi revolusioner. Radio Republik Indonesia juga memperkenalkan format baru ke dalam dunia penyiaran dan menciptakan fitur digital yang dapat digunakan tidak terbatas ruang dan waktu melalui gadget, agar pendengar setianya tidak meninggalkan RRI.

#### **d. Radio**

Media dalam komunikasi massa dibedakan menjadi dua jenis yaitu media cetak dan media elektronik. Media massa dapat menciptakan sinkronisasi antar khalayak yang memperhatikan berita di media termasuk media elektronik salah satunya yaitu radio.<sup>32</sup> Radio berasal dari kata radio yang artinya benda elektronik yang mengeluarkan suara untuk komunikasi.

Radio adalah alat yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan informasi.<sup>33</sup> Radio adalah sarana komunikasi massa dalam arti saluran publik atau saluran publik untuk menyalurkan pesan kemanusiaan, menyiarkan simbol-simbol dalam bentuk program yang terstruktur. Isi simbol yang terkini dan mencakup perwujudan kehidupan masyarakat.<sup>34</sup>

Pada masa orde baru, sekitar 1996-1998 radio swasta mulai tumbuh di Indonesia dengan patuh pada peraturan yang telah ditetapkan pemerintah.

---

<sup>32</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 26.

<sup>33</sup> Marfuah Sri Sanityastuti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandar Lampung: Gunung Pesagi, 1997), hlm. 56.

<sup>34</sup> Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, (Bandung: Armico, 2004), hlm. 27.

Dengan memiliki organisasi khusus radio swasta yang dinamakan Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI). Dan pada keputusan baru istilah “Niaga” diganti dengan “Nasional”. Selain itu, seiring kemajuan teknologi, Internet ditemukan dan sinyal digital mengubah cara transmisi sinyal radio.

Menurut Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek, radio memiliki beberapa karakteristik yang menjadi ciri khasnya, yaitu:

- 1) Auditif adalah bersifat “suara” yang dapat didengarkan, dikonsumsi, dan dirasakan dengan hati dan panca indera. Artinya, segala sesuatu yang dikirimkan melalui radio harus berupa suara yang dapat dideteksi oleh pendengaran.
- 2) Transmisi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikator (pendengar) melalui pemancar yang jaraknya sangat jauh, sehingga pendistribusian informasi juga melibatkan pemancar yang digunakan oleh suatu stasiun radio.
- 3) Mengandung gangguan, hal ini dikarenakan radio menggunakan gelombang sebagai pemancar sinyal. Oleh karena itu, gelombang yang merambat melalui udara secara alami juga mengalami interferensi.
- 4) Teater pikiran, ruang sinematik yang ada dalam pikiran imajinasi pendengar, radio tidak dapat memanfaatkan kekuatan kata-kata dan suara penyiar, imajinasi musik dan suara-suara lainnya, atau imajinasi para pendengarnya.

5) Identik dengan musik, pada umumnya pendengar akan mendengarkan radio untuk lagu atau musik tertentu sebagai hiburan. Ini adalah pilihan bagi pendengar yang menyukai variasi dalam musiknya.

Ada tiga bentuk lembaga radio yang boleh beroperasi di Indonesia menurut UU No. 32/ Tahun 2002 tentang Penyiaran, yaitu:

1) Radio siaran publik

Lembaga penyiaran publik adalah badan hukum yang didirikan oleh negara, independen, netral, nirlaba, dan bertujuan memberikan pelayanan untuk kepentingan masyarakat. Penyiaran publiknya tersebut ialah Radio Republik Indonesia (RRI). pusat penyiarnya berlokasi di ibu kota, dan lembaga penyiaran publik lokal dapat berlokasi di wilayah perkotaan.

2) Radio siaran komersial atau swasta

Stasiun Radio Komersial atau Stasiun Penyiaran Swasta adalah stasiun radio komersial yang berbentuk badan hukum Indonesia yang didirikan terutama dengan tujuan memperoleh keuntungan dari penyiaran iklan dalam bentuk promosi produk atau jasa, dan usaha lain berkaitan dengan penyelenggaraan penyiaran. Perusahaan ini didirikan sebagai usaha yang sah oleh orang yang mampu secara finansial.

3) Radio siaran komunitas

Disisi lain, penyiaran komunitas harus berbentuk badan hukum Indonesia yang didirikan oleh komunitas tertentu, independen, nirlaba, mempunyai daya siar rendah, wilayah cakupan terbatas, dan melayani

kepentingan komunitas.<sup>35</sup> Ketiganya memiliki karakteristik tersendiri dan berkekuatan hukum setara.

Perusahaan media massa perlu memerhatikan adanya langkah-langkah Pengelolaan kegiatan penyiaran, termasuk radio. Agar radio tetap eksis ditengah masyarakat dan mampu bertahan dalam persaingan industri penyiaran. Beberapa langkah-langkahnya, yaitu:<sup>36</sup>

- 1) Membuat format stasiun radio siaran, format stasiun bertujuan untuk mengidentifikasi dan menyenangkan khalayak sasaran secara tersegmentasi, agar siap bersaing dengan stasiun radio dan televisi di wilayah siaran. Format siaran yang benar akan mencerminkan kepribadian penyiar, pilihan lagu dan musik yang sesuai dengan sifat acara radio dan kebutuhan pendengar
- 2) Menyiapkan Perencanaan Radio Siaran, perencanaan siaran menjadi landasan utama dalam pedoman pelaksanaan siaran. Perencanaan dalam format siaran berdasarkan segmentasi pendengar, akan mampu merangsang keinginan pendengar untuk terus mendengarkan secara terus menerus.
- 3) Memperluas pengelolaan radio siaran dengan berbasis Komputer, perkembangan teknologi penyiaran radio di era digitalisasi saat ini dengan munculnya radio digital. Penyiaran dengan menggunakan sistem digital (*digital audio Broadcasting*), pengelolaan konvergensi media seperti

---

<sup>35</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, Cet.2, (Jakarta: Kencana, 2009), Hlm. 80-97

<sup>36</sup> Siantari Rihartono, "Strategi Pengelolaan Radio Siaran Di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet", *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 08, No.02, 2015, hlm. 62.

melalui saluran online sangat menjanjikan. Kemampuan radio online mampu menjelajahi seluruh jagat raya dalam skala global, tak mungkin bisa menekan kehadiran radio melalui media baru seperti internet streaming, dan platform digital.

#### **e. Persaingan Industri Penyiaran**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persaingan berarti usaha perseorangan (perusahaan, negara) untuk menunjukkan keunggulannya masing-masing dalam bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan lain-lain. Menurut KBBI, industri adalah kegiatan mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan mesin. Penyiaran adalah kegiatan produksi dan penyiaran program radio dan televisi, serta pengoperasian dan pengelolaan perangkat lunak dan perangkat keras, seperti segi pandangan, sistem, dan sumber daya manusia untuk menghasilkan program radio dan televisi berkualitas tinggi.<sup>37</sup>

Dalam Albarran, Pichar menggambarkan industri media sebagai industri yang dianggap menjadi pasar produk ganda karena fungsinya. Dengan kata lain, pasar pertama atau perusahaan media menghasilkan satu produk namun juga terlibat dengan dua bagian yaitu barang dan jasa.

Perkembangan industri media terkhusus pada media penyiaran selalu penting bagi masyarakat. Dalam industri penyiaran, pasti akan menimbulkan persaingan memunculkan efek dinamis dalam perkembangan dunia usaha,

---

<sup>37</sup> Wahyudi J.B, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia, 1994), hlm. 6.

karena para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan formula yang lebih baik dari pesaingnya.

Begitupun persaingan Industri Penyiaran radio melaksanakan kegiatan pengoperasian dan pengelolaan media komunikasi massa yang secara terbuka menyampaikan informasi dalam bentuk suara dan formula siaran yang teratur dan berkesinambungan dapat bersaing dan akan diterima oleh khalayak.

#### **f. Peluang dan Tantangan Konvergensi Radio**

Peluang konvergensi pada media massa konvensional salah satunya radio telah mengalami transformasi digital. Dengan konvergensi media, Internet pada dasarnya bukan pesaing radio, namun stasiun radio dapat menggunakan Internet untuk mengubah bentuk lain menjadi program radio atau video dan mengembangkan konten di media lain, sebagai bentuk informasi yang berbeda.

Di sisi lain, era digital, perkembangan Internet saat ini juga menjadi tantangan besar bagi radio, dan Internet dianggap lebih nyaman karena memudahkan akses ke segala hal, termasuk tidak hanya audio tetapi juga media audio visual, dan banyak orang yang menggunakannya internet.

Media konvensional seperti radio bertransformasi menjadi media konvergensi. Hal inilah yang menjadikan tantangan radio untuk bersaing dengan media massa lainnya, sedangkan masyarakat akan menggunakan radio sesuai kebutuhan saja.

## 1) Analisis SWOT

Merupakan suatu bentuk analisis situasional dengan cara mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan untuk membangun mengembangkan strategi organisasi.

Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan analisis situasional yang dapat digunakan untuk melihat situasi atau permasalahan suatu perusahaan dari empat sudut pandang yang berbeda, yaitu:

- a) Kekuatan adalah kelebihan dalam hal sumber daya, kemampuan, dan kebutuhan pasar yang ditawarkan atau ingin ditawarkan oleh suatu perusahaan.
- b) Kelemahan adalah keterbatasan atau kurangnya sumber daya, keterampilan, atau kemampuan yang secara signifikan mengganggu kinerja perusahaan.
- c) Peluang adalah situasi menguntungkan yang paling penting dalam lingkungan bisnis.
- d) Ancaman adalah keadaan yang merugikan dalam lingkungan hidup. Kegagalan untuk segera mengatasi ancaman-ancaman ini akan mengakibatkan kegagalan saat ini dan masa depan.

## **g. Strategi Konvergensi Media di Tengah Persaingan Industri Penyiaran (Tantangan dan Peluang)**

Strategi merupakan suatu proses yang melibatkan pembuatan rencana oleh manajemen puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang

organisasi dan pengembangan metode dan inisiatif untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi diperlukan dalam melakukan tindakan berkelanjutan secara bertahap (selalu meningkat) berdasarkan ekspektasi pelanggan di masa depan.

Oleh karena itu, strategi hampir selalu dimulai dengan apa yang akan terjadi, bukan apa yang telah terjadi. Kecepatan inovasi dan perubahan perilaku khalayak memerlukan kompetensi inti. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti untuk bisnisnya. Saat ini, teknologi komunikasi dan media semakin tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dapat dibawa kemanapun atau semakin mobile.<sup>38</sup>

Ketika media menjadi semakin *mobile*, anggapan bahwa kehadiran media baru, merupakan ancaman bagi media lama seperti radio. Dengan hal tersebut, menimbulkan persaingan yang ketat akan perebutan posisi sebagai radio yang memiliki audiens dan pasar yang luas. Mengingat situasi ini dan kondisi persaingan yang ketat di industri surat kabar, sebuah *grand strategy* telah muncul yang menawarkan alternatif untuk memperluas kelangsungan bisnis penyiaran radio. Dalam media massa dikenal strategi 3M yaitu *multimedia*, *multichannel*, dan *multiplatform*, yang dapat diterapkan dalam produksi konten media massa.

---

<sup>38</sup> Idi Subandy Ibrahim and Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia., 2014), hlm. 91-92.

### 1) *Multimedia*

Media menciptakan dan menyajikan informasi dalam berbagai format digital, termasuk video, foto, teks, animasi, audio, dan banyak lagi. Informasi yang diberikan oleh media massa melalui pemanfaatan teknologi digital dapat bervariasi dan berbeda-beda tergantung pada media distribusinya. Peningkatan konten multimedia ini meningkatkan minat audiens dan semakin memenuhi kebutuhan informasi mereka.

### 2) *Multichannel*

Strategi multichannel di media massa melibatkan penggunaan metode yang berbeda untuk menyampaikan informasi dan konten baik dalam bentuk fisik (media konvensional) dan dalam media digital berbasis frekuensi (internet) tanpa analog tradisional, metodologi atau saluran digunakan. Seperti dalam penggunaan radio konvensional maupun streaming dari internet, khalayak bisa mendapatkan informasi yang sama di platform media sosial, dan juga dapat memilih informasi dari berbagai media yang diinginkan.

### 3) *Multiplatform*

Akses informasi menggunakan berbagai alat dan perangkat, tentunya alat ini juga harus bisa mengakses format multimedia. Penggunaan berbagai perangkat untuk mengakses informasi, seperti perangkat genggam atau gadget, smartphone, TV, komputer, atau

laptop.<sup>39</sup> Oleh karena itu, multiplatform ini memberikan keleluasaan kepada khalayak untuk memilih perangkat yang mereka gunakan untuk mengakses informasi.<sup>40</sup>

Radio perlu berubah mengikuti perkembangan zaman sebagai peluang agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta media radio mampu menghadapi tantangan untuk bertahan bersaing dengan industri media lainnya., dalam menarik perhatian pendengarnya.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dari berbagai sumber yang berhubungan dengan penelitian ini, antara lain:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

REVIEW	Peneliti 1	Peneliti 2	Peneliti 3
<b>Nama Peneliti</b>	<b>Laksmi Rachmaria</b>	<b>Ilham Maulana (2022)</b>	<b>Rohimah                      Zulmi</b>
<b>Dan Judul penelitian</b>	<b>&amp; Yunita Rafika Dewi (2018)</b>	<b>Skripsi:</b>	<b>Syahfitri Lubis (2023)</b>
	<b>Jurnal :</b>	“Penerapan	<b>Skripsi:</b>
	“Strategi dan praktik	Konvergensi Radio	“Strategi <i>Positioning</i>
	konvergensi media	Republik Indonesia	RAU FM Dalam
	pada segmen	(RRI Pro 2 Pekanbaru)	Mempertahankan
	makarena dalam	Dalam	Eksistensi di Kota
	program sore bara	Mempertahankan	Padangsidempuan”
		Eksistensi Di Era	

<sup>39</sup> Pirker dalam Sugiya, "Strategi Transformasi Konvergensi Media" (Tesis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, 2012) hlm.29

<sup>40</sup> Sularto, *Menulis Dari Dalam*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2007), hlm.29.

	harsya sebagai upaya survival radio delta Fm di tengah persaingan industri penyiaran.”	Digital.”	
<b>Tujuan</b>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses konvergensi media yang dilakukan produser Sore Bara Harsya pada Segmen pada segmen Makarena.	Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui bagaimana Penerapan Konvergensi Radio Republik Indonesia (RRI Pro 2 Pekanbaru) Dalam Mempe-rtahankan Eksistensi Di Era Digital.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi positioning RAU FM dalam mempertahankan eksistensi di Kota Padangsidimpuan.
<b>Metode</b>	Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis deskriptif.	menggunakan metode- pendekatan yaitu deksriptif- kualitatif.	Jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian lapangan ( <i>field research</i> ). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskripif.
<b>Hasil Penelitian</b>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan	Hasil penelitian yang didapatkan bahwasanya dalam melakukan pene-	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan

	<p>proses konvergensi konten Madengan, produser melakukan empat tahap yang menjadi dasar terbentuknya media konvergen yang konsisten. Yaitu, diterapkan dalam bentuk program manfaat korporasi, dan terakhir integrasi vertikal diterapkan dalam bentuk penggabungan media tradisional (radio) dan media digital (YouTube) sebagai bentuk perluasan target pasar. Di antara empat tingkat pengelolaan konten, tingkat produsen konglomerat dan terintegrasi vertikal lebih dominan karena potensi mereka untuk</p>	<p>rapan konvergensi radio oleh Radio Republik Indonesia Pro 2 Pekanbaru menggunakan beberapa platform yaitu Instagram, Youtube, Facebook dan Tiktok. Namun ada satu yang menjadi ciri khas dari konvergensi RRI Pro 2 Pekanbaru yaitu memiliki aplikasi sendiri yang bernama RRI <i>Play go</i>. Kolaborasi yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Pekanbaru adalah kolaborasi <i>cloning</i> dalam artian memperbanyak konten untuk dimuat di platform lainnya.</p>	<p>oleh RAU FM adalah sebagai berikut;strategi merancang kegiatan dan program. Strategi kedua,bekerjasama dengan instansi. Ketiga,strategi dengan teknologi. Keempat, strategi promosi program baru. dan Kelima, strategi kesesuaian genre.</p>
--	--	--	---

	mendapatkan manfaat dari program.		
<b>Perbedaan</b>	Perbedaan Konsep konvergensi yaitu Konsep Konvergensi Media Shierly Biagy, sedangkan peneliti menggunakan teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Henry Jenkins	Perbedaan dalam penelitian Ilham dengan peneliti adalah penggunaan teori Aktivitas Konvergensi Media yang dikemukakan oleh Grant dan Wilkinson, sedangkan peneliti menggunakan teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Harry Jenkins.	Perbedaan terletak mendasar pada judul penelitian Rohimah yang membahas mengenai strategi positioning radio sedangkan peneliti mengkaji mengenai strategi konvegensi radio, dan stasuin radio yang berbeda yaitu RAU FM Padangsidimpuan dan KIIS FM Padangsidimpuan
<b>Persamaan</b>	Dan persamaan mengenai objek kajian mengenai strategi konvergensi pada radio dan sama-sama menggunakan	Persamaan, penelitian ini yaitu membahas mengenai konvergensi radio dan menggunakan	Persamaan penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif-kualitatif dan berlokasi di

	pendekatan kualitatif.	pendekatan deksriptif.	Kota Padangsidempuan
--	---------------------------	---------------------------	-------------------------

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis bertempat di Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang beralamat di Jln. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan. Penulis melakukan penelitian di Radio KIIS FM Padangsidimpuan dikarenakan belum ada yang meneliti permasalahan ini dan adanya relevansi dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan karena Radio KIIS FM Padangsidimpuan menjadi salah satu radio besar di Kota Padangsidimpuan, yang memiliki banyak audiens dan masih eksis hingga sekarang.

##### **2. Waktu Penelitian**

Adapun penelitian mengenai Strategi konvergensi radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di kota padangsidimpuan (peluang dan tantangan), dimulai dari bulan April sampai dengan Juli 2024. Adapun proses penelitian terdiri dari:

- a. Tahap persiapan penelitian yakni penyusunan dan pengajuan judul, pengajuan proposal dan perizinan.
- b. Tahap pelaksanaan yakni pengumpulan data, dan analisis data.
- c. Tahap penyusunan laporan.

**Tabel 3.1 Rincian Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	2023			2024								
		Juni	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	
1	Tahap Persiapan Penelitian												
	a. Penyusunan dan pengajuan judul												
	b. Pengajuan Proposal												
	c. Perizinan penelitian												
2.	Tahap Pelaksanaan												
	a. Pengumpulan data												
	b. Analisis Data												
3.	Tahap Penyusunan Laporan												

## B. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang dipadukan dengan metode deskriptif. Metode ini mencoba menemukan sekelompok orang atau benda, suatu sistem berpikir atau suatu peristiwa yang sedang terjadi. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan solusi permasalahan yang ada berdasarkan data, meliputi penyajian, analisis, dan interpretasi data.<sup>41</sup>

Penulis juga menggunakan metode deskriptif, untuk menjelaskan atau menafsirkan sesuatu misalnya, kondisi dan hubungan yang ada, opini yang berkembang, proses yang sedang berjalan. Data yang disajikan berbentuk deskriptif kata-kata untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai latar belakang, proses, serta bagaimana Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan. (Peluang dan Tantangan), Penyajian data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

<sup>41</sup> Cholid Narbuko and Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Bumi Aksara, 2015), hlm. 44.

Berdasarkan permasalahan yang telah diteliti, maka penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan proses penelitiannya sesuai dengan persepsi suatu fenomena dengan pendekatan dan datanya menghasilkan analisis deskriptif seperti kalimat secara lisan dari objek penelitian.<sup>42</sup> Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan alasan, penulis ingin menjelaskan temuan penelitian mengenai Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang dan Tantangan) dengan karakter-karakter dan menjelaskan hasil wawancara dengan partisipan penelitian.<sup>43</sup>

### **C. Subjek Penelitian**

1. penulis memilih informan yang dianggap memang memungkinkan dan dibutuhkan sebagai subjek penelitian pemahamannya dalam menjawab rumusan masalah. Subjek penelitian ini yaitu Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan, Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, Staf Radio KIIS FM Padangsidimpuan.
2. Objek penelitian adalah hal yang menjadi pokok persoalan atau sasaran untuk diamati dan diteliti. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan (Peluang dan Tantangan).<sup>44</sup>

### **D. Informan Penelitian**

Penelitian kualitatif melibatkan subjek penelitian yang disebut informan. Informan adalah orang-orang yang diwawancarai untuk memperoleh informasi

---

<sup>42</sup> Syafrida Hafni, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm. 6.

<sup>43</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), hlm. 215

<sup>44</sup> Amruddin, dkk, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 95.

yang sesuai dengan tujuan penelitian. Oleh karena itu, untuk menentukan informan penelitian, penulis memakai teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang mencakup aspek-aspek tertentu, yakni Informan haruslah orang yang benar-benar paham dan memahami permasalahan yang sedang diselidiki. Adapun informan yang akan diwawancarai untuk menggali informasi terkait penulisan berjumlah 5 orang dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Identitas Informan**

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Darwis Sitompul, S.E	Direktur	Informan
2	Ismi Sarah Lubis, S.Pd.	Stasiun Manajer Dan Multimedia	Informan
3	Juriah Hasnah, S.E.	Penyiar	Informan
4	Dewi Ratna Sari, S.Pd.	Penyiar	Informan
5	Normasari Hasibuan	Penyiar	Informan

#### **E. Sumber data**

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, upaya, dan sisanya merupakan data tambahan berupa dokumen, dan lain-lainnya. Sumber data dibagi menjadi dua macam dalam penelitian. Hal ini akan mendukung informasi atau data yang digunakan dalam penelitian.

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang memuat data yang diperoleh langsung di tempat. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari sumber informasi atau informan. Pada penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu sebanyak 5 orang untuk mendapatkan data-data yang valid sesuai yang dibutuhkan dan mendukung dalam keabsahan data penelitian yaitu 1 dari Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan, 1 dari Stasiun

Manajer Radio KIIS FM Padangsidempuan, serta 3 dari Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan (yang termasuk dalam Penyiar Senior memiliki pemahaman yang lebih mengenai penyiaran radio).

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang memiliki fungsi sebagai pendukung bagi data primer dan diperoleh serta dikumpulkan oleh penulis. Sumber data sekunder penelitian ini adalah dokumen atau arsip yang berhubungan dengan penelitian dan dimiliki oleh Radio KIIS FM Padangsidempuan.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan mengumpulkan data, yaitu: <sup>45</sup>

### 1. Observasi

Observasi adalah cara atau cara menganalisis dan mencatat tingkah laku secara sistematis melalui pengamatan atau pengamatan langsung terhadap individu atau kelompok.<sup>46</sup> Oleh karena itu, penulis melakukan observasi untuk mengamati mengenai langkah-langkah dalam Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan (Peluang Dan Tantangan). Berdasarkan proses pelaksanaannya, observasi terdiri dari dua jenis, yakni:<sup>47</sup>

- a) Observasi partisipan: penulis terlibat dan mengungkap informasi tentang perilaku dan kondisi lingkungan berdasarkan kondisi kehidupan secara langsung.

---

<sup>45</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018), hlm. 68

<sup>46</sup> Basrowi, dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 93.

<sup>47</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), hlm. 136.

- b) Observasi non partisipan: penulis tidak terlibat langsung dalam topik penelitian dan hanya berperan sebagai pengamat.

Teknik observasi yang digunakan adalah teknik observasi tidak terlibat atau non partisipan untuk mengumpulkan informasi. Penulis tidak ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan konvergensi radio, namun hanya mengamati proses kegiatan Konvergensi Radio KIIS FM Padangsidimpuan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang mencari informasi dari orang lain dari pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.<sup>48</sup> Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap sumber data.<sup>49</sup>

Menurut Burhan Bungin, wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar pendapat dan memperoleh informasi serta ide baru melalui saling tanya jawab. Wawancara dibagi menjadi tiga jenis:

- a) Wawancara terstruktur yaitu wawancara mendalam yaitu Pertanyaan untuk nara sumber direncanakan terlebih dahulu.
- b) Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara terbuka yang peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara terstruktur, melainkan menggunakan pedoman wawancara yang hanya memuat pokok-pokok pembahasan saja.
- c) Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan menggunakan serangkaian pertanyaan terbuka.

Penulis menggunakan Teknik wawancara tidak terstruktur, wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas, peneliti tidak menggunakan

---

<sup>48</sup> Deddy Mulyana, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 180.

<sup>49</sup> Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), hlm. 173.

pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis akan tetapi pedoman wawancara yang digunakan ialah hanya pokok penting dari pembahasan.<sup>50</sup>

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dari dokumen-dokumen seperti buku, arsip, dan laporan untuk mencari informasi yang diperlukan. Dokumentasi yang digunakan berupa serangkaian foto ketika melakukan wawancara serta *screenshot* media sosial Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang berkaitan dengan konvergensi media.

## G. Teknik Uji Keabsahan Data

Penelitian kualitatif memerlukan kepastian tentang keabsahan data agar hasil penelitian dapat diperhitungkan dari berbagai aspek penelitian. Pengujian keabsahan data dilakukan melalui observasi jangka panjang, peningkatan ketekunan, triangulasi, peningkatan keterlibatan peneliti dalam proses pengumpulan data di lapangan, dan diskusi dengan rekan sejawat.<sup>51</sup>

Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data dengan cara mencocokkan atau membandingkannya data dari sumber data atau informan yang berbeda. Triangulasi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknis, dan triangulasi waktu.

Dalam teknik triangulasi, peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Bandingkan data observasi dan data wawancara. Membandingkan pandangan dari informan di depan umum dengan apa yang mereka lakukan secara pribadi.

---

<sup>50</sup> Amrin Kamaria, "Implementasi Kebijakan Penataan Dan Mutasi Guru Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Dinas Pendidikan Kabupaten Halmahera Utara", *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Volume 7, No. 3, 2021, hlm. 82-96.

<sup>51</sup> Sapto Haryoko, dkk, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2020), hlm. 395.

2. Membandingkan persepsi informan terhadap situasi penelitian dengan persepsi mereka selama ini.
3. Perbandingan hasil wawancara dengan pertanyaan dalam dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam hal ini, penulis menguji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu. Triangulasi sumber yaitu suatu proses mencari data dari berbagai sumber yang berhubungan satu sama lain. Triangulasi teknik adalah teknik untuk menguji kredibilitas suatu data, dilakukan dengan cara pengecekan data yang sudah didapat dari sumber yang sama dengan memakai teknik berbeda, seperti melalui teknik wawancara. Triangulasi Waktu merupakan teknik yang dilakukan dengan cara berkali-kali dalam mengumpulkan data pada waktu dan situasi yang berbeda.<sup>52</sup>

#### **H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengolahan data setelah pengumpulan data. Pengolahan data terjadi melalui interpretasi data, khususnya dengan memberi makna atau arti pada kolom catatan, transkrip wawancara, dan komentar penulis.

Dalam konteks penelitian, analisis dapat dipahami sebagai kegiatan membahas dan memahami data dalam penelitian. Untuk menganalisa data yang terhimpun dalam penelitian ini penyusun menggunakan teknik analisa deskriptif, yang mendeskripsikan realita fenomena sebagaimana adanya terpisah dari perspektif subyektif.

---

<sup>52</sup> Sapto Haryoko, dkk, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2020), hlm. 395.

Adapun analisis data yang dilakukan oleh penulis melalui tiga tahapan, yaitu.<sup>53</sup>

### 1. Reduksi Data

Merupakan proses pengolahan data dari lapangan, hal ini mungkin penting tergantung pada fokus pertanyaan penelitian. Mereduksi data berarti merangkum, memilih yang penting, memfokuskan pada yang penting, dan mencari pola dan tema.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data ini sangat esensial karena dapat memudahkan penjelasan dan penegasan kesimpulan. Penyajian hasil penelitian akan dilakukan penulis dengan deskriptif berdasarkan realita yang ditemukan dilapangan, mengenai Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan (Peluang Dan Tantangan).

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah penulis terjun ke lapangan sehingga memungkinkan kesimpulan penelitian dapat menjawab rumusan masalah. Hasil penelitian kualitatif merupakan temuan-temuan baru yang awalnya belum jelas, kesimpulan dan validasi dilakukan setelah lapangan.

---

<sup>53</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan*, (Bandung: Refika Aditama, 2014), hlm. 218-219.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Umum Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Radio KIIS FM Padangsidimpuan**

Radio KIIS FM adalah milik PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara, pertama kali didirikan pada 20 Mei 2008. Radio KIIS FM dengan *call sign* pendengar “Sahabat KIIS”, radio KIIS FM mengudara lewat gelombang 106.6 FM. Beralamat di Jl. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidimpuan Utara. Konstruksi Bangunan Stasiun Radio Siaran dan Tower, jumlah lantai sebanyak satu lantai dengan luas bangunan 185 m.

Awalnya, Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Darwis Sitompul yang merupakan seorang mahasiswa disalah satu kampus di Kota Padangsidimpuan, mengambil kerja paruh waktu dengan bekerja sebagai penyiar di salah satu stasiun radio FM di Kota Padangsidimpuan. Sehingga ketika beliau berhenti bekerja di stasiun radio tersebut, ia berniat akan mendirikan stasiun radio milik pribadi. Sehingga Radio KIIS FM terwujud untuk didirikan pada Mei 2008, memiliki keinginan kuat untuk mendirikan radio agar bermanfaat untuk orang lain.

##### **2. Profil Radio KIIS FM Padangsidimpuan**

Diantara dua radio siaran yang ada saat ini di wilayah Kota Padangsidimpuan, Radio KIIS FM Padangsidimpuan merupakan salah satu radio siaran swasta. Beralamat di Jl. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidimpuan Utara 22712. Telepon: (0634) 28444. Saat ini, usia siarannya sudah memasuki 16 tahun. Mengudara dari Pukul 05.30–24.00 WIB. Jangkauan siaran Radio KIIS FM Padangsidimpuan mulai dari Kota Padangsidimpuan, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sebagian Wilayah Kec. Batang

Toru, Muara Batang Toru, Sangkunur, Kabupaten Padang Lawas Utara, Kabupaten Padang Lawas, hingga Kabupaten Mandailing Natal.

Radio KIIS FM Padangsidimpun memiliki identitas stasiun yakni “*News and Music*”. Radio KIIS FM merupakan radio yang memberikan sarana hiburan melalui program siaran yang unik, juga seperti melalui musik yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya berisi musik, juga menyajikan berita daerah, nasional dan internasional. Serta menghadirkan materi yang akan membuka wawasan baru sekaligus menambah pengetahuan dan perspektif pendengar, radio modern namun tetap berpegang kepada nilai-nilai religius.

a. Data Umum dan Data Teknik Radio KIIS FM Padangsidimpun:

Radio KIIS FM Padangsidimpun memiliki data umum dan data teknik, meliputi:

**Tabel 4.1 data umum dan data teknik Radio KIIS FM**

Nama Badan Hukum	PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara
Nama Stasiun	Radio KIIS FM Padangsidimpun
Frekuensi	106,6 FM
Alamat Kantor/Studio	Jl. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidimpun Utara.
Telp/ Fax	(0634) 28444.
Direktur	Darwis Sitompul, S.E.
Stasiun Manajer	Ismi Sarah Lubis, S. Pd
Penyiar	JuriahHasnah, S.E., Dewi Ratna Sari, S.Pd., Normasari Hasibuan, Salsabila Harahap, Juwita Hartati.
Tagline	KIIS FM Inspirasi Anda

E-mail	kiisfmpadangsidimpuan@gmail.com
Streaming dan Website	www.kiispadangsidimpuan.com
Facebook	Kiisfm Padangsidimpuan
Instagram	@kiisfmpadangsidimpuan
TikTok	Kiisfmpadangsidimpaun
Output Power	1000 Watt
Transmitter	PJ 1002 LCD 2019
Mixer	Solidyne XL 2300
Audio Proseccor	Orban Optimod 5700
Antenna Tower	Tree Angele (50 meter)

### **3. Visi dan Misi Radio KIIS FM Padangsidimpuan**

Radio KIIS FM Padangsidimpuan memiliki visi dan misi, yakni:

#### **1) Visi Radio KIIS FM Padangsidimpuan**

Radio KIIS FM Padangsidimpuan memiliki visi menjadi radio Indonesia No. 1 yang digemari di Kota Padangsidimpuan dengan pemasukan terbesar.

#### **2) Misi Radio KIIS FM Padangsidimpuan**

Radio KIIS FM Padangsidimpuan memiliki misi yakni;

- a) Untuk mengangkat minat akan musik dan berita Indonesia di Kota Padangsidimpuan, membuat acara-acara yang kreatif dan orisinal yang disesuaikan dengan minat pendengar. Menyuguhkan kepada pecinta musik lagu-lagu Indonesia modern yang kreatif tanpa melupakan musik aslinya.
- b) Memberikan informasi yang edukatif, informatif serta aktual untuk membantu audiens lebih memahami situasi saat ini dan masa depan (secara global).

- c) Membangun sistem dan manajemen kerja yang mengedepankan nilai-nilai personalitas dan kualitas kerja.<sup>54</sup>

#### 4. Segmentasi Pendengar

Radio KIIS FM Padangsidempuan memiliki segmentasi pendengar rentang usia dari 15 hingga 40 Tahun-an. Berusia Usia 15 s/d 19 Tahun 30%, Usia 20 s/d 29 Tahun 35%, Usia 30 s/d 39 Tahun 20% dan Usia diatas 40 Tahun 15%.

#### 5. Pola Siaran

Radio KIIS FM Padangsidempuan memiliki persentase pola siaran Interaktif sebesar 15%, Informasi sebesar 40%, Hiburan sebesar 30%, Iklan sebesar 15%.

#### 6. Segmentasi Musik

Untuk siaran hiburan musik Radio KIIS FM Padangsidempuan memiliki persentase yaitu Indonesia populer sebesar 60%, dangdut sebesar 10%, musik barat sebesar 5%, tradisional atau lagu daerah sebesar 20%, dan musik lainnya sebesar 5%.

#### 7. Struktur Organisasi Radio KIIS FM Padangsidempuan

Adapun struktur organisasi Radio KIIS FM Padangsidempuan sebagai berikut:



<sup>54</sup> Arsip Radio KIIS FM Padangsidempuan.

### Gambar 4.1 Struktur Organisasi Radio KIIS FM Padangsidempuan

#### 8. Logo Radio KIIS FM Padangsidempuan

Radio KIIS FM Padangsidempuan memiliki logo:



Gambar 4.2 Logo Radio KIIS FM Padangsidempuan

#### 9. Program Siaran

Radio KIIS FM Padangsidempuan memiliki program-program siaran di mulai dari pukul 05.30 – 24.00 WIB, adapun program-program Radio KIIS FM Padangsidempuan, yaitu:

Tabel 4.2 Program Siaran Radio

No	PROGRAM SIARAN	KETERANGAN
1.	<b>Kabar Pagi</b> 06.00-08.00 WIB	merupakan program memuat informasi berita prakira cuaca BMKG Aek Godang.
2.	<b>Kabar Siang</b> 12.00-14.00 WIB	merupakan program memuat informasi berita nasional, regional atau daerah dan internasional.
3.	<b>Kabar Sore</b> 17.00-18.00 WIB	memuat informasi berita mengenai ekonomi dan prakira cuaca.
4.	<b>Kabar Malam</b> 22.00-23.00 WIB	merupakan program memuat informasi berita skala internasional dan Olahraga.
5.	<b>Indo Kustik</b> 11.00-12.00 WIB	program memutar lagu Indonesia Akustik

<b>6.</b>	<b>KIIS HITS</b> 11.00-12.00 WIB	membagikan informasi ringan dan memutar lagu pop indonesia dan mancanegara
<b>7.</b>	<b>Tips Dapur</b> 06.00-07.00 WIB	memberikan informasi seputar tips dapur
<b>8.</b>	<b><i>Made in Indonesia</i></b> 07.00-08.00 WIB	membagikan informasi seputar produk asli buatan Indonesia.
<b>9.</b>	<b>Bisnis KIIS</b> 08.00-09.00 WIB	Informasi seputar ide bisnis dan usaha
<b>10.</b>	<b>Ngopi Barkis</b> 08.00-10.00 WIB	membagikan berita lucu, unik, <i>hot topic</i> , dan interkatif dengan pendengar, order lagu via SMS, WA, dan sebagainya.
<b>11.</b>	<b><i>Moslem Story</i></b> 10.00-11.00 WIB	Menceritakan kisah inspiratif tokoh-tokoh muslim.
<b>12.</b>	<b>Jelajah Hati</b> 11.00-12.00 WIB	Memberikan informasi ringan seputar hukum-hukum islam.
<b>13.</b>	<b>Ceramah Jum'at</b> 12.00-13.00 WIB	Memutarkan ceramah khusus hari jum'at.
<b>14.</b>	<b>Nuansa Islami</b> 18.00-19.00 WIB	Memutar murattal, adzan, hadist, KIIS <i>motivation</i> , dan saritillawah.
<b>15.</b>	<b>Sentuhan Qalbu</b> 20.00-22.00 WIB	Memuat ceramah agama dan interaktif.
<b>16.</b>	<b>Islam dalam keteladanan</b> 19.00-20.00 WIB	Membagikan cerita mengenai sahabat-sahabat Rasul.
<b>17.</b>	<b>WARALABA</b> 15.00-17.00 WIB	membagikan informasi lagu terbaru dan order lagu indonesia, dangdut, barat via SMS, WA, dsb.

<b>18.</b>	<b>Tapanuli Najogi</b> 14.00-15.00 WIB	Order lagu Batak Tapanuli via SMS, dan SOSMED.
<b>19.</b>	<b><i>Intermezzo</i></b> 19.00-20.00 WIB	membagikan informasi menarik dan ringan.
<b>20.</b>	<b>NGOBRAS</b> 20.00-22.00 WIB	Ngorder, ngobrol santai via SMS, WA, dsb.
<b>21.</b>	<b>Kuling-kuling Atca</b> 20.00-22.00 WIB	Order lagu Tapanuli Selatan, Mandailing Natal, dan bermain tebak-tebakan via telpon, WA, dsb.
<b>22.</b>	<b>METAL (melayu total)</b> 20.00-22.00 WIB	Order lagu Melayu Indonesia dan Malaysia.
<b>23.</b>	<b>Dangdut Klasik Indonesia</b> 20.00-22.00 WIB	Order lagu dangdut lawas via SMS, WA, dsb.
<b>24.</b>	<b><i>Fashion Week</i></b> 09.00-10.00 WIB	Informasi tentang <i>fashion</i> .
<b>25.</b>	<b>Raun-raun</b> 10.00-11.00 WIB	Informasi wisata seluruh dunia.
<b>26.</b>	<b><i>Top Ten Radio Airplay</i></b> 14.00-15.00 WIB	<i>chart</i> lagu terbaik mancanegara.
<b>27.</b>	<b>Halte</b> 14.00-15.00 WIB	<i>chart</i> lagu terbaik Indonesia.
<b>28.</b>	<b>Digoda KIIS Pool</b> 06.00-08.00 WIB	Memutar lagu dangdut, pantun gaul via SMS, WA, dsb.
<b>29.</b>	<b>Kampung KIIS</b> 08.00-10.00 WIB	Order lagu minang.
<b>30.</b>	<b>Info Unik</b> 19.00-20.00 WIB	membagikan informasi unik dan menarik.

## **B. Temuan Khusus Penelitian**

### **1. Langkah-langkah Radio KIIS 106.6 FM tetap Eksis Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan.**

Radio KIIS FM Padangsidempuan merupakan radio swasta atau komersial di Kota Padangsidempuan, yang memanfaatkan keeksistensinya untuk tetap dapat menarik perhatian pendengar dan pemasang iklan. Digitalisasi sangat merubah cara konsumsi khalayak dalam mendapatkan informasi dan hiburan saat ini akan kemudahan aksesnya, dan persaingan akan media penyiaran dalam mendapatkan posisi pada masyarakat, sehingga Radio KIIS FM Padangsidempuan terus mengupayakan cara sebagai langkah-langkah menjaga keeksistensinya di era digitalisasi saat ini, dengan melakukan beberapa langkah-langkah sebagai berikut:

#### **a) Perencanaan Segmentasi Pendengar**

Perencanaan segmentasi pendengar merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam membuat stasiun radio. Segmen ini akan diketahuinya target audiens. Segmentasi pendengar juga penting dalam pembuatan program dan dapat dijadikan tolak ukur untuk memudahkan stasiun radio menghasilkan program yang lebih relevan dengan segmen pendengar.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Dewi Ratna Sari, S.Pd, selaku penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan yang mengatakan langkah-langkah Radio KIIS 106.6 FM agar tetap Eksis di Kota Padangsidempuan, yaitu:

Diawal kita buat rancangan atau perencanaan tentang format stasiun dulu, dengan membuat perencanaan siaran berdasarkan segmentasi pendengar ya, karena pendengar kita nggak cuman satu kalangan aja, ada beberapa kalangan mulai dari usia 13 tahun sampai usia orang tua, bisa dikatakan 50-an keatas, membuat program yang segmentasi berbeda, untuk yang anak

muda, orangtua beda, beberapa suku juga kita bedakan program khusus, seperti minang, batak, dan melayu.<sup>55</sup>

Pernyataan di atas didukung oleh Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Normasari Hasibuan, beliau menyatakan bahwa:

Kita sesuaikan dengan minat pendengar, apalagi kalo pagi orang pada berangkat kerja kan, jadi kita harus menyesuaikan lagu-lagunya yang semangat dan ceria, dan minat mamak-mamak sekarang meningkatkan dengan musik bollywood jadi kita juga hadirkan program acara yang salah satunya muterin lagu-lagu bollywood juga.<sup>56</sup>

Dari hasil observasi dilapangan, bahwa Radio KIIS FM Padangsidimpuan melakukan perencanaan segmentasi pada pendengar menjadi langkah awal agar audiens lebih terorganisir, sehingga dapat memudahkan untuk menentukan target audiens pada program siaran sesuai dengan karakteristik pendengar seperti segmentasi berdasarkan selera atau minat, usia, jenis kelamin, suku dan bahasa bahkan profesi.

#### **b) Menghadirkan Program Yang Kreatif Dan Menarik**

Program dan acara yang ditayangkan merupakan faktor yang menarik minat masyarakat untuk bergabung mendengarkan acara yang disiarkan oleh stasiun radio. Program *Quiz Show* atau acara kuis berhadiah menjadi salah satu program menarik bagi audiens. Program yang melibatkan sejumlah orang, untuk bersaing memenangkan suatu bentuk permainan. Biasanya kuis berhadiah memerlukan biaya produksi yang relatif rendah dikarenakan adanya dukungan sponsor, namun dapat menjadi acara yang sangat populer dan radio terus menghadirkan program acara menarik lainnya.

---

<sup>55</sup> Dewi Ratna Sari, Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara*, (Radio KIIS FM Padangsidimpuan, 22 April 2024, Pukul 11.26 WIB).

<sup>56</sup> Normasari Hasibuan., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan, 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)

Sebagaimana hasil wawancara dengan Juriah Hasnah, S.E, selaku penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang mengatakan , bahwa:

Seperti yang kita taulah ya, radio udah lumayan terbelakanganlah bisa dibilang ya, karna banyaknya media sosial kalo untuk mempertahankan keeksisan, seharusnya perlu banyak hadiah-hadiah, terbukti kemarin pas program di ramadan kita banyak kasih hadiah, Alhamdulillah membludak, cuman kalo gak ada hadiah, kita harus menjadikan program yang menarik bisa menyesuaikan sama apa yang lagi hangat, jangan monoton diprogram lama terus.<sup>57</sup>

Pernyataan di atas didukung oleh Stasiun Manajer Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Ismi Sarah Lubis, S.Pd, beliau menyatakan bahwa:

Pastinya kita membuat program yang banyak diminati, kayak Waralaba, tapanuli najogi, kadang sampe ga terputar orderan lagu favorit mereka, karna keterbatasan waktu programnya, dan kita tiap bulan ada rapat evaluasi program, yang mana kira-kira tidak layak lagi, yang mana salahnya kita perbaiki, dan kuis berhadiah itu kita gandeng Pelaku UMKM Kota Padangsidimpuan, kita promosikan dia, jadi orang itu maju kita juga makin banyak pendengar.<sup>58</sup>

Dari hasil observasi penulis dilapangan, bahwa dengan membuat program acara siaran yang dapat menarik audiens agar tertarik mendengarkan serta berpartisipasi dalam kegiatan siaran radio dengan mengadakan program acara yang kreatif dan inovatif, seperti kuis berhadiah yang membuat audiens ingin ikut serta bermain kuis untuk mendapatkan hadiah berupa produk hasil buatan pelaku UMKM di Kota Padangsidimpuan, juga menghadirkan program menarik lainnya yang berisi hiburan masa kini atau *update* yang memiliki banyak peminat beberapa diantaranya yaitu WARALABA, Tapanuli Najogi, dan Obat Hati.

---

<sup>57</sup> Juriah Hasnah., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 22 April 2024, Pukul 11.49 WIB)

<sup>58</sup> Ismi Sarah Lubis., Stasiun Manajer Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 22 April 2024, Pukul 09.40 WIB)

### c) Penggunaan Media Baru Sebagai Media Publikasi Dan Sharing Program

#### Siaran Radio.

Memfaatkan perkembangan teknologi informasi di era digital saat ini menjadi keharusan bagi media penyiaran khususnya radio, sebagai langkah dalam menjaga keeksistensian Radio KIIS FM Padangsidimpuan dengan aktif pada penggunaan media online untuk publikasi kegiatan siaran dan memberi kemudahan dalam akses siaran radio menggunakan internet dengan cara streaming radio via online untuk cakupan yang luas.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Normasari Hasibuan, selaku penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang mengatakan:

Misalnya ada program acara, yang mau tayang kita selalu buat *flyer*, misalnya WARALABA itu Warung Lagu Serba Asik, termasuk banyak peminatnya, kita selalu buat update status di Facebook, Instagram, dan di Whats App, apalagi kita juga sering buat konten video pendek gitu, reels di Instagram tentang kegiatan siaran, posting kata-kata motivasi, kata-kata galau kesukaan anak zaman sekarang, jadi pada tau informasi seputar program siaran kita.<sup>59</sup>

Pernyataan di atas didukung oleh Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Darwis Sitompul, S.E, beliau menyatakan bahwa:

Jadi kita sebagai manajemen, itu berfikir kalau hanya mengandalkan dengan apa namanya *drive direct transmitter dengan coverage area* hanya sekitar TABAGSEL saja, nah jadi berharap dengan radio atau aplikasi online inikan kita didengar diseluruh dunia, karena banyak orang Padangsidimpuan berdomisili di Jakarta, Bekasi dan terbukti banyaknya pendengar kita di luar negeri ada dari Amerika Latin yang menghubungi saya bahwa dia mendengarkan Radio KIIS FM Padangsidimpuan.<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil observasi penulis dilapangan, bahwa penggunaan media baru sebagai media publikasi dan sharing kegiatan serta program siaran radio memang dilakukan oleh Radio KIIS FM Padangsidimpuan merupakan langkah

---

<sup>59</sup> Normasari Hasibuan., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)

<sup>60</sup> Darwis Sitompul., Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)

yang inovatif di era digital saat ini, memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi mulai menggunakan sistem digital dengan fitur siaran online melalui internet dan platform onliner seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, Facebook, TikTok yang menjadi media sosial kegemaran saat ini, untuk dapat menyebarkan informasi dengan menjangkau siaran serta audiens cakupan yang luas baik di wilayah TABAGSEL sampai dengan luar negeri.

## **2. Pelaksanaan Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidimpuan**

Penerapan konvergensi media merupakan inti kemajuan media, bukan tidak mungkin bahwa konvergensi media menjadi salah satu pendorong industri media penyiaran untuk terus bersaing. Konvergensi media ini diterapkan oleh Radio KIIS FM Padangsidimpuan, menjadikan agar tetap mendapat tempat di hati masyarakat. Menerapkan strategi konvergensi media untuk dapat bersaing di tengah ketatnya persaingan industri penyiaran di Kota Padangsidimpuan. Mengharuskan perusahaan media membutuhkan strategi berkualitas tinggi untuk menanamkan konvergensi ke dalam misi perusahaan. Strategi konvergensi media 3M merupakan *grand strategy* yang diterapkan Radio KIIS FM Padangsidimpuan, yakni *Multimedia*, *Multichannel*, dan *Multipatform*.

### **a. *Multimedia***

Dengan munculnya media baru, stasiun radio telah mampu beralih dari berinteraksi melalui telepon menjadi berinteraksi melalui jejaring sosial. *Multimedia* ialah konvergensi antara data dan media dalam proses penyampaian pesan agar tersajikan lebih menarik.<sup>61</sup> Berkat itu, media massa semakin kuat dan

---

<sup>61</sup> Nurfitriani M. Siregar, "Akrivitas Public Relation RAU (Radio Adi Utama) FM Dalam Konteks Marketing Dan Multimedia", *Jurnal Hikmah*, Vol. 16 No. 2, 2022, hlm. 340.

beragam dalam memperkenalkan produk kreatifnya kepada masyarakat. Melalui berbagai format media seperti teks, foto, audio, video, dan sebagainya.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Darwis Sitompul, S.E, beliau menyatakan bahwa:

Mengingat di era konvergensi ini kedepannya apa yang ada di sosmed-sosmed itu, bisa kita pergunakan juga untuk keberlangsungan hidup radio, jadi kita perlu orang-orang memiliki skill dibidang multimedia. Kita tetap jaga kualitas penyiaran kita, dan kita juga berupaya cari orang-orang betul paham akan dunia penyiaran dan internet ini, sehingga kita bisa memanfaatkan perkembangan multimedia menjadi sesuatu yang membantu kita, jadi tetap berupaya berbuat yang terbaik.<sup>62</sup>

Pernyataan di atas didukung oleh Stasiun Manajer sekaligus Produser Multimedia Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Ismi Sarah Lubis, S.Pd, beliau menyatakan bahwa:

Kita harus lebih kreatif, kalau ada program siaran pasti kita buat foto flyernya, buat video pendek gitu, di reels, kita posting di sosial media kita, apa yang viral kek sekarang tuh rame sound-sound untuk backsound video di Tik Tok, kita buat jadi nanti soundnya bisa dipake orang lain, nah jadi radio kita jugajadi banyak dikenal orang.<sup>63</sup>



Berdasarkan wawancara diatas, maka dapat dipahami bahwa untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi di era konvergensi media, Radio KIIS FM Padangsidimpuan sangat menjaga kualitas penyiaran dengan mencari SDM

<sup>62</sup> Darwis Sitompul., Direktur Radio KIIS FM Padangsidimpuan, wawancara (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)

<sup>63</sup> Ismi Sarah Lubis., Stasiun Manajer Radio KIIS FM Padangsidimpuan, wawancara (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 22 April 2024, Pukul 09.40 WIB)

(Sumber Daya Manusia) yang memiliki pemahaman lebih serta skill pada media penyiaran dan multimedia. Multimedia dapat memberikan produk keluaran yang berbeda dengan radio analog. Distribusi konten tidak lagi terbatas pada media tradisional yang kita kenal selama puluhan tahun. Dengan multimedia membantu mengemas berita atau konten dengan format media yang bervariasi yang menarik dan tidak membosankan dengan ilustrasi gambar seperti *flyer* dalam format foto atau video bahkan audio seperti *background* (latar suara).

### **b. Multichannel**

Perkembangan teknologi komunikasi informasi yang muncul, penggunaan media sosial atau platform online seperti Instagram, Facebook, YouTube, Tik Tok, Whats App, dan lain sebagainya. Mulai berkembang, memudahkan akses terhadap informasi yang dikirimkan oleh radio baik melalui audio ataupun online, sehingga audiens dapat menerima informasi yang disiarkan oleh stasiun radio dengan format yang beragam. Juga memudahkan bagi penyiar untuk mengirimkan informasi dari para pengguna Internet karena komunikasi dapat berjalan dua arah.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Juriah Hasnah, S.E, beliau menyatakan bahwa:

Kita setiap pergantian program siaran itu harus update status di sosmed kita kek di instagram, facebook, whatsapp, baik sosmed radio juga sosmed penyiar, karna kalo kita ga update status di sosmed orang-orang bisa ga tau kita mau siaran, karna pendengar tuh suka nyari penyiar yang dia suka. <sup>64</sup>

Pernyataan di atas didukung oleh Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan yaitu Dewi Ratna Sari, S.Pd, beliau menyatakan bahwa:

Banyaknya pendengar yang mengorder lagu, baik itu lewat telepon, SMS, ataupun lewat media sosial yang aktif seperti FB, dan IG, dan kita lihat dilapangan itu, anak-anak muda itu kurang tau bahkan ga tau radio, masih

---

<sup>64</sup> Juriah Hasnah., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan , 22 April 2024, Pukul 11.49 WIB)

ada ga itu radio, setelah adanya kita buat dari update di sosmed kayak dari IG, FB, dan lain-lain, jadi tau dan sadar masih hidup radio itu.<sup>65</sup>

Berdasarkan observasi penulis, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, menjadi langkah baru bagi pemangku industri penyiaran khususnya pada stasiun radio. Berbagai strategi yang diterapkan Radio KIIS FM Padangsidimpuan, untuk terus dapat bersaing di tengah persaingan industri penyiaran di era konvergensi media. *Webstreaming* di [www.kiispadangsidimpuan.com](http://www.kiispadangsidimpuan.com), Facebook @KiisfmPadangsidimpuan, instagram @kiisfmpadangsidimpuan, Youtube @kiisfmpadangsidimpuan, TikTok @kiisfmpadangsidimpuan. Sehingga eksistensi akan perkembangan media baru seperti platform online, perlu untuk di implementasikan dalam pelaksanaan proses penyiaran. Platform memiliki ruang terpisah dalam memproduksi setiap kontennya.



### c. *Multiplatform*

Industri media khususnya stasiun radio yang hanya didengarkan secara sepintas, harus beradaptasi jika tidak ingin terpinggirkan. Jika pada radio konvensional atau analog hanya dipancarkan melalui pemancar dan direkam oleh radio FM/AM, pada radio Internet (streaming) ditransmisikan melalui Internet dan

---

<sup>65</sup> Dewi Ratna S., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidimpuan, 22 April 2024, Pukul 11.26 WIB).

direkam oleh *platform* atau perangkat digital seperti *smarthphone*, komputer, dan lain sebagainya.

Menurut Direktur Radio KIIS FM Padangsidempuan yaitu Darwis Sitompul, S.E, beliau menyatakan bahwa: “Karena tidak menutup bahwa sekarang situasinya emang kita harus mengikuti konvergensi itu, kalo kita punya website atau radio online atau streaming online, bisa diakses lebih mudah dari *handphone* kita, jadi kita terbuka pada perkembangan itu”.<sup>66</sup>

Begitu juga dengan hasil wawancara bersama Normasari Hasibuan, selaku penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan, mengatakan:

Streaming ini kita bisa dengar dari online sekalipun diluar Kota Padangsidempuan, di Jawa misalnya bisa didengar, boleh di cek streamingnya di <https://www.kiispadangsidempuan.com/>. apalagi sekarang orang-orang udah jarangkan menggunakan radio analog, udah make *gadget* yang digital sekarang, jadi makin mudah.<sup>67</sup>

Tentu dengan hal demikian, perubahan yang berbeda akan akses radio menggunakan radio analog yang memiliki keterbatasan akan kapasitas saluran siarannya, sedangkan dengan radio berbasis digital dapat diakses dengan cepat melalui internet yang diakses secara online menggunakan *gadget* atau perangkat seperti *smartphone*, *PC*, juga Laptop. Sejalan dengan itu, melalui perangkat atau saluran-saluran tersebut, dapat mengakses radio online menggunakan website, baik untuk mencari seluruh informasi yang berhubungan dengan Radio KIIS FM Padangsidempuan.

---

<sup>66</sup> Darwis Sitompul., Direktur Radio KIIS FM Padangsidempuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidempuan , 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)

<sup>67</sup> Normasari Hasibuan., Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan, *wawancara* (Radio KIIS FM Padangsidempuan , 17 Mei 2024, Pukul 16.02 WIB)



### 3. Peluang dan Tantangan Yang Muncul Dengan Pelaksanaan Strategi Konvergensi Media.

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai peluang dan tantangan Radio KIIS FM Padangsidimpuan. Maka penulis mencoba untuk menganalisis peluang dan tantangan dengan menggunakan analisis SWOT, yaitu meliputi kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dilalui Radio KIIS FM Padangsidimpuan di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidimpuan.

#### a. kekuatan (*strenghts*)

Ditentukan berdasarkan faktor internal Radio KIIS FM Padangsidimpuan yang menjadikan lebih unggul dalam penerapan strategi konvergensi media, yaitu:

- 1) Radio KIIS FM Padangsidimpuan bersedia berinovasi dengan perkembangan teknologi informasi saat ini, sehingga lebih inovatif dan kreatif pada praktik dalam konvergensi media periklanan.
- 2) Memperluas *coverage area* penyiaran Radio KIIS FM Padangsidimpuan, sehingga tidak terbatas ruang dapat diakses dari dalam daerah hingga luar daerah, bahkan luar negeri.

- 3) Format output media beragam dalam menginformasikan, yang dapat dilihat berulang kali, diunggah diplatform media sosial Radio KIIS FM Padangsidempuan.

**b. Kelemahan (*weakness*)**

Ditentukan berdasarkan faktor internal Radio KIIS FM Padangsidempuan yang menjadikan kurang unggul dalam penerapan strategi konvergensi media, yaitu:

- 1) Dalam pelaksanaan konvergensi media, rentan terhadap peretasan serta terjadi gangguan pada website Radio KIIS FM Padangsidempuan. Kurangnya *update system* pada tampilan dan fitur website, begitupun pada aplikasi radio online KIIS FM.
- 2) Proses menggunakan media baru, tidak semua kalangan khalayak menggunakan media baru, banyak pendengar pasif. Oleh karena itu, hanya menjangkau yang dapat mengaksesnya saja, sehingga berkaitan dengan jumlah pengikut di media sosial KIIS FM yang stagnan.
- 3) Kekurangan staf Radio KIIS FM, terjadinya penggantian tugas pada Stasiun Manajer sekaligus menjadi Produser Multimedia. Hal ini dapat berdampak pada pelaksanaan konvergensi media. Sehingga, perlunya konsistensi produksi konten dan informasi, agar tidak terpinggirkan dengan kompetitor yang lebih dahulu melakukan konvergensi media.

**c. Peluang (*opportunities*)**

Mengidentifikasi berdasarkan faktor eksternal yang dapat dilakukan Radio KIIS FM Padangsidempuan dalam penerapan strategi konvergensi media, yaitu:

- 1) Perluasan daerah jangkauan siaran melalui konvergensi media, berpeluang untuk terus menambah jumlah pendengar dengan jangkauan lebih luas dan semakin dikenal oleh khalayak luas, dengan hal tersebut, berpotensi menaikkan pemasukan perusahaan dengan menarik minat pemasang iklan dan menjalin kemitraan dengan pihak lain, sehingga membawa potensi bagi pengembangan stasiun radio lebih lanjut,
- 2) Dengan optimalisasi penerapan konvergensi media, dapat mengupgrade kolaborasi dengan media besar lainnya, memberikan peluang bagi Radio KIIS FM Padangsidimpuan agar bersaing lebih kuat dengan industri media penyiaran radio baik skala regional bahkan global.

**d. Ancaman (*threats*)**

Mengidentifikasi berdasarkan faktor eksternal yang dapat mengancam Radio KIIS FM Padangsidimpuan dalam penerapan strategi konvergensi media, yaitu:

- 1) Ketatnya persaingan ketat dari lembaga penyiaran lain yang ikut melakukan konvergensi media, termasuk dari radio kompetitornya di Kota Padangsidimpuan yakni RAU FM yang sudah melebarkan konvergensi medianya. Termasuk, pengikut *online* pada *cyber media* yang masih relatif sedikit, mengharuskan lebih gencar dalam praktik konvergensi Radio KIIS FM Padangsidimpuan.
- 2) Perkembangan media baru, dapat menjadi ancaman menggeser posisi radio sebagai media informasi serta hiburan yang kian hari semakin banyak orang aktif menggunakan media baru.

Kemajuan teknologi ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi organisasi penyiaran khususnya Radio KIIS FM Padangsidimpuan, dengan

konvergensi media, tentunya dapat mempertahankan posisi dan terus eksis di tengah masyarakat Kota Padangsidimpuan. Peluang bagi Radio KIIS FM, dengan pelaksanaan strategi konvergensi media, sebagai terobosan baru dengan penetrasi audiens dapat menarik minat pemasang iklan karena produksi iklan yang semakin beragam, sehingga membantu menaikkan *income*, untuk pengembangan perusahaan. Namun, tantangan muncul dengan kuatnya praktik konvergensi media radio kompetitor, yang sudah melakukan konvergensi terlebih dahulu dalam menjaga eksistensi dan audiensnya. Sehingga, konvergensi memang tidak dapat dipandang sebelah mata, menjadi langkah penting bagi industri penyiaran khususnya KIIS FM agar tidak tertinggal di era digital.

### **C. Analisis Hasil Penelitian**

Teori konvergensi media yang menjadi landasan pada penelitian ini, yang dikembangkan oleh Henry Jenkins. Teori konvergensi media ini menjelaskan bahwa perubahan sosiokultural terjadi pada masyarakat, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi media. Teori konvergensi berasumsi bahwa media lama dan media baru akan terus hidup berdampingan dan berinteraksi dengan kecenderungan media lama beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Pengenalan teknologi baru mengubah fungsi dan status media lama.

Langkah-langkah Radio KIIS 106.6 FM dalam menjaga eksistensinya seperti melakukan perencanaan terhadap segmentasi pendengar berdasarkan karakteristik mulai dari usia, minat atau ketertarikan, profesi, daerah bahkan suku, menghadirkan program yang kreatif dan menarik banyak diminati audiens seperti Program waralaba (warung lagu serba asyik) memutar lagu dan membahas informasi dengan topik hangat yang berbeda setiap harinya, dan Obat Hati program ceramah dan interaktif dengan audiens seputar rumah tangga dengan narasumber Ustadz dengan *background*

pendidikan lulusan libanon. Serta, memaksimalkan penggunaan media baru sebagai media publikasi dan sharing program siaran radio dengan menggunakan platform online yang banyak diganderungi saat ini, mulai dari Facebook, WhatsApp, Instagram dan Tik Tok. Menarik perhatian audiens untuk menyaksikan konten dan informasi menarik yang dibagikan oleh radio.

Melihat bahwa Radio KIIS FM dinilai melakukan konvergensi media, dengan menerapkan strategi 3M pada media massa yakni *multimedia*, *multichannel* dan *multiplatform*. Strategi konvergensi media tersebut, melakukan penetrasi pasar audiens dan memudahkan untuk dapat langsung melihat, membaca, atau mendengar informasi yang disajikan. Bagi Radio KIIS FM memudahkan publikasi mengenai kegiatan program siaran, dan membagikan informasi lebih luas, mendengarkan radio melalui *streaming online* yang mencakup wilayah yang lebih luas bahkan menjangkau luar negeri, dan dengan media sosial terjalin komunikasi dua arah antara penyiar dan pendengar, juga menarik minat pemasang iklan untuk mempromosikan produknya.

Peluang dan tantangan yang muncul dari penerapan strategi konvergensi media tersebut. Peluang bagi Radio KIIS FM, dengan konvergensi media, menjadi strategi baru yang membantu dengan peningkatan kuantitas audiens, juga menambah pendapatan perusahaan, menarik minat pemasang iklan, dan produksi iklan yang semakin beragam. Tetapi, dapat memunculkan tantangan bagi Radio KIIS FM karena penggunaan media baru dan platform online, hanya mengaktifkan publikasi program siaran melalui WhatsApp, dan Facebook saja dan tidak memaksimalkan konvergensi media, sehingga dapat berdampak pada kehilangan eksistensi dan pasar audiensnya dikalahkan oleh radio kompetitornya di era digital.

Dapat penulis simpulkan bahwa konvergensi media yang dilakukan Radio KIIS FM Padangsidimpuan sejalan dengan asumsi teori konvergensi media oleh Henry

Jenkins, yang mana konvergensi media mempermudah audiens, pemangku industri media dalam budaya modern dengan memanfaatkan, menggabungkan berbagai sumber media, media baru tidak lagi menjadi bumerang, namun dapat diinovasikan dengan mengkolaborasikannya dengan media lama yakni radio konvensional yang membantu audiens dalam mendapatkan informasi yang lebih kaya dan bervariasi dari berbagai bentuk media yang berbeda. Konvergensi media menjadi esensi bagi Radio KIIS FM Padangsidempuan sebagai bentuk respon keterbukaan dan perlu dikembangkan peran radio sebagai media konvensional menjadi media *online* dengan menggunakan teknologi terkini.<sup>68</sup>

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Upaya maksimal telah dilakukan untuk menulis skripsi ini sesuai dengan langkah-langkah yang diuraikan dalam metodologi penelitian. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang diperoleh benar-benar optimal dan obyektif. Keterbatasan yang dihadapi penulis antara lain kurangnya pengetahuan atau keterampilan, waktu, dan biaya bagi peneliti dan tujuannya. Walaupun peneliti menemui kendala selama proses pelaksanaan penelitian ini, namun penulis berusaha semaksimal mungkin untuk tidak mengurangi signifikansi penelitian ini dan dengan segala upaya dan dukungan dari pihak-pihak, mencapai hasil yang diinginkan dalam skripsi yang sederhana, berguna dan bermanfaat.

---

<sup>68</sup> Asep Syamsul M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2017), hlm.13.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Konvergensi Radio KIIS FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidimpuan (Peluang dan Tantangan), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uraian penelitian, adapun langkah-langkah Radio KIIS 106.6 FM agar tetap Eksis di Kota Padangsidimpuan dengan melakukan perencanaan segmentasi pendengar disesuaikan dari segi selera atau minat, usia, jenis kelamin, suku, bahasa, dan profesi pendengar. Menghadirkan program yang kreatif dan menarik seperti mengadakan kuis hadiah produk pelaku UMKM dan menghadirkan program yang banyak diminati dan dibutuhkan audiens, seperti WARALABA membagikan informasi terupdate setiap harinya dan program ceramah interaktif yakni Obat Hati dengan Profesional Pendakwah Padangsidimpuan, mengenai rumah tangga dibuktikan dengan antusiasme pendengar, berpartisipasi untuk memutar lagu kesukaan dan dialog interaktif melalui telepon, SMS atau WhatsApp. Serta, penggunaan media baru sebagai media publikasi dan *sharing* mengenai program siaran radio, melalui Web *streaming* di [www.kiispadangsidimpuan.com/](http://www.kiispadangsidimpuan.com/), Facebook @KiisfmPadangsidimpuan, Instagram @kiisfmpadangsidimpuan, Youtube @kiisfmpadangsidimpuan, Tik Tok @kiisfmpadangsidimpuan, agar dapat menjangkau siaran serta audiens cakupan yang luas.

2. Sebagai media lama, Radio KIIS 106.6 FM Padangsidimpuan mengimplementasikan pelaksanaan strategi konvergensi dengan penerapan strategi 3M dalam media massa, yakni *Multimedia* mengkonvergensi informasi atau konten dalam berbagai format media, seperti penyiar membagikan poster atau flyer dengan format gambar yang dikombinasikan dengan teks atau tulisan, audio dan video mengenai kegiatan siaran radio dalam format audiovisual sehingga konten dan informasi dapat dilihat dan dibaca oleh audiens. Radio KIIS FM, melalui konvergensi *Multichannel* yang diterapkan dengan media *online* seperti *Web streaming* Facebook, Instagram, Youtube, TikTok sebagai media untuk menyalurkan konten yang beragam, mempermudah berinteraksi dengan pendengar. Juga *Multiplatform*, radio KIIS FM saat ini dapat diakses melalui perangkat digital seperti *smarthphone*, komputer, laptop sehingga lebih *mobile* dan efisien.
3. Sejalan dengan pelaksanaan strategi konvergensi media Radio KIIS FM Padangsidimpuan, Peluang dan tantangan yang muncul dari penerapan strategi konvergensi media tersebut, bagi Radio KIIS FM dengan konvergensi media, menjadi strategi baru dalam penetrasi pasar audiens, produksi iklan yang semakin beragam dalam format lebih kaya dan kreatif seperti audiovisual yang dapat menarik minat pemasang iklan dan berpengaruh pada pendapatan perusahaan. Namun, menjadi permasalahan baru, bagi Radio KIIS FM karena ketidak konsisten dan kurang memaksimalkan penggunaan media baru dan platform online, hanya mengaktifkan publikasi program siaran melalui WhatsApp, dan Facebook saja, hal ini, dapat berdampak kehilangan eksistensi

dan pasar audiensnya yang teralihkan dan kalah oleh radio kompetitornya di era digital.

## **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Adapun implikasi hasil penelitian secara teoritis dan praktis yang yaitu sebagai berikut:

### **1. Implikasi Teoritis**

Pemilihan Strategi Konvergensi Media pada Radio KIIS FM Padangsidimpuan dapat membantu untuk terus bersaing di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidimpuan serta mengetahui (Peluang dan Tantangan) di era digitalisasi saat ini.

Kedepannya, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor lain terkait maksimalisasi konvergensi media pada radio, atau lembaga lain. Saat ini, kebutuhan akan konvergensi media menjadi keharusan, upaya untuk bersaing dan mengembangkan lembaga di era digital.

### **2. Implikasi Praktis**

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan dan pedoman bagi Radio KIIS FM Padangsidimpuan agar dalam proses penerapan konvergensi media menjadi semakin lebih baik lagi dan diharapkan dapat mengimplementasikan Strategi Konvergensi Radio KIIS FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidimpuan (Peluang Dan Tantangan) saat ini.

### **C. Saran**

Adapun beberapa saran berdasarkan hasil dari temuan penelitian, penulis cantumkan yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Radio KIIS FM Padangsidempuan agar lebih memaksimalkan kinerjanya sebagai media informasi serta hiburan publik di era konvergensi media dan terus memberikan hiburan yang lebih menyeluruh untuk seluruh kalangan dari berbagai aspek.
2. Diharapkan kepada pimpinan atau Direktur Radio KIIS FM Padangsidempuan, untuk mendukung lebih dalam melangsungkan pelaksanaan konvergensi media pada Radio KIIS FM Padangsidempuan agar dapat bertahan di tengah persaingan industri penyiaran khususnya di kota Padangsidempuan.
3. Diharapkan kepada staf Radio KIIS FM Padangsidempuan untuk memaksimalkan pengelolaan media baru dalam mempromosikan Radio KIIS FM Padangsidempuan agar semakin dikenal dan meningkatkan pemasang iklan yang dapat membantu pengembangan radio kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Muchtar, Suwarna, dkk, *Strategi Pembelajaran PKN* (Universitas Terbuka, 2007)
- Al-Qur'an Surah. Al-A'la (87):8
- Amruddin, dkk, *Metodologi Penelitian Manajemen*, (PT Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Arifin, Anwar, *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, (Armico, 2004)
- Asy'Ari, Shofiya, dan Mohammad luthfi, ' , "Analisis Penerapan Konvergensi Media Pada Usaha Penyiaran Radio Di Ponorogo"', *Jurnal Perspektif Komunikasi* Vol. 1 No. 3, 2018
- Basrowi, dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Rineka Cipta, 2008)
- Briggs, asa, dan peter burke, *Sejarah Sosial Media*, Terj. A. Rahman Zainuddin, (Cet. I (Yayasan Obor Indonesia, 2006)
- Budhijanto, Danrivanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, Dan Teknologi Informasi : Regulasi Dan Konvergensi* (Refika Aditama, 2013)
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif* (Kencana Prenada Media Group, 2018)
- Cangara, Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (PT. Raja Grafindo Persada, 2013)
- Dayana, Poppy, 'Konvergensi Media Massa (Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar', (unpublished Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021)
- Dwi Takariani, Suprapti, 'Peluang Dan Tantangan Radio Komunitas Di Era Konvergensi', Volume 11, No.1 (2013)
- Gemiharto, Ilham, 'Teknologi 4G-LTE Dan Tantangan Konvergensi Media Di Indonesia', 2015 .
- Hafni, Syafrida, *Metode Penelitian* (KBM Indonesia, 2021)
- Hartono, Budi, *Strategi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Dalam Menanamkan Akhlakul Karimah Siswa Di SMK Nurul Falah Pakem* (Guepedia, 2021)
- Haryanto, Ignatius , *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*, (Penerbit Buku Kompas, 2014)
- Haryoko, Sapto, dkk, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Universitas Negeri Makassar, 2020).
- Hayu Rahmitasari, Diyah, *Manajemen Media Di Indonesia*, (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017)
- J.B, Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (gramedia, 1994)

- Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, (NYU Press, 2006)
- Kamaria, Amrin, “Implementasi Kebijakan Penataan Dan Mutasi Guru Pegawai Negeri Sipil Di Lingkungan Dinas Pendidikan Kabupaten Halmahera Utara”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Volume 7, No. 3, 2021
- Khatimah, Husnul, ‘Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat’, Volume 16, No. 1 (2018)
- KPI Pusat, *Kedaulatan Frekuensi: Regulasi Penyiaran, Peran Kpi Dan Konvergensi Media*, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2013)
- Lathifah, Khasna, dan Ismandianto, ‘Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19’, 2021
- MACOM III UNPAD 2019, *Book Chapter: Communication and Information Beyond Boundaries* (Aksel Media Akselerasi, 2019)
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (CV Pustaka Setia, 2011)
- Ma‘rifah, Nidaul, ‘Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media Di Suara Muslim Surabaya’ (unpublished Skripsi, UIN Sunan Ampel, 2018)
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Pustaka Populer LKiS, 2004).
- M, Siregar, Nurfitriani, “Akrivitas Public Relation RAU (Radio Adi Utama) FM Dalam Konteks Marketing Dan Multimedia”, *Jurnal Hikmah*, Vol. 16 No. 2, 2022, hlm. 340.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Edisi Revisi*, (Kencana Prenada Media Group, 2008).
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio Dan Televisi, Cet. 2* (kencana, 2009)
- Mulyana, Deddy, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (PT Remaja Rosdakarya, 2008)
- Narbuko, Cholid, dan Abu Achmadi, *Metodologi Peneltiain* (Bumi Aksara, 2015)
- Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa .* (2014)
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Raja Grafindo Persada, 2007)
- Poerwadarminta, W.J.S., ‘Kamus Umum Bahasa Indonesia Cet. V’ (PN Balai Pustaka., 1976)
- Rihartono, Siantari, “Strategi Pengelolaan Radio Siaran Di Tengah-Tengah Perkembangan Teknologi Internet”, *Jurnal Komunikasi Profetik*, Vol. 08, No.02, 2015 Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa* (Grasindo, 2017)
- Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2017)

Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (PT Rajagrafindo Persada, 2010)

Wati Sri Riski, Juni, 'Dakwah Dalam Masyarakat Dunia Maya (Cyber Community): Peluang Dan Tantangannya', Vol. VI, No. 01 Januari 2012, 2012

Sri Sanityastuti, Marfuah, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Gunung Pesagi, 1997)

Subandy Ibrahim, Idi, and Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi Dan Komodifikasi: Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*, (Yayasan Pustaka Obor Indonesia., 2014)

Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Tindakan*, (Refika Aditama, 2014)

Sularto, *Menulis Dari Dalam* (Penerbit Buku Kompas, 2007)

Suryani Wijaya, Ida, 'Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan', 2015

Syamsul, Asep, M Romli, *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2017)

Tamburaka, Apriadi, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. (Rajawali Pers, 2013)

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 'Kamus Besar Bahasa Indonesia' (Balai Pustaka, 2002)

Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (PT. Remaja Rosdakarya, 2013)

Qurais Shihab, M, *Tafsir Al- Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian, Jilid 8*, (Lentera Hati, 2000)

### **Skripsi & Tesis:**

Dayana, Poppy, (2021), 'Konvergensi Media Massa (Studi Strategi Survive Pada Harian Berita Kota Makassar', Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Ma'rifah, Nidaul., (2018), *Aktivitas Dakwah Melalui Konvergensi Media di Suara Muslim Surabaya*, Skripsi, Surabaya: UIN Sunan Ampel.

Pirker dalam Sugiya, "Strategi Transformasi Konvergensi Media", Tesis, Jakarta: Universitas Indonesia.

### **Internet:**

KBBI Online, (<https://kbbi.web.id/>)

Kemp, Simon, 'Digital 2024: Indonesia' (<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>)

## Lampiran I

### PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka untuk pengumpulan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Konvergensi Radio KIIS 106.6 FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Kota Padangsidempuan (Peluang Dan Tantangan)”**, maka peneliti menyusun pedoman observasi sebagai berikut:

1. Mengamati lokasi penelitian
2. Mengamati mengenai langkah-langkah Radio KIIS FM Padangsidempuan agar tetap eksis di tengah persaingan industri penyiaran di kota padangsidempuan.
3. Mengamati mengenai pelaksanaan strategi konvergensi Radio KIIS 106.6 FM di tengah persaingan industri penyiaran di kota Padangsidempuan (peluang dan tantangan).
4. Mengamati mengenai peluang dan tantangan yang muncul dengan pelaksanaan dari strategi konvergensi media tersebut.

## **Lampiran II**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **A. Wawancara Dengan Direktur Radio KIIS FM Padangsidempuan**

1. Bagaimana sejarah Radio KIIS FM Padangsidempuan hingga bisa seperti sekarang ini?
2. Sebagai salah satu Radio terbesar di Kota Padangsidempuan, apa yang melatarbelakangi diterapkannya konvergensi media di Radio KIIS FM Padangsidempuan?
3. Bagaimana proses konvergensi media yang dilakukan Radio KIIS FM Padangsidempuan?
4. Bagaimana pelaksanaan strategi konvergensi yang diterapkan di Radio KIIS FM Padangsidempuan dalam melakukan konvergensi media?
5. Apa saja media-media yang digunakan dalam melakukan konvergensi media?
6. Bagaimana pengaruh media tersebut dalam proses konvergensi media oleh Radio KIIS FM Padangsidempuan?
7. Menurut Bapak, bagaimana kondisi persaingan industri penyiaran radio saat ini? baik persaingan antara media penyiaran di Kota Padangsidempuan maupun secara global?
8. Menurut bapak, apa yang menjadi peluang bagi Radio KIIS FM Padangsidempuan serta apa tantangan yang akan dihadapi dengan mengikuti konvergensi media saat ini?

#### **B. Wawancara Dengan Staff Radio KIIS FM Padangsidempuan**

1. Sejak kapan Radio KIIS FM Padangsidempuan mulai menerapkan konvergensi media?
2. Apa saja yang menjadi strategi konvergensi Radio KIIS FM Padangsidempuan?
3. Bagaimana pelaksanaan strategi konvergensi yang diterapkan di Radio KIIS FM Padangsidempuan dalam melakukan konvergensi media?
4. Bagaimana proses konvergensi media yang dilakukan Radio KIIS FM Padangsidempuan?
5. Apa saja media-media yang digunakan dalam melakukan konvergensi media?
6. Bagaimana pengaruh media tersebut dalam proses konvergensi media oleh Radio KIIS FM Padangsidempuan?
7. Apa saja langkah-langkah yang telah dilakukan Radio KIIS FM Padangsidempuan untuk selalu tetap eksis dikalangan masyarakat di era konvergensi media ?
8. Apa yang menjadi indikator keeksistensian Radio KIIS FM di Kota Padangsidempuan?

9. Menurut anda, apa yang menjadi peluang bagi Radio KIIS FM Padangsidempuan serta apa tantangan yang akan dihadapi dengan mengikuti konvergensi media saat ini?

**C. Wawancara Dengan Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan**

1. Langkah-langkah apa saja yang telah dilakukan Radio KIIS FM Padangsidempuan untuk selalu tetap eksis dikalangan masyarakat di era konvergensi media ?
2. Apa indikator keberhasilan Radio KIIS FM Padangsidempuan dalam mempertahankan keeksistensiannya di Kota Padangsidempuan?
3. Apa Strategi konvergensi media yang para penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan lakukan dalam persaingan industri penyiaran Kota Padangsidempuan?
4. Sebagai penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan, bagaimana para penyiar mempromosikan program terbaru yang ada di Radio KIIS FM Padangsidempuan?
5. Apa saja media-media yang digunakan dalam melakukan konvergensi media?
6. Bagaimana pengaruh media tersebut dalam proses konvergensi media oleh Radio KIIS FM Padangsidempuan?
7. Bagaimana strategi yang digunakan penyiar untuk merangkul para pendengar tersebut  
Terkait segmentasi Radio KIIS FM Padangsidempuan yang pendengarnya diperuntukkan kepada semua kalangan?
8. Apakah dengan melakukan konvergensi media, Radio KIIS FM Padangsidempuan mengalami perubahan? Dan bagaimana progresnya?
9. Menurut anda, bagaimana peluang dan tantangan yang dihadapi dalam melakukan konvergensi media Radio KIIS FM Padangsidempuan?

## Lampiran III

### DOKUMENTASI

Observasi ke Kantor Stasiun Radio KIIS 106.6 FM Padangsidimpuan, beralamat di Jl. M. Nawawi No. 11, Kelurahan Bonan Dolok, Kecamatan Padangsidimpuan Utara.



Observasi Studio Penyiaran Radio KIIS FM Padangsidimpuan



Dokumentasi saat wawancara dengan Direktur PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara Padangsidempuan yakni Darwis Sitompul, S.E.



Dokumentasi saat wawancara dengan Stasiun Manajer PT. Radio Kasyfi Inti Indah Swara Padangsidempuan yakni Ismi Sarah Lubis, S.Pd.



Dokumentasi saat wawancara dengan Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan yakni Juriah Hasnah, S.E



Dokumentasi saat wawancara dengan Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan yakni Dewi Ratna Sari, S.Pd.



Dokumentasi saat wawancara dengan Penyiar Radio KIIS FM Padangsidempuan yakni Normasari Hasibuan.

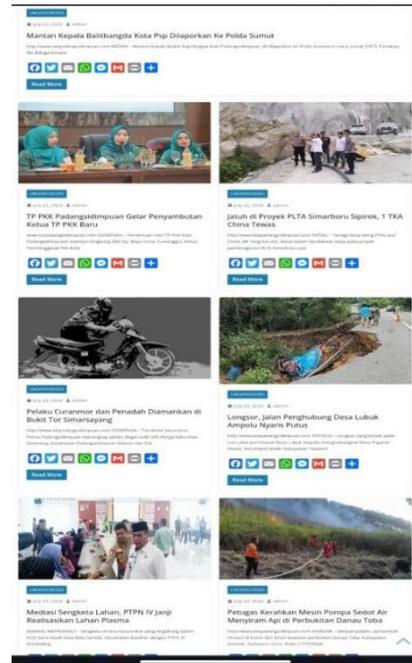


**Dokumentasi:** penerapan konvergensi media yang dilakukan Radio KIIS FM Padangsidimpuan. Melalui Media Baru Internet dan platform online dengan membagikan konten berupa informasi dan hiburan seputar Radio KIIS FM Padangsidimpuan, melalui TikTok, FaceBook, YouTube, WhatsApp, Web Streaming, dan Instagram.

### Facebook: @kiisfm padangsidimpuan



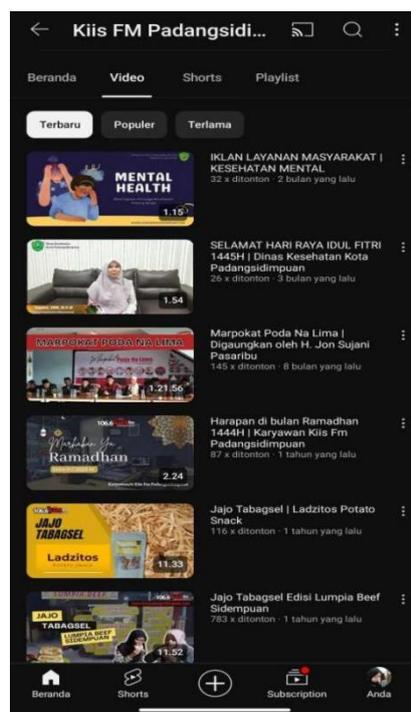
Website Streaming : <https://www.kiispadangsidimpuan.com/>



TikTok: @ Kiisfmpadangsidimpuan



## YouTube: @ Kiisfmpadangsidimpuan



## Instagram: @kiisfmpadangsidimpuan



## Instagram: @kiisfmpadangsidimpuan



## WhatsApp : 0812-6251-066



## **I. IDENTITAS**

1. Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution
2. NIM : 2030100004
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/Tanggal Lahir : Bagan Batu, 13 Januari 2003
5. Anak Ke : 2 dari ke 2 bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Belum Menikah
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Jl. Jend. Sudirman Ex Merdeka, Kel. Kayu Ombun, Kec. Padangsidimpun Utara, Kota Padangsidimpun, Sumatera Utara, Indonesia.
10. Telp/WA : 082164961891
11. E-mail : anrizisinst@gmail.com

## **II. IDENTITAS ORANGTUA**

### **1. Ayah**

- a. Nama : Muchtar Darif Nasution
- b. Pekerjaan : Buruh Proyek
- c. Alamat : Jl. Jend. Sudirman Ex Merdeka, Kel. Kayu Ombun, Kec. Padangsidimpun Utara, Kota Padangsidimpun, Sumatera Utara, Indonesia.
- d. Telp/WA : 082390642487

### **2. Ibu**

- a. Nama : Farida Wati
- b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
- c. Alamat : Jl. Jend. Sudirman Ex Merdeka, Kel. Kayu Ombun, Kec. Padangsidimpun Utara, Kota Padangsidimpun, Sumatera Utara, Indonesia.
- d. Telp/WA : 085261472151

## **III. PENDIDIKAN**

3. MI AL-USMANIYAH BAGAN BATU
4. MTS YPKS PADANGSIDIMPUAN
5. MAN 1 PADANGSIDIMPUAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN  
AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
Jalan T. Rizal Nurdin km 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Nomor : 271 /Un.28/F.5a/PP.00.9/02/2024

12 Februari 2024

Lampiran : -

Hal : Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi

Kepada:

Yth. : 1. Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.  
2. Nurfitriani M. Siregar, S. Sos. I., M. Kom. I.

Di-

Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Ismi Anriza Azizah Nasution  
Nim : 2030100004  
Judul Skripsi : "Strategi Konvergensi Radio Kiis 106.6 FM di Tengah Persaingan Industri Penyiaran di Kota Padangsidimpuan (Peluang dan Tantangan)"

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu Menjadi Pembimbing-I dan Pembimbing-II penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/ Ibu kami ucapkan terima kasih.

Dekan Fdik

  
Dr. Magdalena, M.Ag.

NIP.197403192000032001

Ketua Prodi KPI

  
Nurfitriani M. Siregar, S. Sos. I., M. Kom. I.

NIP. 199104172019032007

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia/Tidak bersedia  
Pembimbing I

  
Dr. Sholeh Fikri, M.Ag.  
NIP. 196606062002121003

Bersedia/Tidak Bersedia  
Pembimbing II

  
Nurfitriani M. Siregar, S. Sos. I., M. Kom. I.  
NIP. 199104172019032007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kola Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faxim III (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Nomor : 1375 /Un.28/F/TL.00/12/2023

21 Desember 2023

Sifat : Penting

Lamp. : -

Hal : **Mohon Bantuan Informasi  
Penyelesaian Skripsi**

Yth. Kepada Pimpinan Radio KIIS 106.6 FM

Di  
Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa :

Nama : Ismi Anzira Azizah Nasution  
NIM : 2030100004  
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Alamat : Jl. Jendral Sudirman Ex Merdeka Kel. Kayuombun Padangsidempuan

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “ **STRATEGI KONVERGENSI RADIO KIIS 106.6 FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN** ”

Sehubungan dengan itu kami bermohon kepada Pimpinan Radio KIIS 106.6 FM untuk dapat memberikan izin pengambilan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut .

Demikian disampaikan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.



Dr. Magdalena, M.Ag.

NIP 197403192000032001



## PT. RADIO KASYFI INTI INDAH SWARA

106,6 Kiis FM – Inspirasi Anda

JL. M. Nawawi No. 11 Padangsidempuan 22712, Office (0634) 28444

Streaming : [www.kiispadangsidempuan.com](http://www.kiispadangsidempuan.com)

Padangsidempuan, 23 April 2024

No : 0044.SIP.04.KIIS/2024

Hal : **Balasan Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.,  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Syahada Padangsidempuan  
Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat dari Universitas Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Nomor : 032/Un.28/F/TL.00/01/2024 tanggal 21 Desember 2023, maka Radio Kasyfi Inti Indah Suara (KIIS) 106,6 FM dengan ini menerangkan nama mahasiswa dibawah:

Nama Mahasiswa : Ismi Anriza Azizah Nasution

NIM : 2030100004

Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Benar telah melakukan penelitian di Radio Kasyfi Inti Indah Suara (KIIS) 106,6 FM guna melengkapi data pada penyusunan skripsi yang berjudul "**STRATEGI KONVERGENSI RADIO KIIS 106,6 FM DI TENGAH PERSAINGAN INDUSTRI PENYIARAN DI KOTA PADANGSIDIMPUAN (PELUANG DAN TANTANGAN)**".

Demikian surat keterangan ini diperbuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 23 April 2024

Direktur Radio KIIS 106,6 FM



Darwis Sumpul, SE