

Konvergensi Digital Radio Arbes Fm Padang Dalam Menyiarkan Program Magrib Mengaji

Mutiara Rizqa Chairunnisa¹

¹Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Correspondence Email : mutiararizqa1@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of information technology has led to changes and developments in the world of mass communication. It is undeniable that mass media radio is affected by its currents. Radio is one of the mass media related to the needs of listeners. To be able to increase listeners' interest is not an easy matter, radio must use the right strategy in order to attract listeners' interest. One of the radios located in the city of Padang, namely Arbes FM radio, expands its broadcast coverage through information technology with internet networks by utilizing social media and livestreaming. This is a form of digital convergence. This study aims to find out how the practice of digital convergence is carried out by Arbes FM radio in broadcasting its programs, one of which is the da'wah program. This research is a descriptive qualitative research. The finding of this research is that Arbes FM radio has expanded its broadcasting coverage through digital media. In its development, Arbes FM radio adapts to technological developments by making adaptations that prioritize innovation and creation.

Keyword : Radio; Convergence; Digital; Dakwah Program

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang kian pesat mengakibatkan perubahan dan perkembangan dalam dunia komunikasi massa. Tidak dapat dipungkiri media massa radio terpengaruh oleh arusnya. Radio adalah salah satu jenis media massa yang berkaitan dengan kebutuhan pendengar. Untuk dapat meningkatkan minat pendengar bukanlah perkara yang mudah, maka radio harus menggunakan strategi yang tepat agar dapat menarik minat pendengar. Salah satu radio yang berada di kota Padang yaitu radio Arbes FM melebarkan jangkauan siarnya melalui teknologi informasi yang berjejaring internet dengan memanfaatkan sosial media dan livestreaming. Hal ini merupakan bentuk dari konvergensi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktek konvergensi digital yang dilakukan oleh radio Arbes FM dalam menyiarkan programnya salah satunya program dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Temuan penelitian ini adalah radio Arbes FM telah mengembangkan jangkauan siarnya melalui media digital. Dalam pengembangannya radio Arbes FM menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dengan melakukan adaptasi yang mengedepankan inovasi dan kreasi.

Kata Kunci Radio; Konvergensi; Digital; Program Dakwah

PENDAHULUAN

Komunikasi massa sebagai sarana dalam menyampaikan pesan merupakan jenis komunikasi yang membutuhkan khalayak sebagai sasarannya, khalayak yang tersebar secara luas dan *anonym* dapat dijangkau melalui media cetak dan elektronik, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara bersamaan dengan waktu yang cepat dan daya jangkau yang sangat luas.

Unsur dari komunikasi massa adalah penyiaran radio dan televisi. Penyiaran (*broadcasting*) merupakan keseluruhan dari sebuah proses penyampaian siaran yang dimulai dari persiapan materi produksi, proses produksi, persiapan bahan siaran, hingga sampai kepada pemancaran siaran yang akan disebarluaskan, sehingga pendengar/pemirsa dapat menerima pesan tersebut di suatu tempat sesuai dengan keberadaan masing-masing pendengar (Wahyudi, 1994:6).

Karakteristik terpenting dalam komunikasi massa; pertama, komunikasi massa yang sifatnya satu arah, dimana komunikator aktif mengirim atau menyampaikan pesan dan komunikan aktif dalam menerima pesan. Kedua, selalu ada proses seleksi karena apa yang disampaikan tertuju pada khalayak ramai dan dapat mempengaruhi. Ketiga, media massa mampu menjangkau khalayak secara luas. Keempat, dalam usaha meraih khalayak, media harus berusaha membidik sasaran-sasaran tertentu, agar dapat meraih khalayak yang banyak. Kelima, komunikasi dilakukan oleh institusi sosial yang harus peka terhadap kondisi lingkungannya, karena setiap program yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan dan minat masyarakat (William & Theodore, 2008:19).

Di era globalisasi dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, tidak menutup kemungkinan bahwa radio juga akan mengikuti arus perkembangan zaman

yang terjadi. Era digital yang terjadi pada saat sekarang ini, memotivasi para pemilik media untuk memulai bisnis dengan menggunakan media online dan menerapkan sistem berkonvergensi yang menggunakan internet. Dengan kemunculan media elektronik yang berbasis internet, media online menjadi salah satu alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dengan kelebihannya yaitu dapat menjangkau secara cepat (Rika, Irta, & Yummil, 2021).

Perkembangan internet membawa dampak yang signifikan terhadap kemunculan media sosial. Pada tahun 1978, papan buletin yang memungkinkan orang untuk mengunggah atau mengunduh informasi menggunakan surat elektronik yang terhubung ke internet masih memiliki saluran telepon yang terhubung, memungkinkan orang untuk berkomunikasi menggunakan surat elektronik. Kemudian muncul situs jejaring sosial seperti GeoCities, Sixdegree.com, Blogger, Friendster, LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, dll, yang selama ini tidak pernah berhenti berinovasi dalam menciptakan jejaring sosial yang dapat dengan mudah digunakan publik melalui Internet (Shofiya & Luthfi, 2018).

Upaya ini dilakukan agar media penyiaran dapat mempertahankan eksistensi media. Dengan hadirnya akses internet memudahkan media penyiaran untuk menghasilkan iklan yang dapat membantu dari segi pemasaran atau ekonomi, karena iklan dapat membantu media untuk menghasilkan pendapatan yang besar. Namun, akan menimbulkan daya saing yang tinggi bagi pelaku usaha media penyiaran (Anindita, 2017).

Kebutuhan interaksi komunikasi memungkinkan seseorang untuk berbagi sesuatu tanpa penundaan karakteristik, dan ini adalah titik lemah dari teknologi tradisional dan sebaliknya adalah salah satu basis berkembangnya tren

konvergensi di zaman modern. Semakin banyaknya outlet media yang berbeda tersedia untuk khalayak telah menyebabkan orang memiliki lebih banyak pilihan tentang media yang ingin mereka konsumsi, tentu saja dengan pilihan konten yang semakin beragam pula (Grant & Wilkinson, 2009).

Meningkatnya konvergensi media yang terjadi menyebabkan meluasnya penggunaan media tradisional seperti media cetak di Indonesia. Masa depan penyiaran radio tidak pasti, karena perusahaan ini tidak dapat terus berjalan dan harus ditutup pada tahun 2015. Ini bisa berarti akhir dari penyiaran radio tradisional seperti yang kita kenal. Lembaga Nielsen menemukan bahwa jumlah orang yang mendengarkan radio tradisional di Indonesia cukup tinggi. Tingkat penurunannya semakin meningkat setiap tahunnya. Akibat penurunan jumlah pendengar, beberapa stasiun radio gulung tikar. Radio *Voice of America* (VOA) di Indonesia juga sempat mengalami penurunan di tahun 2016 akibat pemotongan anggaran dari *Broadcasting Board of Governors*. Mengawasi VOA Indonesia. BBG ingin memastikan bahwa program BBG berdampak pada siaran Radio VOA (Fitriana, 2021).

Dengan mengikuti perkembangan maka radio perlu melakukan penerapan konvergensi media. Untuk dapat bertahan dan berkembang, media massa harus beradaptasi dengan teknologi. Industri ini harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi (Usman, 2009:30).

Unsur terpenting dari sebuah radio adalah pendengar atau penikmatnya. Untuk itu radio harus melakukan strategi yang tepat untuk dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satunya menjangkau khalayak ramai yang lebih luas dengan melakukan konvergensi digital.

Radio sama seperti halnya internet, koran, majalah dan televisi adalah medium komunikasi massa yang dapat

digunakan setiap orang untuk mencapai tujuan tertentu. Ada tiga tujuan yang dominan dari pendirian sebuah radio di Indonesia, yaitu: Pertama, pemenuhan kebutuhan audiens. Untuk mendirikan sebuah radio hendaknya diawali dengan adanya penelitian pada khalayak untuk mengetahui bagaimana kebutuhan dan minat pendengar terhadap sebuah media radio, baik dari konten siaran, waktu siaran maupun kemasan acaranya. Tujuan ini bersifat idealistik, karena apabila tidak ada signifikansi yang tinggi atau dengan kata lain pendengar radio tidak berminat maka stasiun radio tersebut bisa gulung tikar.

Kedua, Manifestasi kepentingan bagi pengelola perusahaan. Orang-orang yang masuk dalam dunia yang berhubungan dengan radio, pasti memiliki alasan tersendiri, karena setiap orang memiliki motivasi dalam hidup yang berbeda-beda. Namun, kepentingan khalayak ramai harus lebih diutamakan ketimbang kepentingan pribadi, karena sasaran radio adalah masyarakat.

Ketiga, Perolehan untuk mendapat ekonomi. Radio menjadi usaha seseorang dalam mencari keuntungan dan dapat menambah lapangan kerja yang mengharuskan pemilik mengalokasikan keuntungannya yang didapatkan melalui iklan *on air* maupun *off air* agar mampu terus bersaing dan berkembang untuk meningkatkan kualitas program, serta dapat menyejahterakan sumber daya manusianya (Masduki, 2004:2).

Adapun kekuatan dan kelemahan radio sebagai media penyiaran massa adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan radio

Radio dapat tersebar dan menjangkau khalayak sasaran dengan jumlah yang besar dalam waktu yang bersamaan. Radio dapat menyebar dan menjangkau kelompok individu atau masyarakat yang berada pada daerah terpencil seperti masyarakat yang hidup di kawasan agraris. Radio dapat mengatasi beragam masalah dalam geografis. Isi siaran

mudah dipahami, karena tidak memerlukan keahlian dalam membaca, sehingga dapat dikonsumsi masyarakat yang tidak bisa membaca, karena bahasa yang digunakan biasanya bahasa yang tidak baku dan tidak ilmiah, dengan kata lain bahasa sehari-hari (Masduki, 2004:15).

2. Kelemahan radio

Radio tidak dapat menyiarkan tayangan gambar visual seperti halnya televisi. Program radio atau acara siaran radio tidak dapat menyiarkan informasi secara berulang, hanya dapat sekali bicara karena sifatnya yang *on air*. Sifatnya terbagi, artinya dalam satu wilayah tertentu mungkin terdapat 20-30 stasiun radio (Masduki, 2004:15).

Dari kekuatan dan kelemahan radio di atas maka radio sangat perlu memperluas jaringannya dengan menerapkan konvergensi media, mengikuti perkembangan zaman dengan merambah ke dunia digital. Kunci utama konvergensi ialah digitalisasi, karena seluruh bentuk informasi merupakan basis internet. Segala bentuk data dapat diubah, dari format analog ke format digital dan dikirim dalam satuan bit (*binary digit*) (Shofiya, 2018).

Konvergensi yang terjadi pada media merupakan suatu penyatuan yang secara berkesinambungan terjadi pada berbagai media (Dudi, 2018:1). Konvergensi didorong oleh berbagai kekuatan seperti kekuatan ekonomi, politik, dan sosial. Dengan kekuatan-kekuatan itulah dapat melahirkan berbagai penemuan dan inovasi, termasuk dalam mendorong berkembangnya teknologi komunikasi yang baru (Fiddler, 2003:29).

Jadi, konvergensi adalah kombinasi dari teknologi digital, yaitu kombinasi antara suara, teks, gambar dan angka. Dailey, Demo dan Spillman menjelaskan bahwa kegiatan konvergensi media meliputi: (a) *cross promotion* (lintas promosi), (b) *cloning* (penggandaan), (c) *cooperation* (kolaborasi), (d) *content Sharing* (berbagi isi), (e) *full convergence*

(penyatuan). Dengan konvergensi media, yang sebelumnya dianggap hanya menyajikan berita tentang peristiwa yang sudah terjadi. Kini, definisi "peristiwa" terus berkembang dalam ruang lingkup, menjadi kejadian yang berkelanjutan (Dudi, 2018:3).

Saat ini media penyiaran radio kian terdesak oleh televisi, kecenderungannya adalah Jangkauan siaran radio semakin menyempit sehingga radio-radio dianggap paling mampu bertahan ialah radio-radio yang hanya melayani suatu wilayah kecil saja. Namun, masih memiliki banyak penggemar. Karena disisi lain dalam pemilihan program sebuah acara, radio juga mengikuti perkembangan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Termasuk siaran dakwah sebagai kebutuhan rohani para pendengarnya.

Menyiarkan program dakwah bukanlah hal yang mudah untuk dapat menarik banyak minat pendengar radio, terlebih eksistensi radio yang mulai tergeser oleh perkembangan media digital, maka dibutuhkan perencanaan yang tepat bagi stasiun radio seperti mengemas acara sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhan pendengar dan juga dalam menyebarluaskan programnya, tidak hanya menggunakan satelit pemancar, tetapi juga merambah ke media digital.

Radio Arbes FM Padang merupakan salah satu radio yang mempunyai platform live *streaming* yakni arbesfm.com, dimana khalayak dapat mendengarkan program radio tersebut dimanapun dan kapanpun, tidak terikat ruang dan waktu, hanya membutuhkan jaringan internet untuk dapat mengaksesnya. Selain itu, radio Arbes FM juga mempunyai media sosial seperti instagram, facebook, twitter dan youtube sendiri untuk menyebarkan informasi tentang iklan, program acara, bintang tamu acara dan sebagainya. Bahkan interaksi antara penyiar dan pendengaran

dapat dilakukan melalui media sosial yang mereka punya saat ini.

Hal ini tentu saja membuat perusahaan iklan mengharap umpan balik yang baik dari *audience*. Dan konvergensi ini juga sebagai upaya yang dapat dilakukan radio dalam menarik perhatian perusahaan iklan untuk memasang iklannya di radio tersebut. Konsekuensi dari konvergensi media adalah perubahan signifikan dalam teknologi dan perangkat manajemen, serta perluasan pasar audiens dari media massa, terutama radio. Hal ini berkaitan dengan perubahan kebiasaan khalayak sebagai akibat dari pertumbuhan internet (Romli, 2016:147). Efek konvergensi menimbulkan kebiasaan manusia yang mulanya tidak bergantung pada internet menjadi manusia yang sangat membutuhkan internet untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam dirinya termasuk kebutuhan informasi dakwah bagi tiap individu yang pada zaman sekarang mudah untuk diakses melalui internet tidak harus mendatangi ceramah tersebut. Hal ini menjadi penting bagi radio Arbes FM dalam menerapkan praktek konvergensi bagi program dakwahnya agar ia tidak tertinggal dan radio tetap menjadi salah satu pilihan pendengar untuk memenuhi kebutuhan spiritualitasnya.

Untuk itu penting diketahui lebih lanjut bagaimana praktek konvergensi media digital yang dilakukan oleh radio Arbes FM dalam menyiarkan program-program siaran, salah satunya program dakwah sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media penyiaran radio.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengumpulkan data di lapangan dan menginterpretasikannya dengan cara yang masuk akal. Desain penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang menggunakan data

berupa kalimat tulisan, lisan, fenomena, peristiwa, dan pengetahuan atau objek kajian. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman pemikiran, data yang ditemukan di lapangan dan persepsi peneliti itu sendiri.

Penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan tujuan memiliki gambaran tentang apa yang peneliti terima ketika mengamati objek penelitian, penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui kejadian atau fenomena apa saja yang telah dialami oleh subjek dalam penelitian. Data yang diperoleh berupa kata-kata dan bahasa dalam konteks yang wajar serta menggunakan metode ilmiah (Moleong, 1998:6). Adapun yang menjadi informan adalah Bapak Armeyn Khaidir selaku Direktur radio Arbes FM, Aga yang menjadi salah satu penyiar di radio Arbes FM.

Pada penelitian ini cara untuk mengumpulkan data yang dilakukan yaitu, pertama mengumpulkan data menggunakan observasi non-partisipan, yaitu peneliti tidak ikut serta dalam proses yang sedang dilakukan oleh orang atau objek yang sedang melaksanakan tugasnya. Dikarenakan penelitian ini dilakukan pada saat pandemi covid-19, sehingga perusahaan mengurangi jumlah staff yang hadir. Peneliti hanya dapat melihat objek penelitian secara keseluruhan melalui dokumentasi dari radio Arbes FM Padang. Kedua adalah melakukan wawancara mendalam dengan informan. Tahap ini dapat digunakan untuk menambah informasi dan memperluas sudut pandang dalam penelitian ini. Ketiga adalah dokumentasi dan arsip yang berupa surat, naskah, agenda, dokumentasi program, artikel, atau dokumen apapun yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi berfungsi untuk menguatkan bukti dari sumber lain. Selain itu, dokumen juga dapat dipakai untuk menarik kesimpulan pada suatu peristiwa.

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya data tersebut dianalisis dengan cara reduksi data yang merupakan bentuk analisis data dengan menajamkan, mengaharapkan hal-hal penting, mengarahkan, menggolongkan membuang yang tidak penting dan menyusun data agar sistematis serta dapat menemukan dan membuat satu simpulan yang bermakna (Miles & Huberman, 1992:19). Cara tersebut dilakukan sesuai dengan fokus pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Radio Arbes FM Padang

Radio Arbes FM adalah salah satu radio swasta di kota Padang yang berdiri pada tanggal 1 Mei 1972 beralamat di jalan Ratulangi No.21 C dengan nama awalnya adalah Arbes Resonia. Berawal dari hobi yang dilakukan oleh seorang laki-laki bernama Bapak Armeyn Khaidir, beliau mendirikan usahanya di bidang penyiaran sejak tahun 1970. Kini ia menjabat sebagai Direktur Utama Arbes FM.

Pada mulanya, radio Arbes sendiri berada di jalur AM 738 dan terletak di Jl.Permindo 57 Padang. Kemudian pada tahun 2000 pindah ke jalur 101.0 FM dan kantor pun pindah ke Jl.Ratulangi No.21 C Padang. Pada awal tahun 2000, PT. Angkasa Ria Broadcast Entertainment Service berganti nama menjadi PT. Andalas Raya Bestari. Kemudian, pada tahun 2008 PT. Andalas Raya Bestari berganti nama menjadi PT. Radio Arbes, karena nama Andalas Raya sudah dipakai oleh stasiun radio lain. Konsep siaran dari radio Arbes FM pada tahun 1970-1990 adalah mata acara yang umum karena pada dasarnya radio pada zaman itu secara spesifik belum tersegmentasi seperti pada masa sekarang ini dan saingan juga tidak banyak. Kemudian, ditahun 1990 Arbes membuat format siaran yang lebih jelas dengan 95% lagu Indonesia dan 5% lagu tradisional. Pada tahun 2008 bersamaan

dengan pergantian nama, radio Arbes FM menjadi radio dengan segmen dewasa remaja dan format siaran Lagu/Kidung 95% hanya Indonesia ditambah 5% Lagu/Kidung Daerah. Radio Arbes FM mempunyai tagline SELALU DIHATI dengan format music Top 40 yang memutar lagu-lagu Pop Indonesia Kreatif dan segala genre dengan slogan BAROMETER MUSIK INDONESIA. Pada tahun 1974-1977 radio Arbes FM terpilih menjadi radio terbaik se-Sumatera Barat dan pada tahun 1978 Arbes terpilih menjadi Radio Terbaik pertama se-Indonesia mengalahkan 500 radio lainnya (Dokumen Radio Arbes FM Padang, 2019).

Konvergensi Media

Istilah konvergensi awalnya mula digunakan secara luas pada 1990-an. Konvergensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti keadaan pada titik temu, pertemuan, dan memusat. Adapun pengertian *convergence* secara istilah adalah dua benda atau lebih bertemu dan bersatu disuatu titik pusat pandangan mata ke suatu tempat yang amat dekat (Runtiko, 2012).

Konvergensi media pertama berkembang dengan munculnya Internet dan informasi digital. Konvergensi media merupakan gabungan 3C yaitu *computing* (data entry via komputer), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi konten). Menurut Henry Jenkins, ia percaya bahwa konvergensi media adalah proses yang berlangsung sesuai dengan kemajuan budaya di masyarakat. (Jenkins, 2006).

Konvergensi media terjadi karena adanya penggabungan beberapa media, seperti media konvensional ke media digital atau media baru. Media baru menciptakan produk yang aplikatif atau beragam, sekaligus fungsi audio dan visual. Kunci dari adanya konvergensi media ini adalah media yang berbasis internet (Lathifah & Ismandiato, 2021).

Dalam buku Henry Jenkins *“Convergence Culture: Where Old Media and New Media”* menyatakan bahwa konvergensi media adalah perubahan teknologi atau proses teknologi yang juga mencakup perubahan pola industri, budaya dan sosial untuk mendorong konsumen agar mencari informasi baru. Konvergensi media terjadi dengan memeriksa bagaimana orang berinteraksi dengan orang lain di tingkat sosial dan menggunakan platform media yang berbeda untuk menciptakan pengalaman baru, bentuk media baru, dan konten baru. Dalam artian konvergensi menghubungkan orang secara sosial, tidak hanya dengan konsumen tetapi juga dengan konsumen penemu (Jenkins, 2006).

Pada era konvergensi media seperti saat sekarang ini, media tradisional ataupun media lama dapat memperoleh momentum untuk lahir dan hidup kembali dengan kebaruan yang lebih memudahkan masyarakat. Secara istilah konvergensi merupakan penggabungan dari beberapa layanan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan kata lain, bahwa konvergensi berarti hilang penghalang lama yang sebelumnya memisahkan teknologi komunikasi dan informasi antara industri dengan industri, aplikasi dengan aplikasi, produsen dengan konsumen, negara dengan negara. Masing-masing saling mempengaruhi kepemilikan minoritas, dalam penggunaan dan akses teknologi informasi dengan berbagai cara. Teknologi informasi yang modern telah berhasil menggabungkan sifat-sifat teknologi telekomunikasi konvensional yang bersifat massif dengan teknologi komputer yang bersifat interaktif (Sheiful, 2019).

Konvergensi Digital Radio Arbes FM Padang

Pada stasiun penyiaran, pendengar adalah target dalam menjual

produknya. Jika stasiun radio dapat menjangkau dan merebut perhatian khalayak maka radio akan mendapat keuntungan. Merebut perhatian pendengar pada dasarnya adalah bentuk persaingan media penyiaran. Maka media harus jeli dalam menyuguhkan program yang sesuai dengan minat pendengar. Selain itu, teknologi yang mumpuni juga dapat membantu media penyiaran khususnya radio menjangkau pendengar dari berbagai kota.

Dalam pembuatan sebuah program acara radio yang kreatif dan berkualitas dapat melakukan riset terhadap para pendengar tentang ketertarikan acara yang disukai, dan juga mengikuti tren yang sedang berkembang, kemudian sebuah radio dapat membuat program tentang budaya, pendidikan, kesehatan dan informasi lainnya. Penataan program acara disesuaikan tema acara dengan elemen-elemen pendukung yang biasanya ada dalam sebuah program radio seperti musik, penggunaan kalimat, iklan, gaya siar dan juga dijadwalkan sesuai dengan segmentasi khalayak yang sudah diatur saat merencanakan program.

Sebagai media penyiaran khususnya radio yang mempunyai target sasaran yaitu khalayak harus bisa memanfaatkan perkembangan dengan meningkatkan sisi interaksi dengan pendengar, terutama di media sosial dan aplikasi. Stasiun radio juga harus dapat melebarkan sayapnya dan menambah relasi dari lembaga/instansi lain. Adapun dari sisi sumber daya manusianya, pengelola radio dituntut memiliki kompetensi dan kualifikasi tinggi untuk dapat memikirkan sebuah program yang berkualitas agar dapat diminati pendengar.

Dalam upaya memperluas jaringan hingga saat ini radio Arbes dapat mempertahankan radionya untuk tetap mengudara. Radio Arbes FM Padang telah mengudara lebih dari 50 tahun dan

menjadi salah satu radio swasta tertua di kota Padang. Oleh karena itu, tentunya radio Arbes FM mempunyai banyak relasi yang menjadi bagian dari setiap kegiatan yang Arbes lakukan. Dengan demikian maka setiap acara pasti melibatkan berbagai media. Hal ini terlihat dari partisipasi para pemasang iklan yang menjadi sponsor di program acara radio Arbes FM salah satunya program 'Magrib Mengaji'.

Dalam pengamatan peneliti ada beberapa iklan seperti iklan bank nagari, iklan pemko Padang dan iklan sari angrek yang mensponsori program tersebut. Tentang hal ini menurut Direktur radio Arbes FM mengatakan "iya jadi di program mengaji itu ada beberapa sponsor dan itu memang sponsor bersama karena kita menggabungkan pemasang iklan yang ingin mensponsori program itu" (Armeyn, wawancara pribadi, 01:2021).

Program 'Magrib Mengaji' merupakan program rutin Arbes FM yang siar setiap hari senin-minggu pukul 18.45-19.25. Program ini mempunyai tujuan yang sangat religius untuk masyarakat khususnya pendengar radio Arbes FM dan dapat membantu program yang dicetuskan pada tahun 2016 oleh salah satu walikota Sawahlunto, Sumatera Barat yakni Ali Yusuf dalam penerapan "Maghrib Mengaji Satu Jam Matikan Televisi". Hal ini dilakukan untuk mempertahankan budaya lokal masyarakat Sumatera Barat. Berkat program tersebut ia menerima Anugerah Spesial Peduli Penyiaran yang diberikan oleh Komisi Penyiaran Daerah (KPID) Sumatera Barat pada acara KPID Awards, Senin (28/11) malam. Anugerah itu diterimanya berkaitan dengan program "Maghrib Mengaji Satu Jam Matikan Televisi" yang diterapkan di Kota Sawahlunto untuk mewujudkan masyarakat yang religius. (*Esthi Maharani, Republika.com, 2016, Program Maghrib Mengaji Satu Jam Matikan Televisi Diganjar Penghargaan,*

<https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/16/11/29/ohdn6p335-program-magrib-mengaji-satu-jam-matikan-televisi-diganjar-penghargaan>, diakses pada 11 Maret 2022).

Radio Arbes FM sebagai salah satu media ikut berpartisipasi dengan kekuatannya yang dapat menyebarkan informasi secara meluas dengan cara membuat sebuah program yakni 'Magrib Mengaji' yang dapat didengarkan oleh jangkauan satelit pemancarnya di sekitar daerah Padang, Pariaman, Padang Panjang, Solok, dan Agam.

Upayanya untuk dapat eksis dalam bidang penyiaran radio Arbes FM selalu melakukan inovasi dalam setiap acaranya, seperti pada program ini radio Arbes melakukan inovasi dengan mengadakan perlombaan membaca ayat-ayat al-quran dan yang menang diberi kesempatan untuk membaca al-quran secara *on air* di radio tersebut. Kemudian melakukan telepon interaktif untuk memberi peluang bagi pendengar yang hendak memberikan suara indahnya untuk didengarkan oleh pendengar setia radio Arbes FM melalui acara tersebut secara jarak jauh.

Dengan alat yang Radio Arbes FM Padang miliki yaitu teknologi modern dan daya pemancar 1000 Watt, dapat menyiarkan siaran radio Arbes FM secara lebih luas dan dapat dijangkau serta diterima dengan baik hingga sejauh 200 kilometer. Dengan bantuan teknologi dan daya pemancar tersebut Arbes FM dapat menjangkau pendengar di beberapa kota di provinsi Sumatera Barat seperti, Padang, Padang Pariaman, Padang Panjang, Bukittinggi dan Solok.

Tidak hanya itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat menjadikan radio Arbes FM juga dapat menjangkau pendengar di kota-kota lainnya diluar provinsi Sumatera Barat. Menggunakan *live streaming* (arbesfm.com) yang dapat diakses

melalui handphone, laptop, pc menggunakan jaringan internet, maka jangkauannya akan semakin luas. “Selain teknologi dan daya pemancar, kami juga menjangkau khalayak dengan menambah *live streaming* yang dapat diakses dimana saja asalkan ada jaringan internetnya” (Armeyn, wawancara pribadi, 01:2021).

Arbes FM menggunakan *live streaming* tidak hanya untuk menjangkau khalayak luas tetapi juga ingin memudahkan masyarakat untuk dapat mengakses siaran radionya melalui internet “kami ingin program acara radio kami dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat memudahkan mereka untuk mengaksesnya, dengan cara merambah ke penggunaan *live streaming* yang tersedia di internet, hal ini juga sudah banyak dilakukan oleh radio lainnya” (Armeyn, wawancara pribadi, 01:2021).

Selain *live streaming* radio Arbes FM juga memiliki media sosial yang ia gunakan sebagai alat promosi dan sebagainya. Berikut penjelasan mengenai rincian akun media sosial yang digunakan oleh stasiun Arbes:

a. Facebook

Akun facebook dengan nama arbes selaludihati mempunyai jumlah pengikut sebanyak 2.014 orang, akun ini selalu membagikan informasi seputar acara siaran radio yang akan disiarkan, informasi kesehatan, bintang tamu, iklan dan sebagainya. Akun ini sangat aktif digunakan terlihat dari postingan pada beranda akun yang selalu *update*. Dalam sehari akun ini dapat menyebarkan informasi dan kontennya lebih dari 15 postingan.

b. Twitter

Arbes juga mempunyai akun media sosial twitter yang bernama @arbesfm, akun ini dibuat pada february tahun 2012 dan memiliki jumlah pengikut sebanyak 4.216. pada akun ini tidak jauh berbeda dengan akun facebooknya mereka menyebarkan informasi

seputar acara radio, baik *on air* maupun *off air*, dan sebagainya. Namun, pada akun ini jarang terlihat radio Arbes FM memposting konten iklan dan juga tidak seaktif pada akun facebook yang mereka punya.

c. Instagram

Selain facebook dan twitter, radio Arbes FM juga mempunyai akun instagram yang bernama @arbesfm dengan jumlah pengikut 3.003 orang. Tidak jauh berbeda dengan akun facebooknya, akun ini juga sangat aktif dalam memposting konten-kontennya, tidak jarang pula pada akun ini saat penyiar sedang *on air* ia juga mengaktifkan fitur *live streaming* instagram. Terlihat bahwa radio Arbes FM sangat memanfaatkan fitur yang diberikan oleh media sosial instagram ini untuk mendapatkan pendengar sebanyak-banyaknya. Hal ini dapat memancing pengguna media sosial untuk bergabung pada *live* tersebut dan menambah *engagement* akun radio Arbes FM sehingga dapat menarik pemasang iklan untuk memasang iklannya di radio ini.

d. Youtube

Radio Arbes juga menggunakan platform video youtube untuk menjadi wadah dalam meraih relasi yang lebih luas. Akun youtube Arbes FM dapat dijumpai dengan menggunakan nama RADIO ARBESFM dan memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 260 dengan jumlah postingan sebanyak 22 konten. Channel ini bergabung pada awal tahun lalu tepatnya 7 januari 2021. Namun, channel ini tidak begitu aktif digunakan oleh radio Arbes FM karena terlihat dari postingan terakhirnya yaitu pada 30 maret 2021.

Untuk mengenalkan stasiun radio Arbes FM kepada khalayak luas Arbes melakukan promosi radio dan program seperti spot poster, foto event-event, program radio, iklan, dan sebagainya melalui sosial media radio Arbes FM yaitu Twitter (@arbesfm), Instagram

(@arbesfm), Facebook (arbes selaludihati), dan Youtube (RADIO ARBESFM). “Kami melakukan promosi sebelum program acara dimulai, untuk mengingatkan pendengar bahwa acara akan dimulai, seperti instagram, facebook, dan twitter. Ini juga dilakukan untuk mengenalkan radio dan program radio kepada para pengguna sosial media” (Armeyn, wawancara pribadi, 01:2021).

Admin yang bertugas untuk menyebarkan informasi melalui media sosial adalah semua manggala yang terdapat pada radio tersebut, sebelum acara disiarkan, mulai dari 1 bulan sebelumnya untuk program rancangan baru para penyiar yang bertugas sebagai pemandu dan manggala (karyawan) yang berkerja dalam program tersebut akan menyebarkan informasi tersebut ke media sosial Arbes FM, lalu program akan disiarkan sesuai jadwal yang telah ditentukan. Hal ini dikatakan langsung oleh Direktur radio Arbes FM:

“Setelah konsep acara disimulasikan, kami akan melakukan promo online maupun offline sampai pada hari h program disiarkan, dan dilihat seberapa banyak pendengar yang mendengar acara pada saat itu melalui penelfon dan pengirim pesan” (Armeyn, wawancara pribadi, 01:2021).

Dapat dikatakan bahwa radio Arbes FM menginginkan para manggalanya dapat menguasai segala bidang agar dapat saling bekerja sama untuk kesuksesan stasiun radio. Hemat penulis mengatakan bahwa yang dilakukan radio Arbes FM dalam hal ini akan menimbulkan dampak positif dan negatifnya. Dampak positifnya adalah para manggala akan terlatih dan mempunyai banyak skill dalam dirinya. Sedangkan dampak negatifnya, penerapan konvergensi media digital akan sulit berjalan dengan baik sesuai yang radio harapkan karena tidak adanya sumber daya manusia yang benar-benar diberi fokus untuk

mengerjakan bagian produksi konten di media digital.

Sejak kemunculan sosial media dan konvergensi digital yang mulai menggeser eksistensi media tradisional, media tradisional khususnya dalam hal ini radio tidak boleh lengah dalam mempertahankan eksistensinya. Maka radio juga harus mengikuti perkembangan yang telah terjadi. Sebagaimana yang dilakukan oleh radio Arbes FM yang mulai mengikuti arah perkembangan zaman ini. Ia melakukan penerapan pada konvergensi digital di radionya. Radio Arbes FM telah mendapatkan ribuan pengikut dari sosial media yang dikelolanya. Berikut data olahan peneliti:

Media Sosial	Jumlah Pengikut
Instagram	3.003
Facebook	2.014
Twitter	4.216
Youtube	260

Tabel 1. Data Jumlah Pengikut Media Sosial Radio Arbes FM

Berdasarkan pengamatan penulis dan hasil wawancara bersama informan, radio Arbes FM melakukan promosi agar dapat menjangkau khalayak luas yang mana melalui promosi dapat mengenalkan stasiun radio Arbes kepada khalayak. Seperti meng-*upload* program acara 1-2 jam sebelum acara disiarkan diberbagai sosial media yang mereka punya, menyebutkan acara dalam program acara lainnya pada saat on air, menyebar spot poster, dan berbagai usaha lainnya. Hal ini dilakukan agar radio Arbes FM dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi. Tidak hanya itu melalui konvergensi media yang dilakukan Arbes dalam menyebarkan program acaranya tak terkecuali program dakwahnya, mereka juga ingin menarik pemasangan iklan agar berkenan memasang iklan disana dengan menampilkan *engagement* yang sudah mereka bentuk melalui sosial media yang dikelolanya.

“Sebelum siaran tugas kami para penyiar bukan saja membaca materi yang akan disiarkan hari itu, tapi juga meng-*upload* program di sosial media kita, terus juga untuk menambah jangkauan khalayak beberapa program kami adakan juga *live* di Instagram, supaya *followers* yang ada di Instagram dapat terhibur walaupun tidak mendengarkan program dari radio atau streaming arbesfm.com” (Aga, wawancara pribadi, 01:2021).

Adapun beberapa produk iklan yang terpasang di media sosial radio Arbes FM seperti, iklan pasta gigi Kodomo, iklan Honda dan Yamaha, iklan So Yumie Gelas, iklan paket internet IndiHome, dan iklan susu Indomilk.



Sumber: Instagram @arbesfm
Gambar 1. Promosi Program Acara



Sumber: Instagram @arbesfm
Gambar 2. Iklan
CONCLUSION / KESIMPULAN

Put your interpretation from result and discussion to advised and mention recommendation or suggestion here. Conclusion is to describe the main idea that illustrates the answer of research question. Suggestion presents an

advanced idea to be developed in subsequent research.

KESIMPULAN

Berdasarkan bahasan diatas mengenai konvergensi digital yang dilakukan oleh radio Arbes FM Padang dalam menyiarkan program acaranya terkhusus pada program Maghrib Mengaji adalah Konvergensi digital radio Arbes FM dalam menyiarkan program dakwahnya dilakukan dengan menggunakan media *online live streaming* dan penggunaan sosial media facebook, instagram dan twitter sebagai bentuk pengembangan sasaran khalayak dari segi pendengar maupun pemasang iklan. Upaya ini sangat berpengaruh terhadap eksistensi stasiun Arbes sebagai media penyiaran radio tertua di Padang.

Upaya untuk mengikuti arus perkembangan teknologi ini, radio Arbes FM juga dapat menarik pemasang iklan untuk memasangkan produknya melalui jasa radio Arbes, seperti iklan produk makanan dan minuman, So Yumie Gelas dan Indomilk, iklan Honda dan Yamaha, iklan pasta gigi anak Kodomo, dan iklan paket internet IndiHome. Sehingga, radio Arbes dapat menguatkan pertahanannya dari segi ekonomi.

Meski sudah melakukan penerapan konvergensi media dengan menggunakan beberapa produk dari media baru, namun hal ini belum sepenuhnya berjalan dengan baik sesuai yang diharapkan. Terlihat dari beberapa produk *new media* yang dimanfaatkan oleh radio Arbes seperti sosial media twitter dan platform video youtube yang dapat dikatakan belum efektif dalam mengoptimalkan penggunaannya karena pihak radio masih jarang memposting konten di akun-akun tersebut.

Permasalahan dalam mengoptimalkan penerapan konvergensi media pasti ada. Maka radio harus melakukan evaluasi yang menimbulkan solusi agar penggunaan pada seluruh akun dapat berjalan

beriringan. Bisa dengan menambah sumber daya manusia yang fokus pekerjaannya terdapat pada digital marketing, untuk dapat meningkatkan engagement dari setiap media sosial yang Arbes miliki. Jika dilalukan secara maksimal, hal ini akan berdampak positif bagi radio.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aga, 2021, "Konvergensi Media Massa Radio" wawancara pribadi, 28 Januari 2021.
- Anindita. (2017). *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Pambors Radio (102.2 FM/95.8 FM))*. Jurnal Komunikasi, 12(1), 35-50.
- Annisa, Fitriana. (2021). *Konvergensi media pada perkembangan radio komersial di Yogyakarta (studi kasus pada radio Geronimo FM dan radio Swaragama FM)*. Jurnal Commicast, 2(2), 90-97.
- Armeyn Khaidir, 2021. "Konvergensi Media Massa Radio" wawancara pribadi, 20 Januari 2021.
- Fidler & Roger. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bintang Budaya.
- Iskandar, Dudi. (2018). *Konvergensi Media: Pembauran Ideologi, Politik dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: ANDI.
- Grant A.E. & Wilkinson, J.S. (2009). *Understanding Media Convergence: The State Of The Field*. New York: Oxford University Press.
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Ks., Usman. (2009). *Ekonomi Media, Pengantar Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Ghalia.
- Lathifah, Khasna, & Ismandianto. (2021). *Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19*. JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi, 4(1), 130-142.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Lkis.
- Mattew, Miles, B. A. & Huberman, Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif (terj. Tjejep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UI-Press.
- Moleong, J., Lexy. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rika, Irta, & Yummil. (2021). *Pemanfaatan Portal Berita Online bagi Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)*. Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 12(2), 202-214.
- Runtiko, G. A. (2012). *Konvergensi Media Masyarakat Desa*. Jurnal Komunikasi, 86.
- Shofiya, A. N. (2018). *Broadcasting Radio Ponorogo dalam Kajian Konvergensi Media*. PETANDA: Jurnal Komunikasi dan Humaniora, 1(1), 37-43.
- Shofiya, A. N., & Luthfi, M. (2018). *Analisis Penerapan Konvergensi Media Pada Usaha Penyiaran Radio Di Ponorogo*. Jurnal Perspektif Komunikasi, 1(3).
- Wahyudi, J. B. (1994). *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- William, L. Rivers, & Jensen, Theodore Peterson. (2008). *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Kencana, Cet. Ke-3.
- Yazan, Sheiful. (2019). *Surau di Dunia Maya (Reinkarnasi Tambo Minangkabau di Era Konvergensi Media)*. Al-Munir: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 10(2), 90-95.

Internet:

- Esthi Maharani, Republika.com, 2016, Program Maghrib Mengaji Satu Jam Matikan Televisi Diganjar Penghargaan, <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/16/11/29/ohdn6p335-program-magrib-mengaji-satu-jam>

[matikan-televisi-diganjar-penghargaan](#), diakses pada 11
Maret 2022