

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5497/KOM-D/SD-S1/2023

KONVERGENSI RADIO HIDAYAH 103,4 FM PEKANBARU DALAM MEMPERLUAS SEGMENTASI AUDIENCE



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Untuk
Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

RAHMAD SALEH HASIBUAN

NIM.11643102219

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2022**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web,www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

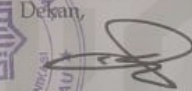
Nama : Rahmat Shaleh HSB
NIM : 11643102219
Judul : Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience

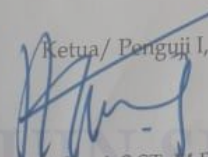
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Desember 2022

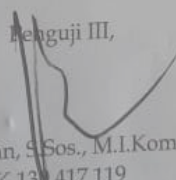
Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

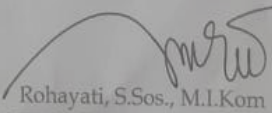
Pekanbaru, 22 Desember 2022
Desan,


Tim Penguji
Muhammad Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D
NIP.198111182009011006


Ketua/ Penguji I,
Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd
NIK.130 311 014



Sekretaris/ Penguji II,
Edison, S.Sos., M.I.Kom
NIK.130 417 082


Penguji III,
Usman, S.Sos., M.I.Kom
NIK.130 417 119


Penguji IV,
Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 19880801 202012 2 018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id., E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

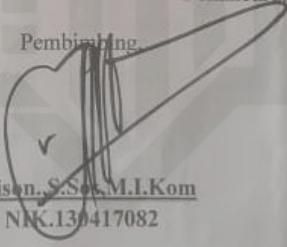
Nama : Rahmat Shaleh HSB
NIM : 11643102219
Judul Skripsi : **Strategi Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience**

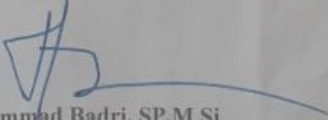
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan erimakasih.

Pekanbaru, 2 Desember 2022

Pembimbing

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NKK.130417082

Mengetahui,
Ketua Jurusan IlmuKomunikasi

Dr. Muhammad Badri, SP, M.Si
NIP.198103132011011004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 2 Desember 2022

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Rahmat Shaleh HSB
NIM : 11643102219
Judul Skripsi : Strategi Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience


Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

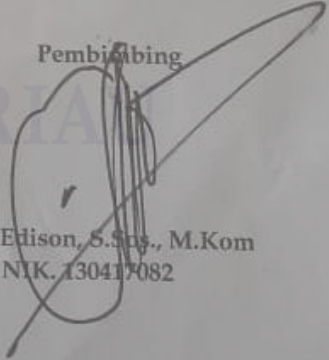
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Pembimbing


Edison, S.Sus., M.Kom
NIK. 130417082

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rahmat Shaleh HSB
NIM : 11643102219
Tempat/ Tgl. Lahir : Tangga Batu, 12 Oktober 1997
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/S1
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Proposal/Karya Ilmiah lainnya*:

"Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience".

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/ Proposal/Karya Ilmiah lainnya * dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/ Proposal/Karya Ilmiah lainnya , *saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/ Proposal/Karya Ilmiah lainnya*saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Desember 2022
Yang membuat pernyataan



Rahmat Shaleh HSB
NIM : 11643102219

• Pilih Salah Salah Satu Sesuai Jenis Karya Tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience

Oleh : Rahmad Saleh Hasibuan

Munculnya internet di era digitalisasi membuat media penyiaran radio harus beradaptasi untuk tetap eksis, karena masyarakat mulai meninggalkan media konvensional dan menggunakan satu perangkat untuk dua kegiatan dalam satu waktu misalnya mengakses internet dan mendengarkan radio. Fenomena ini membuat salah satu radio konvensional mulai kehilangan pendengarnya yaitu Radio Hidayah 103,4 FM, untuk bertahan hidup, mengcover semua pendengar, serta bersaing dengan industri media penyiaran lainnya di era digitalisasi. Radio Hidayah melakukan perubahan salah satunya yaitu memanfaatkan teknologi baru yaitu internet dengan melakukan perubahan dari radio analog ke digital, dalam bentuk konvergensi media. Tujuan penelitian ini dibuat untuk melihat konvergensi radio hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam memperluas segmentasi audience. metode penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan konvergensi radio hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam memperluas segmentasi audience. Teknik pengumpulan data dilakukan yaitu wawancara dengan penanggung jawab penyiaran program di radio hidayah 103,4 FM, observasi langsung ke studio Hidayah dan juga dokumentasi yang dimiliki radio hidayah 103,4 FM kemudian menguraikan pokok bahasan yang diteliti tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa konvergensi radio hidayah 103,4 FM menggunakan 3M, diantaranya multi media yang dimana informasi disajikan dalam berbagai format mulai dari foto, video, audio dan teks. Kemudian multi channel, seluruh informasi tidak hanya disampaikan melalui radio siaran saja, namun diunggah melalui sosial seperti facebook, Instagram, live streaming, dll. Yang terakhir yaitu multi platform, dimana semua informasi program dakwah dapat diakses melalui perangkat khalayak masing-masing kapanpun dan dimanapun.

Kata Kunci : *Konvergensi, Radio Hidayah 103,4 FM, Audience.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Radio Hidayah 103.4 FM Pekanbaru Convergence in Expanding Audience Expansion

By: Rahmad Saleh Hasibuan

The emergence of the internet in the era of digitalization has made radio broadcasting media have to adapt to continue to exist, because people began to abandon conventional media and use one device for two activities at a time, for example accessing the internet and listening to radio. This phenomenon makes one of the conventional radios begin to lose its hearing, namely Radio Hidayah 103.4 FM, to survive, cover all listeners, and compete with other broadcast media industries in the era of digitalization. Radio Hidayah made changes, one of which was to take advantage of new technology, namely the internet by making changes from analog to digital radio, in the form of media convergence in order to maintain and expand the segmentation of its listeners. The purpose of this study was made to see the convergence of radio hidayah 103.4 FM Pekanbaru in expanding audience segmentation. Data collection techniques were carried out, namely interviews with the person in charge of broadcasting programs on radio hidayah 103.4 FM, direct observation to Hidayah's studio and also documentation owned by radio hidayah 103.4 FM then outlined the subject matter under study. Based on the results of the study, it was found that the radio convergence of 103.4 FM uses 3M, including multi-media where information is presented in various formats ranging from photos, videos, audio and text. Then multi-channel, all information is not only conveyed through broadcast radio, but uploaded via social such as Facebook, Instagram, live streaming, etc. Multi-platform, where all proselytizing program information can be accessed through the respective audience devices anytime and anywhere.

Keywords : *Convergence, Radio Hidayah 103.4 FM, Audience.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, dengan judul **“Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM dalam Memperluas Segmentasi Audience”**.

Penulis menyadari dalam pembuatan skripsi ini banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang diharapkan oleh penulis, terkadang dalam pembuatan skripsi ini menghadapi berbagai macam kendala namun dengan keridhaan Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis akhirnya dapat menghadapinya.

Keberhasilan penulis dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan semua pihak baik secara langsung maupun secara tidak langsung, untuk itu melalui karya ini penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Keluarga tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan do'anya mengharap keberhasilan kepada penulis yakni Ayahanda Letnar Hasibuan dan Ibunda Liliana beserta Kakanda Busrin, Usman dan Rasyid.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau beserta staf.
3. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Bagian Akademik dan Pengembangan Lembaga, Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Wakil Dekan III DR. Drs. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi bapak Artis, M.I.Kom yang memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Edison, S.Sos.,M.Kom, selaku pembimbing dalam penulisan Skripsi ini yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan nasehat serta kemudahan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis di bidang akademik.
8. Bapak/ibu Dosen yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
9. Staf Tata Usaha Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.
10. Terimakasih kepada Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dan Crew, Ustadz Abu Auni selaku penanggung jawab penyiaran Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru yang telah mengizinkan penulis untuk bisa melakukan penelitian dilokasi tersebut.
11. Paling terimakasih buat Hanim yang selalu menemani serta memberi dukungan dan do'a dalam menulis skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat penulis, (Kampret Squad), Bryan Adam, Tjandra Aji, M. Arif, dan Heru Sayembara yang telah sama-sama berjuang dari awal kuliah dan memberikan semangat kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 dan teman-teman BR B lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.

Harapan penulis semoga Allah SWT menerima amal kebaikan mereka dan membalasnya dengan kebaikan yang jauh lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa menambah khasanah ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 2 Desember 2022

Penulis

Rahmad Saleh Hasibuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

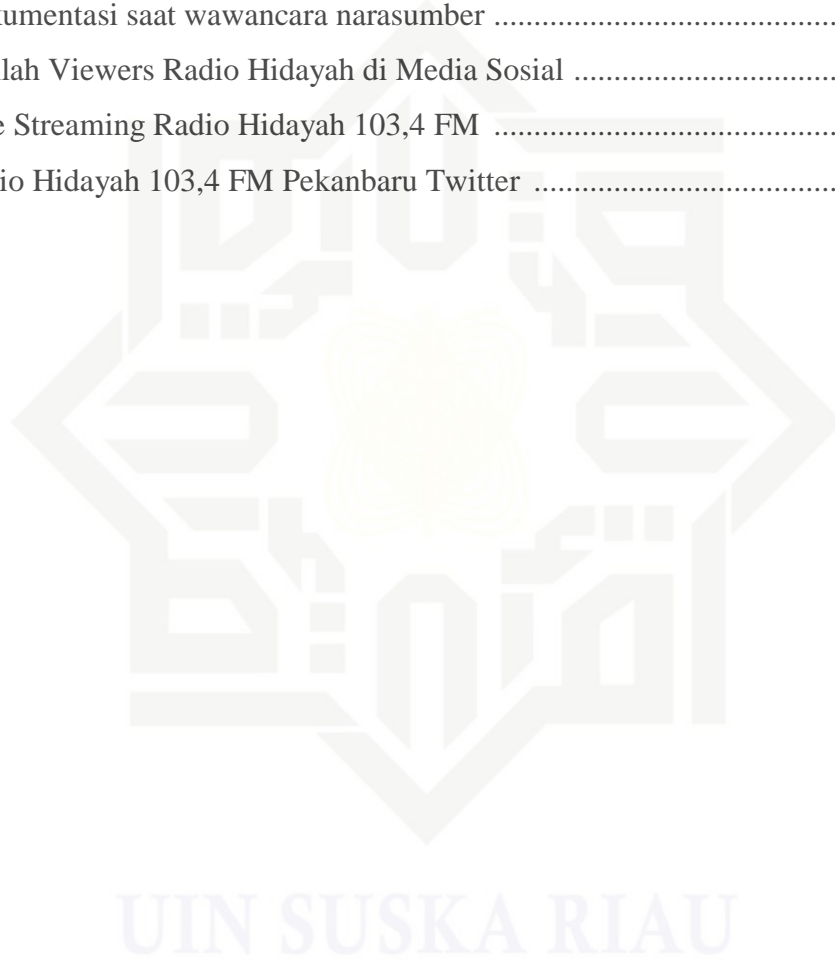
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Penegasan Istilah	6
1.3.Rumusan Masalah	6
1.4.Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.5.Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1. Kajian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	13
2.3. Kerangka Pikir	30
2.4. Konsep Operasional	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Desain Penelitian	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3. Sumber Data	35
3.4. Informan Penelitian	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Validasi Data	38
3.7. Teknik Analisis Data	38
BAB IV GAMBARAN UMUM	41
4.1. Sejarah Perkembangan Radio Hidayah 103,4 Fm Pekanbaru .	41
4.2. Data Media Radio Hidayah 103,4 FM	42

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3. Struktur Organisasi Radio Hidayah 103,4 FM	44
4.4 Logo Radio Hidayah 103,4 FM	45
4.5 Program Siaran Radio Hidayah 103,4 FM	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1. Hasil Penelitian	50
5.2. Pembahasan	57
BAB VI PENUTUP	64
6.1. Kesimpulan	64
6.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pikir	30
4.1 Struktur Organisasi Radio Hidayah 103,4 FM	45
4.2 Logo Radio Hidayah 103,4 FM	45
5.1 Dokumentasi saat wawancara narasumber	55
5.2 Jumlah Viewers Radio Hidayah di Media Sosial	57
5.3 Live Streaming Radio Hidayah 103,4 FM	59
5.4 Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru Twitter	51



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan pesat teknologi mempengaruhi kebutuhan hiburan dan informasi di arena publik. Hal ini tentunya membuat media penyiaran yang memiliki kapasitas sebagai sarana hiburan dan informasi merasa tersaingi oleh peningkatan teknologi ini. Media penyiaran harus dengan cara ini bereaksi terhadap perubahan mekanisme ini untuk bertahan di masyarakat, menggabungkan melalui konvergensi dengan inovasi web, dan memperluas organisasi untuk media penyiaran lingkungan, khususnya radio dengan frekuensi pendek. Demikian juga perkembangan web menyebabkan media penyiaran memiliki pesaing untuk mendapatkan iklan, meskipun iklan adalah salah satu jenis pendapatan untuk media penyiaran. Bagaimanapun, hari ini, banyak iklan ingin diperkenalkan di web, situs, atau media berbasis web. Akibatnya, konvergensi media muncul.¹

Radio merupakan salah satu sarana komunikasi yang luas disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan dan informasi. Selain itu, radio yang memiliki atribut alam, menyebabkan khalayak merasa bahwa informasi dan hiburan yang didapat lebih khusus. Selanjutnya, radio benar-benar ada meskipun ada media lain, web. Hal ini menunjukkan bahwa radio bagaimanapun dapat bersaing dengan media baru meskipun klien web di Indonesia terus meningkat dan membuat radio memiliki kesulitannya sendiri sebagai komunikasi yang luas untuk dilalui.

Selain sebagai media yang merupakan sumber hiburan dan informasi bagi masyarakat, Radio juga berdiri guna memperoleh pendengar sebanyak mungkin sehingga perspektif rating sangat diperhitungkan sebagai parameter gengsi suatu radio. Radio menjual jumlah pendengarnya kepada pengiklan.

¹ Trinovia, Anindita. "Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan", Jurnal Komunikasi, volume 12, Nomor 1, (Oktober 2017): 36



Jumlah pendengar yang banyak tersebut akan dijadikan pertimbangan besar untuk pengiklan guna menggunakan media tersebut.²

Di era media baru saat ini, radio perlu menyesuaikan diri dengan media baru karena orang banyak dapat mengakses web secara efektif dalam segala kondisi, didukung oleh kemajuan inovasi data yang cepat dan sederhana. Oleh karena itu, saat ini kita berada dalam masa konvergensi media, di mana orang banyak akan melakukan dua keigatan menggunakan satu gadget sekaligus, khususnya mengakses internet dan mendengarkan radio. Selain itu, untuk lebih dekat dengan audiens mereka, radio dapat melibatkan media baru sebagai panggung/*plaform*, dan akan lebih mudah bagi audiens untuk melacak data tentang radio kesayangan mereka.

Melalui keberadaan web yang dimanfaatkan radio, radio dapat memperluas jangkauan transmisinya. Hal ini karena bisnis media telah bergabung dengan web, sehingga menyebabkan radio bertemu di media. Untuk situasi ini, radio menggunakan web untuk aktif di situs, seperti halnya media online yang digunakan oleh masyarakat sehingga judul korespondensi antara masyarakat dan komunikasi luas saat ini bersifat interaktif, mengingat fakta bahwa masyarakat melalui media berbasis web adalah masyarakat yang aktif.

Oleh karena itu, media suara seperti radio dengan segala kelebihan dan kekurangannya harus memiliki pilihan untuk bertahan agar dapat bersaing dengan berbagai media, misalnya media elektronik, media online, dan media cetak yang begitu terkenal saat ini. Sebuah siaran radio harus memupuk sistem dan strateginya untuk memenangkan oposisi. Dengan cara ini, metodologi/strategi yang unik diperlukan dalam menangani radio untuk bertahan.³

Sebuah perubahan yang dialami radio pada masa konvergensi media saat ini, sebagai upaya untuk menumbuhkan pasar pendengar, radio akan secara

² Masduki, "Menata profesionalisme Reporter dan Penyiar", Jurnalisme radio, (Yogyakarta: LkiS, 2001): 9.

³ Fudy, Armi, "Stratei Komunikasi Radio El John 102,6 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pengiklan", JOM FISIP Vol.5, (1 Januari-Juni 2018): 3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

positif mengetahui strategi seperti apa yang akan digunakan untuk mendapatkan pasar sekelompok orang di tengah bisnis media yang sangat ramai saat ini. Oleh karena itu, radio membutuhkan suatu strategi untuk tetap berada di hati anggota audiensnya dan mendapatkan jaringan audiens yang lain.⁴

Kota Pekanbaru sendiri merupakan kota yang menciptakan media radio dengan cepat. Setiap radio di kota Pekanbaru memiliki pembagian audiens yang bergantian. Pembagian diperlukan agar stasiun dapat lebih siap melayani pendengarnya, mengatasi masalah dan keinginan kelompok sasaran.

Segmentasi atau pembagian pendengar terhubung erat dengan konten komunikasi yang luas. Ketika pendengar telah dikumpulkan sedemikian rupa, maka, pada saat itu, konten komunikasi yang luas digabungkan dan direncanakan untuk setiap klasifikasi dalam segmentasi. Secara keseluruhan, konten komunikasi yang luas dapat bergantung pada penentuan segmentasinya. Selain itu, Sandra Moriarty, dkk menjelaskan bahwa pemikiran di balik pembagian adalah bahwa pengumpulan individu yang ditunjuk oleh pengiklan akan dicirikan berdasarkan kualitas utama, khususnya biasanya segmen dan psikografis dan karakteristik ini menyebabkan mereka terlihat lebih sebanding. karakteristik ini juga akan mencirikan bagaimana mereka kontras dari kelompok lain yang mungkin diwaspadai untuk produk tersebut.⁵

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

⁴ Trinovia Anindita. "Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan", Jurnal Komunikasi, volume 12, Nomor 1, (Oktober 2017): 41.

⁵ Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, dan William Wells, *Advertising: Edisi Kedelapan*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 189.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk kreativitasnya kepada khalayak. Namun, juga harus bersaing untuk mempertahankan loyalitas khalayaknya. Dengan demikian, media massa harus mengikuti kemajuan teknologi informasi dengan menggunakan media konvensional dengan new media. Banyaknya pengakses new media pada saat ini, dapat dimanfaatkan media penyiaran terutama radio, untuk perluasan pasar audience.⁶

Ditengah banyaknya radio yang ada di Pekanbaru, radio Hidayah 103,4 FM adalah salah satu radio yang memanfaatkan berbagai media di era konvergensi saat ini. Untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang ada, new media atau media online dimanfaatkan radio Hidayah untuk lebih meyebarluaskan informasinya ke khalayak. Tak hanya itu, media juga digunakan untuk perluasan pendengar.

Radio Hidayah adalah salah satu radio swasta di pekanbaru yang telah berdiri sejak 14 tahun yang lalu. Selama perjalanannya, banyak perubahan-perubahan yang telah dilakukan seperti mengganti format siaran menjadi radio dakwah sepenuhnya. Di frekuensi 103, 4 FM, radio Hidayah sudah siap memberikan siaran-siaran islami. Dan kini Radio Hidayah telah menyiapkan dirinya untuk menghadapi era konvergensi media agar dapat mempertahankan khalayak ditengah ketatnya persaingan industry penyiaran khususnya di Pekanbaru.

Radio adalah media penyiaran yang bersifat sekilas, dalam artian apa yang telah disampaikan oleh penyiar tidak bisa diulang.⁷ Oleh sebab itu, agar pendengar tetap bisa menerima informasi yang telah disampaikan oleh penyiar, pada tahun 2010, radio Hidayah telah menggunakan media social facebook dengan akun Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru untuk menyebarkan info kahian dan program siarannya. Karena, pada saat itu new media sudah merambah ke masyarakat luas, sehingga radio Hidayah juga memanfaatkan media online agar dapat terus diterima oleh masyarakat. Dari facebook itulah, pendengar bisa membaca ulang informasi yang telah

⁶ Diyah Hayu Rahmitasari, *Manajemen Media di Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 231.

⁷ Romli, *Basic Announcing : Dasar-Dasar Siaran Radio*, 20.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disampaikan oleh penyiar. Di tahun 2016, seiring munculnya media online yang baru, Radio Hidayah juga tidak ingin kalah, dengan beralih menggunakan Instagram @radiohidayah tanpa meninggalkan Facebook. Dengan memiliki fungsi yang sama, yakni menyebarkan info-info kajian dan program siarannya yang dimiliki, dan menunjukkan aktivitas Radio Hidayah pada saat itu. Dengan adanya internet yang dimiliki radio, dapat memperluas jangkauan siaran. Sehingga membuat radio melakukan konvergensi media. Tidak berhenti sampai disitu, pada tahun 2018, Radio Hidayah sudah mulai menggunakan streaming atau siaran langsung dengan mengakses online radio box pada google untuk menjangkau pendengar yang lebih luas lagi hingga internasional.

Pada awal tahun 2019, Radio Hidayah juga membuat website <https://www.radiohidayah.com>, sehingga seluruh informasi mengenai radio dapat diakses dengan mudah di laman website yang dimiliki tersebut. Radio Hidayah 103,4 FM termasuk dalam salah satu radio yang dikenal oleh masyarakat Pekanbaru. Konvergensi media yang telah dilakukan oleh Radio Hidayah 103,4 FM, dapat membawa banyak perubahan, seperti komunikasi yang awalnya berjalan satu arah menjadi dua arah. Selain itu, dengan adanya alamat web untuk streaming, dapat memperluas jangkauan pendengar hingga luar kota. Adanya konvergensi yang telah dilakukan menawarkan setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi komunikator massa.⁸ Dengan begitu, tentunya peminat Radio Hidayah dapat meningkat.

Dalam era konvergensi media seperti ini, Radio Hidayah 103,4 FM tentunya memiliki strategi tersendiri agar dapat mempertahankan posisinya sebagai media penyiaran yang diminati dan memenuhi kebutuhan dalam berbagai bidang seperti teknologi, komunikasi, informasi, dan hiburan agar dapat bertahan dan dapat memperluas segmentasi audeincenya.

Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti bagaimana konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM dalam memperluas segmentasi audience.

⁸ *Loc Cit*, 231.



1.2 Penegasan Istilah

a. Konvergensi Media

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk diunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan. Penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi melalui internet.⁹

b. Segmentasi Audience

Segmentasi audien jika ditinjau dari perspektif audien penyiaran adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokkan audien kedalam kotakkotak yang lebih homogen. Segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju.¹⁰

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tulisan ini difokuskan pada konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam memperluas segmentasi audience.

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan yang berkenaan dengan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Mengetahui konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam memperluas segmentasi audience.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Praktis

1) Bagi Mahasiswa

⁹ Danriyanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, penyiaran, dan Teknologi Informasi : Regulasi dan Konvergensi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 269.

¹⁰ Fudy, Armi, "Strategi Komunikasi Radio El John 102,6 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pengiklan", JOM FISIP Vol.5, (1 Januari-Juni 2018):7.

Dapat mengetahui gambaran penerapan teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan penerapannya.

2) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau

Dapat menjalin hubungan kerja sama dengan Radio Hidayah 103,4 FM. Memperoleh informasi dari Radio Hidayah 103,4 FM tentang memperluas segmentasi audience.

3) Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau.

b. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat khususnya untuk mahasiswa. Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) sebagai wacana dalam bahan penelitian mengenai konvergensi media dan sebagai informasi yang sewaktu-waktu dapat dikembangkan melalui diskusi atau seminar.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Kajian Teori, Kajian Terdahulu, Kerangka Pikir, dan Konsep Operasional.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validasi Data, dan Teknik Analisis Data.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB IV : GAMBARAN UMUM (SUBJEK PENELITIAN)

Menjelaskan tentang sejarah profil, visi dan misi, dan struktur organisasi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

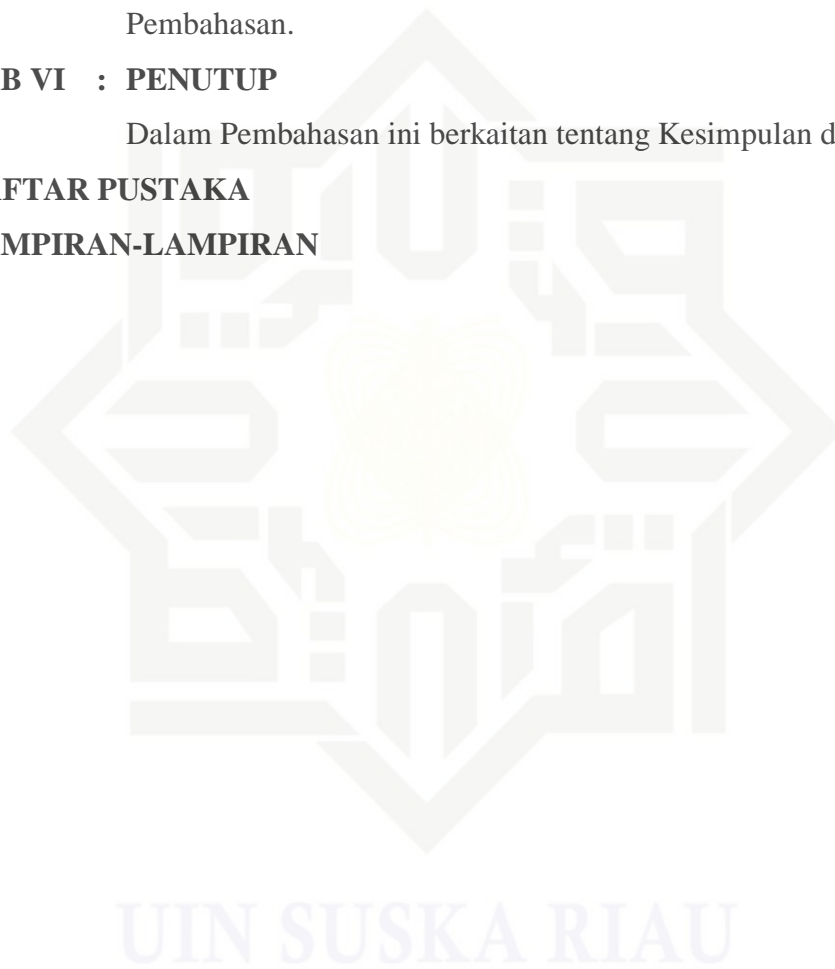
Dalam pembahasan ini berkaitan tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Dalam Pembahasan ini berkaitan tentang Kesimpulan dan Saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang “Strategi konvergensi radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam memperluas segmentasi audience melalui iklan” adalah:

- 1) Penelitian terdahulu oleh Embar Putri Widyastuti tahun 2020 yang berjudul “Konvergensi Siaran Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dari Radio Analog Menjadi Radio Digital. Penelitian ini membahas tentang Radio Green yang melakukan konvergensi siaran dari analog menjadi radio digital dengan menggunakan pemancar sekarang bersiaran melalui website dengan aplikasi streaming. Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas konvergensi media. Adapun perbedaannya, terletak pada subjek, lokasi, dan waktu. Penelitian Embar memilih Radio Green dengan membahas perubahan radio dari analog menjadi radio digital, sedangkan penelitian ini memilih Radio Hidayah 103,4 FM sebagai subjeknya. mengenai waktu Embar dilakukan pada tahun 2020. Sementara penelitian ini dilakukan pada tahun 2022.¹¹
- 2) Skripsi yang berjudul “Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandung”, karya Bayu Nurullah, mahasiswa Universitas Pasundan. Skripsi ini mengetahui bagaimana praktik konvergensi kontinum di Radio Republik Indonesia yang ada di Bandung. Dalam konvergensi kontinum yang meliputi lima tahapan yaitu Cross Promotion, Content Sharing, Competition, dan Full Coverage. Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas konvergensi media. Adapun perbedaannya, terletak pada subjek, lokasi, dan waktu. Penelitian bayu nurullah memilih Radio

¹¹ Embar Putri Widyastuti, *Konvergensi Siaran Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dari Radio Analog Menjadi Radio Digital*, (Pekanbaru: Universitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Republik Indonesia dengan membahas motif serta tindakan konvergensi media, sedangkan penelitian ini memilih Radio Hidayah 103,4 FM sebagai subjeknya. mengenai waktu dan lokasi penelitian Bayu Nurullah dilakukan di Bandung pada tahun 2019. Sementara penelitian ini dilakukan di Pekanbaru pada tahun 2022.¹²

- 3) Skripsi yang berjudul “Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95,6 FM Pekalongan Melalui Media Online”. Karya Eko Agus Prasetyo, mahasiswa UIN Walisongo. Skripsi ini membahas tentang strategi konvergensi Radio Walisongo melalui media online dalam mempertahankan media konvensional dan untuk menghadapi persaingan industri media radio yang memanfaatkan teknologi baru yaitu internet. Skripsi ini dengan penelitian peneliti memiliki kesamaan yaitu sama-sama membahas konvergensi media. Adapun perbedaannya, terletak pada subjek, lokasi, dan waktu. Penelitian Eko ini memilih Radio Walisongo 95,6 FM dengan membahas memanfaatkan teknologi baru yaitu internet untuk tetap bertahan hidup, mengcover semua pendengar, dan bersaing dengan industri media penyiaran lainnya di era digitalisasi, sedangkan penelitian ini memilih Radio Hidayah 103,4 FM sebagai subjeknya. mengenai waktu dan lokasi penelitian Eko dilakukan di Pekalongan pada tahun 2020. Sementara penelitian ini dilakukan di Pekanbaru pada tahun 2022.¹³
- 4) Penelitian terdahulu oleh Imasnyti Ciptanti Devi. Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo. Strategi Konvergensi Radio Songgolangit Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri dan mengetahui implikasi dari praktik konvergensi pada Radio Songgolangit FM di Ponorogo.

¹² Bayu Nurullah, “*Konvergensi Media Radio Republik Indonesia (RRI) di Bandung*”, (Universitas Pasundan, Bandung 2019).

¹³ Eko Agus Prasetyo, “*Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95,6 FM Pekalongan Melalui Media Online*”, (UIN Walisongo, Pekalongan 2020).



Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian jenis deskriptif yaitu penelitian yang dimaksud untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data seperti menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi. Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan tentang strategi konvergensi media pada Radio Songgolangit FM di tengah persaingan industri penyiaran.¹⁴

- 5) Penelitian tedahulu oleh Ermanatu Rosidah, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang. Komunikasi Pemasaran Radio Xchannel 103.2 Fm Di Era Konvergensi Media. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui Latar Belakang yang mendasari Radio Xchannel 103.2 FM dalam melakukan Konvergensi Media. (2) Untuk mengetahui Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Radio X channel 103.2 FM di Era Konvergensi Media. (3) Untuk mengetahui Dampak dan Hasil Konvergensi Media pada Radio Xchannel 103.2 FM. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan Dokumentasi yang relevan dengan objek penelitian. Selanjutnya data yang diperoleh diolah secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi Pemasaran Radio X Channel 103.2 FM di era Konvergensi Media yaitu melalui Periklanan, promosi penjualan, Hubungan Masyarakat, dan personal selling. Penelitian ini juga menemukan latar Belakang Radio X Channel 103.2 FM melakukan Konvergensi media dan Dampak Konvergensi Media pada Radio X channel 103.2 FM. latar Belakang yaitu penyesuaian zaman, Pendengar yang kini telah menggunakan media sosial, adanya kebutuhan pendengar dan Pengiklan akan beberapa fungsi teknologi yang baru. Dampaknya yaitu tidak adanya Penurunan jumlah Pemasang Iklan, Adanya Penambahan Bonus dengan Harga yang sama, meluasnya Coverage Area yang tidak terbatas,

¹⁴ Imasnyti Ciptanti Devi, “Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo”, (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

banyaknya Feedback dari audience melalui Pesan di Sosial Media Instagram.¹⁵

- 6) Penelitian terdahulu oleh Tyas, Widi Wahyuning Universitas Islam Sultan Agung. *Konvergensi Media Di Radio Gajahmada FM*. Untuk mengetahui bagaimana penerapan konvergensi media di radio Gajahmada FM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara digambarkan atau dideskripsikan dalam bentuk katakata. Sedangkan jenis penelitian yang dipilih untuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan mendeskripsikannya. Jenis penelitian ini memberi ruang kepada peneliti untuk menggambarkan secara luas dan terperinci tentang temuan penelitian di lapangan. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif searah dengan rumusan masalah karena akan menjawab pertanyaan yang dikemukakan dalam rumusan masalah tersebut.¹⁶
- 7) Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky Afrionades, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Strategi Radio Aditya 87,6 Fm Pekanbaru Dalam Mendesain Tagline*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi radio aditya 87,6 fm pekanbaru dalam mendesain tagline. Terdapat kesamaan dengan yang penulis teliti yaitu bagaimana strategi dalam memperluas segmentasi audience. Bagaimana cara untuk memancing pendengar.¹⁷

¹⁵ Ermanatu Rosidah, “*Komunikasi Pemasaran Radio Xchannel 103.2 Fm Di Era Konvergensi Media*”, (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang).

¹⁶ Tyas, Widi Wahyuning, “*Konvergensi Media Di Radio Gajahmada FM*”, (Universitas Islam Sultan Agung.).

¹⁷ Rizky Afrionades, “*Strategi Radio Aditya 87,6 Fm Pekanbaru Dalam Mendesain Tagline*”, (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konvergensi Media

1) Pengertian dan perkembangan konvergensi media

Konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk diarahkan kedalam satu titik tujuan. Penyatuan berbagai layanan dan teknologi komunikasi serta informasi melalui internet. Ekspresi pada media massa populer menjadikan pemahaman yang lebih mudah tentang konvergensi bagi konsumen pada umumnya tidak hanya kepada kegiatan industry komputasi, telekomunikasi, dan penyiaran untuk memasuki pasar masa depan. Konvergensi dipahami pula sebagai menyatunya layanan 4C yaitu communication, computer, contents, dan community.¹⁸

Sejak 1990-an istilah konvergensi sering umum dipakai dalam perkembangan teknologi digital, integrase teks, angka, bayangan, dan suara-suara yang berbeda dalam media. Pada tahun 1970, kata konvergensi digunakan dengan merujuk pada banyak hal isinya, sebagai suatu interaksi computer dan perangkat telekomunikasi. Sehingga sempat muncul istilah yang kurang tepat yaitu “Communications” yang merupakan deskripsi yang lebih dahulu muncul.¹⁹

Istilah konvergensi digunakan untuk bersatunya industry media dan telekomunikasi. Konvergensi pada umumnya berarti persimpangan media lama dan baru. Henry Jenkins menyatakan bahwa konvergensi adalah aliran konten di platform beberapa media. Konvergensi media tidak hanya pergeseran teknologi atau proses teknologi, namun juga termasuk pergeseran dalam paradigm industry, budaya, dan social yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru. Gerakan konvergensi media tumbuh secara khusus dari munculnya internet dan digitalisasi.²⁰

¹⁸ Danrivanto Budhijanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknoloi Informasi: Regulasi dan Konvergensi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), 269.

¹⁹ *Ibid.* 270.

²⁰ <https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensimedia> diakses pada 5 september 14.25 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya.

Memasuki tahun 2000, perkembangan teknologi informasi (TI) mulai merambah ke Indonesia sehingga tren TI pun muncul. TI telah menghadirkan media baru dalam penyebaran informasi, yaitu media digital.²¹ Konvergensi media yang mengusung konsep penyatuan berbagai layanan informasi dalam satu piranti informasi membuat informasi berkembang dengan sangat cepat dan tanpa ada batas yang bias menghalangi individu terkena terpaan arus informasi tersebut (exposure). Media konvensional, bukan tidak mungkin akan mati di masa mendatang, ketika semua orang berbondong-bondong untuk memilih media digital yang lebih efisiensi untuk mendapatkan informasi, secara otomatis segala macam bentuk periklanan juga akan beralih ke media digital karena tuntutan dari konsumen tersebut.

Konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, gaya hidup dan khalayak. Konvergensi memberikan kesempatan baru kepada public untuk memperluas pilihan akses media sesuai selera mereka. Dari sisi ekonomi media, konvergensi berarti peluang-peluang profesi baru di dunia industry komunikasi.

2) Strategi Konvergensi Media

Konvergensi media yang menuntut perubahan system pada perusahaan media massa memunculkan cara untuk beradaptasi. Yakni dengan menggunakan strategi media konvergensi. Kekuatan konten dalam media massa harus diperkuat dengan strategi 3M dalam mengembangkan bisnis. 3M ini sekaligus menjadi unsur-unsur dari konvergensi media. Strategi ini berpengaruh pada proses pembuatan produk atau konten pada media massa dan pada khalayak. 3M ini antara lain:

²¹ *Ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. Multimedia. Sebuah media membuat dan menyediakan informasi dalam berbagai format teks, foto, animasi, audio, atau video. Dengan penguatan multimedia ini, khalayak akan semakin tertarik dan kebutuhan akan informasinya semakin terpenuhi.
 - b. Multichannel. Menggunakan berbagai metode dan anal distribusi informasi, baik melalui fisik maupun digital. Misalnya, selain mendengarkan siaran radio untuk mendapatkan informasi, khalayak dapat mengakses internet untuk mendapatkan informasi yang sama. Hal tersebut didukung dengan banyaknya media yang untuk mengkonsumsi sebuah informasi.
 - c. Multiplatform. Menggunakan berbagai macam perangkat untuk mengakses informasi, seperti smartphone, televisi, youtube, Facebook, dan sebagainya. Sehingga multiplatform ini memiliki keleluasan bagi khalayak untuk memilih perangkat yang dimilikinya untuk mengakses informasi.²²
- 3) Dimensi Konvergensi Media
- a. Ownership Convergence. Konvergensi ini mengacu kepada kepemilikan perusahaan media besar atas beberapa jenis media. Misalnya, sebuah perusahaan media yang menjadi induk dari media cetak, media online, dan media penyiaran.
 - b. Tactical Convergence. Konvergensi ini merupakan bentuk trik atau cara kerja sama dengan melakukan promosi silang serta pertukaran informasi yang diperoleh dari media-media yang berkonvergen atau bekerja sama. Misalnya, liputan khusus sebuah surat kabar dipromosikan di televisi atau sebaliknya, program khusus televisi diiklankan di surat kabar dan online.
 - c. Structural Convergence. Konvergensi ini membutuhkan redesign pembagian kerja dan strukturisasi organisasi di tiap media yang sudah menjadi bagian dari konvergensi. Struktur organisasi dan job

²² Deby Rizky Susilo, *Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id*, (Lampung: Universitas Lampung, 2019), 27-28.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

description yang sudah mengimplementasikan konvergensi didata ulang dan disesuaikan dengan kebutuhan konvergensi.

- d. Information gathering convergence. Jenis konvergensi ini terjadi ketika para jurnalis yang disebut sebagai backpack journalist atau jurnalis yang memiliki keterampilan bekerja di lebih satu jenis media diharapkan dapat mengumpulkan data, mengolah dan menyajikan data dalam berbagai platform. Dengan kata lain, jurnalis wajib melaporkan hasil liputannya ke dalam platform yang berbeda. Bisa ke platform cetak, televise maupun online.
 - e. Storytelling Convergence. Bentuk konvergensi ini menuntut keterampilan jurnalis dalam mengemas berita sesuai dengan foto, video, maupun grafis.²³
- 4) Teori Konvergensi Media

Ahli teori media yang bernama Henry Jenkins berpendapat bahwa konvergensi bukanlah hasil akhir namun sebuah proses yang mengubah bagaimana media diproduksi dan dikonsumsi. Teori konvergensi media yang diteliti oleh Henry Jenkins pada tahun 2006, menyatakan bahwa konvergensi media merupakan proses yang terjadi sesuai dengan perkembangan budaya masyarakat.

Penelitian Jenkins telah difokuskan pada konsep “Konvergensi Media”, berargumen bahwa teknologi sederhana berfokus tentang bagaimana individu dalam kontemporer budaya sendiri memasuki dan menggabungkan banyak sumber-sumber media yang berbeda menawarkan pemahaman yang jauh lebih kaya hubungan antara bentuk media yang berbeda.²⁴

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

- a. Konvergensi ekonomi

²³ https://id.wikipedia.org/wiki/Konvergensi_media diakses pada 5 September 2021 14.25 WIB.

²⁴ https://id.wikipedia.org/wiki/Henry_Jenkins diakses pada 5 September 2021 13.36 WIB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Terjadi ketika sebuah perusahaan mengontrol beberapa produk atau layanan dalam industry yang sama.

b. Konvergensi social

Terjadi ketika seseorang mengakses media konvensional secara daring dan pada saat yang sama melakukan komunikasi online berupa bertukar pesan teks dengan teman sekaligus juga mendengarkan music.

c. Konvergensi teknologi

Menyatunya berbagai teknologi yakni ketika satu atau lebih media yang berbeda di transformasikan ke dalam bentuk digital.

d. Konvergensi budaya

Terjadi ketika berbagai kisah mengalir ke berbagai macam bentuk media adalah satu komponen. Misalnya, sebuah novel yang menjadi serial televisi seperti *Band of Brother*.

e. Konvergensi global

Proses pengaruh budaya yang berjarak jauh secara geografis terhadap budaya lainnya.²⁵

2.2.2 Konvergensi Radio

1) Pengertian dan sejarah singkat Radio

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bias juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).²⁶

Sejarah radio diawali dengan penemuan-penemuan di bidang fisika pada Abad XIX M. ada sejumlah nama yang bias dikatakan sebagai pelaku sejarah radio. Mereka yang secara langsung ataupun tidak langsung menjadi “foundating fathers” atau bapak-bapak pendiri atau

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Asep Syamsul M. Romli, *Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 12.



penemu radio ini antara lain Michael Faraday, James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marconi, Nikola Tesla, David Sarnoff, Lee De Forest, Frank Conrad, dan Edwin Howard Armstrong.²⁷

Sejarah penemuan radio dimulai di Inggris dan Amerika Serikat. Donald Mc. Nicol dalam bukunya *Radio's Conquest of space* menyatakan bahwa terkalakannya ruang angkasa oleh radio dimulai tahun 1802 oleh Dane, yaitu ditemukannya suatu pesan dalam jarak pendek dengan menggunakan alat sederhana berupa kawat beraliran listrik. Penemuan berikutnya adalah oleh tiga orang cendekiawan muda, yakni James Maxwell yang dijuluki *Scientific father of wireless*, karena berhasil menemukan rumus-rumus yang diduga mewujudkan gelombang elektromagnetik yakni gelombang yang digunakan radio dan televisi yang merambat pada kecepatan cahaya.

Barulah pada tahun 1912 Edwin Howard Armstrong menemukan penguat gelombang radio disebut *radio amplifier*. Alat ini bekerja dengan cara menangkap sinyal elektromagnetik dan transmisi radio dan memberikan sinyal balik dari tabung suara yang ditangkap juga jauh lebih kuat sehingga bias didengar langsung tanpa menggunakan earphone. Penemuan ini kemudian menjadi sangat penting dalam sistem komunikasi radio karena jauh lebih efisien dibandingkan alat terdahulu. Meskipun demikian hak paten atas *amplifier* jatuh ke tangan Dr. Lee De Forest.²⁸

Penggunaan radio sebagai alat atau media komunikasi massa pada awalnya diperkenalkan oleh David Sarnoff pada tahun 1915. Selanjutnya Lee De Forest melalui eksperimen siaran radionya, yang telah menyiarkan kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat pada tahun 1916, sehingga ia dikenal sebagai pelopor penyiaran radio. Awalnya sinyal pada siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yang kontinu baik melalui modulasi amplitude (AM), maupun modulasi frekuensi (FM). Metode

²⁷ *Ibid*, 12-16.

²⁸ *Ibid*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pengiriman sinyal seperti ini disebut analog. Selanjutnya, seiring perkembangan teknologi ditemukan internet, dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi sinyal radio.²⁹

Sampai pada Awal Kemerdekaan RI, radio siaran masih dikuasai oleh Jepang hingga ketika Bung Karno dan Bung Hatta memproklamasikan kemerdekaan Indonesia berita ini tidak dapat disiarkan secara langsung melalui radio siaran. Akan tetapi akhirnya berita proklamasi Kemerdekaan Indonesia dapat dikumandangkan diudara melalui radio siaran station call “Radio Indonesia Merdeka”. Radio pertama yang berdiri dan menjadi milik Indonesia setelah kemerdekaan adalah Radio Republik Indonesia, yang didirikan pada 11 September 1945. Sampai akhir tahun 1966, RRI menjadi satu-satunya radio siaran di Indonesia yang dikuasai dan dimiliki oleh pemerintah.³⁰

Pada masa awal Orde Baru, sekitar 1966-1968, radio swasta mulai tumbuh di Indonesia yang keberadaannya mengikuti berbagai ketentuan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah. Adapun payung hukum bagi keberadaan radio siaran swasta nasional Indonesia mengacu pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 1970 tentang Radio Siaran Non Pemerintah. Dikutip dari laman radio PRSSNI disebutkan bahwa dalam PP tersebut diatur mengenai fungsi, hak, kewajiban, dan tanggung jawab radio siaran, syarat penyelenggaraan, perizinan, dan pengawasannya.³¹

Pada tanggal 16-17 Desember 1974, diselenggarakan Kongres Pertama Radio Siaran se-Indonesia di Jakarta yang dihadiri oleh perwakilan dari 173 radio siaran swasta dari 34 kota di 12 provinsi yang ada di Indonesia. Kongres tersebut menghasilkan keputusan dibentuknya sebuah organisasi bagi radio siaran swasta di Indonesia yang dinamakan

²⁹ Ardianto Elvirano, *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 1986), 117-119.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Herley Prayuda, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, (Jakarta: Bayu Media, 2000), 23-25.



Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia atau PRSSNI. Kemudian pada tahun 1983 diselenggarakan Munas ke IV PRSSNI di Bandung dan menghasilkan keputusan penggantian istilah “Niaga” dengan “Nasional”. Sehingga PRSSNI menjadi Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia.³²

2) Radio lama dan radio baru

Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio siaran suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikan akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar.

Radio dipandang sebagai the fifth state (kekuatan kelima) setelah Lembaga eksekutif (pemerintah, legislative (parlemen), yudikatif (Lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu antara lain karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, dan memiliki daya tarik tersendiri.³³

Meskipun tergolong media tradisional, namun radio memiliki keunggulan sehingga dapat terus bertahan. Keunggulan radio antara lain:

- a. Cepat dan langsung. Radio merupakan media atau saluran komunikasi tercepat. Sebagai contoh, hanya dengan melalui telepon reporter radio bisa secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang ada di lapangan.
- b. Akrab. Radio sangat akrab dan dekat. Karena penyiar berbicara dengan gaya seolah-olah bercakap-cakap dengan teman dekatnya.
- c. Personal. Radio bisa mnejadi teman karena mampu menyentuh pribadi pendengar. Pembicaraannya langsung menyentuh aspek pribadi.
- d. Hangat. Paduan kata-kata informal, music dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.

³² *Ibid.*

³³ Asep Syamsul M. Romli, *Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), 17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Sederhana. Radio tidak rumit, tidak banyak pernik-pernik untuk pendengar maupun pengelolanya.
- f. Tanpa batas. Jangkauan wilayah siaran radio luas dan mampu menembus batas-batas geografis, demografis, SARA, dan kelas social.
- g. Murah. Dibandingkan media massa lain, radio adalah media yang paling murah. Pendengar tidak dipungut biaya sepeser pun untuk mendengarkan radio.
- h. Fleksibel. Siaran radio bisa didengarkan sambil melakukan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain. Selain itu juga mudah dibawa kemana saja.³⁴

Namun, dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki radio, media massa konvensional ini juga memiliki kekurangan bagi khalayak, diantaranya:

- a) Selintas, At Once. Dapat diakses cepat dan seketika, selain itu juga mudah hilang serta mudah dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang dikatakan oleh penyiar.
- b) Global. Sajian informasi radio bersifat global dan tidak mendetail. Seperti halnya angka-angka akan dibulatkan, untuk mempermudah pembacaan penyiar.
- c) Batasan waktu. Waktu siaran radio relative terbatas. Selama 24 jam, radio hanya beroperasi selama kurang lebih 18 jam atau lebih, meskipun ada yang selama 24 jam.
- d) Linier. Program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat.
- e) Mengandung gangguan. Radio bisa timbul gangguan seperti timbul-tenggelam (fading) dan gangguan teknis “channel noise factor”.
- f) Local. Radio bersifat local, hanya bisa didengarkan di daerah yang ada frekuensinya.³⁵

³⁴ *Ibid.*, 19-20

³⁵ *Ibid.*, 21.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Radio perlu bertransformasi untuk mngerak pasar baru dan bertahan dari derasnya arus perkembangan teknologi, agar keunggulan radio semakin berkembang pula dan beberapa kelemahan bisa diatasi. Awalnya, sebelum berkembangnya era diitalisasi, sebuah media massa khususnya radio hanya bisa dinikmati oleh pendengar yang berada satu wilayah dengan radio tersebut. Karena sebuah radio ada pembatasan untuk jangkauan pendengar. Sehingga orang yang berada dengan jarak cukup jauh tidak bisa mengaksesnya. Saat ini, radio peril beradaptasi sesuai perkembangan zaman.

Dengan memanfaatkan media baru, merupakan langkah agar radio tetap teak berdiri, bisa menjadi medium baru untuk memanbah jangkauan pendengar radio yang tidak hanya focus pada siaran udara (on air) tetapi juga konten digital. Media baru terus berubah dan berkembang seiringberjalannya waktu. Salah satu perkembangan media baru yang pesat adalah pada saat terjadinya digitaliusasi. Kemunculan internet sangat berperan dalam hubungan digitalisasi dengan media baru. Internet merupakan medium yang mampu mengkonvergensikan seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu, yang berfokus pada proses komunikasi. Bila dikaitkan dengan perkembangan media baru, kemunculan internet berperan dalam melahirkan media online yang sempat booming.³⁶

Internet pada dasarnya bukan pesaing radio, namun radio bisa memanfaatkan internet untuk merubah bentuk lain menjadi radio streaming, atau video streaming dan mengembangkan konten di berbagai media. Selain itu, inovasi konten menjadi strategi untuk mempertahankan pendemgar radio masa kini. Tidak hanya bagi pendengar saja, namun para konsumen pemasang iklan juga turut bisa merasakan inovasi baru dengan memanfaatkan media social. Dengan baegitu, radio pun di dengarkan kapan saja dan dimana saja dengan memanfaatkan jaringan internet

³⁶ Septiawan Santana Kurnia, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), 16.



melalui gadget, yang dinamakan via streaming. Pendengar bisa memilih edisi mana yang akan didengarkan. Sehingga, sebuah radio yang merupakan media massa tradisional bisa terus mendapatkan tempat bagi pendengarnya, karena bisa mengikuti tuntutan konvergensi media.

3) Tantangan radio

Seiring perkembangan zaman, tentunya perkembangan teknologi yang digunakan untuk menghadapi era konvergensi harus semakin pesat. Di era konvergensi media saat ini, tantangan radio semakin kuat. Radio harus bisa berinovasi mengikuti perkembangan zaman, agar bisa merangkul pasar yang lebih luas. Era konvergensi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Tantangan demi tantangan pada era konvergensi pun semakin banyak. Munculnya era konvergensi berkaitan dengan pesatnya media baru atau internet dengan penggunaan gadget.³⁷

Fenomena melejitnya internet dan era konvergensi media dapat dikaitkan sebagai salah satu budaya populer di kalangan masyarakat Indonesia, sebab masyarakat kini mulai mengandalkan internet sebagai salah satu sumber penerimaan informasi yang utama, menggeser posisi dari radio. Radio yang merupakan media massa konvensional dianggap sudah jauh ketinggalan dibandingkan dengan media yang lainnya dan seiring perkembangan teknologi, radio memiliki berbagai perubahan. Media konvensional seperti radio berubah menjadi media konvergensi. Hal tersebut lah yang membuat radio memiliki tantangan untuk bersaing dengan media massa lain. Sementara itu, khalayak atau public merupakan factor perubahan tantangan-tantangan yang dihadapi oleh radio karena khalayak akan memilih radio yang sesuai kebutuhan mereka.³⁸

Di sisi lain, perkembangan internet saat ini juga menjadi tantangan besar bagi radio. Banyaknya masyarakat yang memilih menggunakan

³⁷Supadiyanto, *Pengantar Jurnalisme Konvergentif*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press: Yogyakarta, 2020), 182-183.

³⁸<https://meisyanc.wordpress.com/1016/06/06/tantangan-radio-di-indonesia/>, diakses pada 21 Juni 2021, pukul 16.34 WIB.



internet karena dianggap lebih mudah mengakses apapun tidak hanya audionya saja melainkan juga audio visual. Tantangan radio yang lain, juga ada pada masalah biaya, dimana banyak radio yang memiliki program bagus namun, karena tidak ada biaya maka program tidak terealisasikan. Tak hanya itu, persaingan dengan radio lain yang memanfaatkan jaringan internet atau disebut radio streaming juga menjadi tantangan tersendiri bagi radio. Tidak cukup sampai disini, sulitnya mendapat pengiklan juga dikeluhkan oleh beberapa radio. Banyak pengiklan yang lebih memilih memasang di media konvensional lain seperti televisi dan Koran, agar produknya dapat dilihat. Sehingga, radio harus benar-benar bisa memanfaatkan era konvergensi dengan penggunaan teknologi internet agar dapat merangkul seluruh pendengar dan pasar.³⁹

Melihat banyaknya tantangan radio saat ini, perlu adanya strategi untuk bisa terus mempertahankan eksistensi radio sebagai media massa dan media komunikasi masyarakat di tengah konvergensi media. Strategi yang perlu dilakukan juga berasal dari faktor internal bagaimana sebuah komitmen dan kerjasama yang baik dalam tim untuk membuat program-program radio sangat berpengaruh terhadap kinerja dan kualitas radio. Mengelola radio yang akan datang akan menjadi tantangan yang lebih besar bagi industri radio di Indonesia. Perlu adanya Inovasi yang kreatif di tengah konvergensi media.

2.2.3 Segmentasi Audience

Pada awal perkembangan industri penyiaran di Indonesia, pengelola media penyiaran pada umumnya membidik audien hanya berdasarkan perkiraan saja. Perusahaan hanya memperkirakan saja siapa kira-kira audiennya dan apa yang sekiranya dibutuhkan oleh audien. Tentunya hal ini membuat segala sesuatunya ditentukan dari sisi pihak pengelola itu sendiri. Perusahaan memposisikan diri seolah-olah adalah audien. Padahal mengetahui apa saja kebutuhan audien merupakan hal yang penting karena

³⁹ C. Suprapti Dwi Takariani, "Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi", *Ilmu Komunikasi*, I (2013), 27-28.



pelaku media massa tidak akan bisa hanya sekadar menghadirkan sebuah program penyiaran saja tanpa tahu apa yang diinginkan oleh audien.

Seluruh strategi pemasaran dibangun berdasarkan segmentation (segmentasi), targeting (pembidikan), dan positioning (penetapan posisi). Perusahaan mencari sejumlah kebutuhan yang dibutuhkan audien dan kelompok audien yang berbeda di pasar, membidik kebutuhan audiennya, dan memposisikan sedemikian rupa sehingga sasaran audien dapat mengenal program dan ciri khas perusahaan.

Penerapan segmentasi audien tidak akan bisa diterapkan hanya berdasarkan sebuah perkiraan secara terusmenerus. Suatu masyarakat akan selalu mengalami perubahan, begitu juga dengan kebutuhan audien, hingga perkembangan media massa yang selalu berubah. Setiap perusahaan media massa harus memahami akan perubahan yang terjadi di sekitar lingkungannya dengan melakukan pengamatan lingkungan. Apalagi dengan persaingan media penyiaran yang semakin ketat harus membuat pelaku media massa harus bisa menarik perhatian audien. Padahal melihat pada khalayak secara umum sangatlah luas dan kebutuhan audien juga sangat luas. Akan sangat sulit untuk bisa memenuhi kebutuhan semua audien akan informasi karena pendengar terlalu beragam. Sehingga media penyiaran memerlukan sebuah segmentasi audien.

1) Pengertian Segmentasi

Menurut Kotler menyatakan bahwa segmentasi adalah suatu kegiatan untuk mengidentifikasi dan membagi pembeli atau konsumen pada kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan sehingga terjadi pengelompokan dengan ciri-ciri tertentu. Pengelompokan ini bertujuan adanya pelayanan yang sesuai dengan kriteria yang dimiliki oleh konsumen, melalui program-program pemasaran yang strateis.⁴⁰

Audien Segmentasi audien adalah strategi yang sangat penting untuk memahami audien penyiaran dan pemasaran program. Eric

⁴⁰ Warter Agustim, "Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning Melalui Program Siaran Pada Radio Mitra 97,0FM", 2.



Berkowitz dan rekannya mendefinisikan segmentasi pasar sebagai “dividing up a market into distinct groups that (1) Have common needs (2) Will respond similiary to a market action”. (membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang jelas (1) Memiliki kebutuhan yang sama (2) Memberikan respon yang sama terhadap suatu tindakan pemasaran.

Ditinjau dari perspektif audien penyiaran, segmentasi pendengar adalah suatu kegiatan untuk membagi audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Media penyiaran harus memilih segmen audien yang akan menjadi fokus perhatian media penyiaran bersangkutan setelah melakukan evaluasi terhadap berbagai peluang yang ditawarkan sebagai segmen audiens penyiaran. Segmen yang dipilih dapat hanya terdiri dari satu segmen atau lebih dari satu dimana media penyiaran harus menentukan tujuan dan sasaran berdasarkan target audiens yang sudah dipilih serta apa yang diharapkan untuk dicapai pada audiens tersebut.

Menurut peneliti segmentasi audien adalah suatu kegiatan untuk membagi audien agar lebih jelas dan fokus dalam menentukan program dan segmennya.

- 2) Dasar-dasar melakukan segmentasi audien
 - a. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis pada dasarnya adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan misalnya: usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan audiens, tingkat penghasilan, agama, suku dan sebagainya.⁴¹ Bersandarnya para pemasar terhadap karakteristik demografis ini karena mereka sering kali terkait erat dengan kebutuhan dan perilaku beli para konsumen serta dapat langsung diukur.⁴²

Data demografi dibutuhkan antara lain untuk mengantisipasi perubahan-perubahan audiens menyangkut bagaimana media penyiaran menilai potensi audiens yang tersedia dalam setiap area

⁴¹ Morissan, Periklanan: *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010): 59.

⁴² Monle Lee dan Carla Johnson, *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global* (Jakarta: Prenada, 2004): 90.



geografi yang dapat dijangkau. Variabel-variabel demografi dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Usia

Program seringkali menggunakan segmentasi ini dalam menjangkau audiens yang diinginkan sehingga kita dapat mengetahui program untuk audiens anak-anak, remaja, muda, dewasa, dan seterusnya.

b) Jenis Kelamin

Merupakan variabel berikutnya dalam segmentasi demografis. Banyak produk menggunakan pendekatan jenis kelamin dalam membedakan audiens sebagai target market dalam periklanan. Ada satu brand produk yang ditujukan hanya kepada wanita atau hanya kepada pria. Isi media massa mempengaruhi audiens yang akan menggunakan media itu. Misalnya pada program acara televisi audiens laki-laki akan menyukai program olahraga atau berita sementara infotainment, sinetron, dan acara memasak lebih disukai audiens wanita.⁴³

c) Pekerjaan

Konsumen yang memiliki jenis pekerjaan tertentu umumnya mengonsumsi barang-barang tertentu yang berbeda dengan jenis pekerjaan lainnya. Program eksekutif lebih menyukai program media penyiaran yang dapat mendorong daya pikir mereka atau dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan, sementara kalangan pekerja menengah kebawah lebih menyukai program yang sangat menghibur dan tidak terlalu memperhatikan nilai edukasinya.

d) Pendidikan

Konsumen bisa juga dikelompokkan menurut tingkat pendidikan yang dicapai. Pendidikan yang berhasil diselesaikan biasanya menentukan pendapatan dan kelas sosial mereka, selain

⁴³ Morissan, Periklanan: *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010): 61.



itu pendidikan juga menentukan tingkat intelektualitas seseorang. Tingkat intelektualitas ini akan menentukan pilihan barang-barang, jenis hiburan, dan program radio atau televisi yang diikutinya.

e) Pendapatan

Produk yang dibeli seseorang biasanya erat hubungannya dengan penghasilan yang diperoleh rumah tangga orang tersebut. Selera atau konsumsi seseorang sangat dipengaruhi oleh kelas sosial yang ditempatinya termasuk selera terhadap program yang ditonton atau didengarnya dari media penyiaran. Pendapatan seseorang akan menentukan dikelas mana dia berada dan kedudukan seseorang dalam kelas sosial akan mempengaruhi kemampuannya mengakses kepada sumber-sumber daya dan kecenderungannya dalam mengonsumsi media.

f) Agama

Belakangan ini segmentasi agama telah digunakan untuk memasarkan berbagai macam produk. Banyak program yang dikaitkan dengan agama, misalnya menampilkan pembawa acara yang dikenal sebagai tokoh agama. Program yang bernuansa agama ini dapat digunakan untuk memasarkan produk-produk yang erat kaitannya dengan agama. Namun khususnya bagi produsen atau pemasang iklan, segmentasi cara ini umumnya sangat sensitif dan memerlukan keseriusan dalam menjalin hubungan dengan konsumennya. Segmentasi berdasarkan agama hanya dapat diterapkan pada produk tertentu yang pasarnya amat sensitif pada simbol-simbol agama.

g) Suku dan Kebangsaan

Pengelola program penyiaran dapat pula melakukan segmentasi konsumen berdasarkan suku dan kebangsaan sepanjang suku-suku itu memiliki perbedaan yang mencolok dalam hal kebiasaan-kebiasaan dan kebutuhankebutuhannya bila



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibandingkan dengan suku-suku lainnya, tentu saja segmennya harus cukup besar, potensial, dan memiliki daya beli yang tinggi.

b. Segmentasi Geografis

Audiens sebagai target market diperoleh berdasarkan jangkauan geografis atau wilayah tempat tinggal yaitu negara, provinsi, kabupaten, kota, sampai kepada lingkungan perumahan. Audiens terkadang memiliki kebiasaan berbelanja yang berbeda-beda dipengaruhi lokasi dimana mereka tinggal.⁴⁴ Segmentasi ini membagi-bagi khalayak audiens berdasarkan jangkauan geografis. Audiens dibagi-bagi dalam beberapa unit geografis yang berbeda yang mencakup suatu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga ke lingkungan perumahan. Pemasangan iklan media penyiaran menggunakan segmentasi geografis ini karena konsumen terkadang memiliki kebiasaan berbelanja yang berbeda-beda yang dipengaruhi lokasi dimana mereka tinggal. Para penganut segmentasi ini percaya setiap wilayah memiliki karakter yang berbeda dengan wilayah lainnya. Oleh karenanya setiap wilayah di suatu negara dikelompokkan berdasarkan kesamaan karakternya.

c. Segmentasi Geodemografis

Gabungan dari segmentasi geografis dengan demografis dimana audiens dalam kategori ini memiliki karakter-karakter geografis dan karakter demografis yang sama pula. Namun wilayah geografis harus sesempit mungkin, misalnya kawasan-kawasan pemukiman atau kelurahan. Sebagai contoh orang yang samasama tinggal di kawasan elit di suatu kota cenderung memiliki karakteristik yang sama. Artinya mereka yang tinggal di daerah elit dan memiliki karakter yang berbeda dengan mereka yang bertempat tinggal di kawasan perkampungan.⁴⁵

⁴⁴ Morissan, *Periklanan*: 64-65.

⁴⁵ *Ibid*, 65.

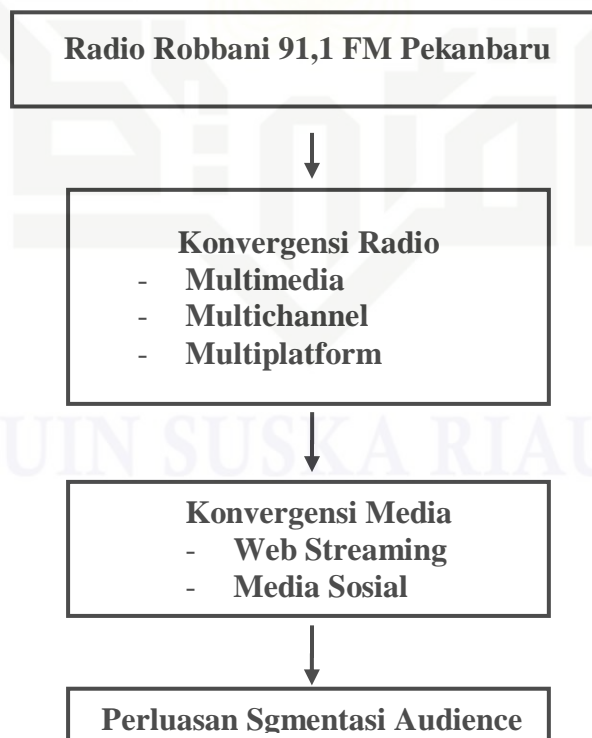
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Segmentasi Psikografis

Pada segmentasi ini audiens dibagi berdasarkan gaya hidup dan kepribadiannya. Gaya hidup mempengaruhi perilaku, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi audiens. Antara seorang wanita karier dan seorang ibu rumah tangga tentu saja memiliki gaya hidup yang berbeda yang pada akhirnya mempengaruhi bagaimana mereka membelanjakan uang mereka. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya yang dinyatakan dalam aktivitas-aktivitas, minat dan opini-opininya. Dengan demikian, psikografis mengelompokkan audiens secara lebih tajam daripada sekedar variabel demografi.⁴⁶

2.3 Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 64-65.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk mencapai keberhasilan dalam proses konvergensi ini, sebuah media penyiaran harus mampu menerapkan 3M yang merupakan strategi konvergensi media, agar dapat menerapkan dengan baik, yaitu multimedia, multichannel, dan multiplatform.⁴⁷ Ketiga strategi konvergensi media tersebut harus saling berkaitan, tidak hanya menerapkan salah satunya saja. Hal tersebut merupakan satu kesatuan yang harus dijalankan bersamaan. Begitu juga dengan Radio Hidayah 103,4 FM yang mampu menerapkan strategim konvergensi media untuk memperluas audien agar dapat terus bersaing di tengah ketatnya industry penyiaran di Pekanbaru saat ini.

Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM dalam memperluas segmentasi audience dilakukan dengan beberapa langkah sesuai dengan strategi konvergensi media, yakni Multimedia, Multichannel, dan Multiplatform.

Dalam menerapkan konvergensi multimedia ini, Radio Hidayah 103,4 FM selalu berupaya memberikan informasi-informasi kajian yang berdampak positif bagi khalayak. Informasi berupa foto, video, audio, dan tulisan dikemas sedemikian rupa agar bisa tersampaikan kepada khalayak. Dengan begitu seluruh berita dapat dipertanggungjawabkan. Bahkan penerapan multimedia ini bisa meningkatkan kepercayaan netizen atas informasi yang disampaikan. Multimedia ini sangat mungkin dilakukan apabila konten yang diproduksi telah hadir dalam bentuk digital. Konvergensi media mengacu pada kemampuan untuk menampilkan berbagai macam format hanya melalui satu media saja.⁴⁸

Belakangan media social atau media baru yang terhubung dengan internet, menjadikan orang semakin mudah mengakses informasi melalui aneka platform. Multichannel membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan pilihan media dengan konten yang beragam. Hal tersebut karena khalayak saat ini pasti tak lepas dari media social yang tidak memandang usia. Dengan pemanfaatan media social tersebut mempermudah seseorang

⁴⁷ Deby Rizky Susilo, Pengaruh Konvergensi Media Massa Terhadap Kepuasan Pelanggan Lampungpost.id, (Lampung: Universitas Lampung, 2019), 27-28.

⁴⁸ Aritasius Sugiya, Strategi Transformasi Konvergensi Media, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012), 50.



untuk mengakses informasi yang masuk. Dengan strategi multichannel ini, produk yang dimiliki klien bisa diakses siapa saja dan dimana saja, tidak sebatas dalam bentuk siaran tetapi juga melalui media sosial.

Konvergensi media juga muncul dengan adanya beberapa perangkat untuk mengakses sebuah informasi, yakni multiplatform. Konten dalam media massa dapat diproduksi dan diakses dari berbagai macam alat dan perangkat. Dimana alat dan perangkat tersebut harus bisa mengakses berbagai macam multimedia. Alat atau perangkat yang digunakan berguna untuk menghasilkan berbagai jenis bahan untuk mengakses atau memproduksi konten di media massa terutama radio. Multiplatform ini memberikan keleluasan konsumen untuk menikmati produk informasi melalui berbagai perangkat yang dimiliki khalayak. Mulai dari Handphone, PC, Laptop, dan sebagainya.⁴⁹

Dari penjelasan diatas, hasil yang diperoleh oleh radio Hidayah adalah bertambahnya jumlah pendengar melalui web streaming. Sehingga, hal ini berpengaruh terhadap perluasan segmentasi audience radio saat ini. Oleh karena itu, menurut radio Hidayah 103,4 FM ini, konvergensi dapat dimanfaatkan sebagai upaya perluasan segmentasi audience karena hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan media tersebut.

2.4 Konsep Operasional

Berdasarkan kerangka teori diatas pada penelitian ini, maka penulis akan menetapkan konsep operasional untuk memudahkan dalam penulisan untuk mengetahui bagaimana Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru.

Istilah media baru atau new media, menurut editor Handbook of New Media, terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi dengan konteks sosial yang berhubungan yang menyatukan tiga elemen, yakni alat dan artefak teknologi; aktivitas, praktik dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk disekeliling alat dan praktik tersebut. Oleh karena itu,

⁴⁹ *Ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemunculan internet sebagai media baru membuat beberapa perubahan terhadap media tradisional.

Perubahan tidak hanya terjadi pada media, tapi juga kepada masyarakat atau khalayak. Perubahan tersebut berupa kebiasaan mereka dalam menggunakan media dan kemajuan teknologi saat ini. Radio dalam melakukan perluasan pasar audience di era konvergensi media tentu saja memiliki strategi tersendiri, strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Maka penulis menjadikan ada empat bagian dalam strategi yang disebut dengan master strategy menurut Dan Schendel dan Charles Hofer Higgins yakni enterprise strategy, corporate strategy, business strategy, dan functional strategy sebagai indicator acuan atau tolok ukur dilapangan.

1) Enterprise strategy.

Strategi yang berhubungan dengan masyarakat yang merupakan kelompok di luar organisasi yang tidak dapat dikendalikan. Dalam strategi ini, terlihat hubungan antara organisasi dan masyarakat luar, sejauh interaksi yang akan dilakukan dapat menguntungkan organisasi.

2) Corporate Strategy.

Strategi yang berhubungan dengan misi organisasi yang juga sering disebut dengan grand theory. Strategi ini meliputi bidang yang digeluti oleh suatu organisasi. Bagaimana cara misi organisasi tersebut dijalankan baik organisasi bisnis, pemerintahan serta non profit juga penting.

3) Bussiness Strateegy.

Strategi yang berhubungan dengan bagaimana cara mendapatkan pasar di tengah masyarakat, bagaimana menempatkan organisasi di hati para penguasa, para pengusaha, para donor dan sebagainya.

4) Fucntional Strategy.

Strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi yang lainnya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian jenis deskriptif yaitu penelitian yang dimaksud untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada berdasarkan data-data seperti menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.⁵⁰

Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan social dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan social yang menjadi focus penelitian dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari objek penelitian.⁵¹ Dalam penelitian ini peneliti mendeskripsikan tentang konvergensi media pada Radio Hidayah 103,4 FM dalam memperluas segmentasi audience.

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Jenis studi kasus ini digunakan untuk mengetahui fenomena dalam kehidupan nyata secara mendalam, dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari responden. Karena itu, Responden disebut juga informan. Karena wawancara dilakukan lebih dari sekali. Biasanya metode ini menggunakan sampel yang terbatas, jika peneliti merasa data yang dibutuhkan sudah cukup maka tidak perlu mencari sampel yang lain. Metode ini memungkinkan peneliti untuk

⁵⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 44.

⁵¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 215.



mendapatkan al as an detail dari jawaban responden yang antara lain mencakup opininya, motivasinya, nilai-nilai atau pengalkaman-pengalamannya.

Penelitian pada Radio Hidayah 103,4 FM dengan cara mengumpulkan data sedalam-dalamnya tanpa mengutamakan besarnya populasi atau sampling, dengan melakukan wawancara mendalam dan terus menerus untuk menggali informasi dari narasumber. Dokumentasi dengan mengumpulkan dwata-data, foto-foto dan catatan penting yang berhubungan dengan Radio Hidayah 103,4 FM. Serta observasi dengan mengamati langsung ke lapangan bagaimana proses pelaksanaan pada siaran Radio Hidayah 103,4 FM. Penekatan penelitian pada Radio Hidayah 103,4 FM dengan mengamati langsung ke lapangan orang-orang dan lokasi yang akan dijadikan objek penelitian, melakukan interaksi dengan mereka mulai dari menghubungi administrasi Radio, yang kemudian dipertemukan dengan nara sumber utama yakni General Manager Radio Hidayah, meminta izin untuk melakukan penelitian, yang kemudian menyesuaikan jadwal untuk melakukan penelitian dan melakukan wawancara penelitian.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio Hidayah 103,4 FM Jalan Merak Sakti Kota Pekanbaru. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, mulai dari November hingga Januari 2022.

3.3 Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh Lembaga yang bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok. Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan observasi, teknik sampling, majalah dan foto-foto serta mewawancarai pihak Station Manager dan penyiar untuk melihat proses perluasan



segmentasi audience melalui iklan dengan strategi konvergensi di Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dari instansi yang umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang digunakan Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru seperti catatan atau laporan data dokumentasi. Data sekunder hanya sebagai bahan pelengkap penelitian.

3.4 Informan Penelitian

Dalam menentukan informan penelitian, terdapat informan kunci dan informasi pelengkap, dimana penulis menetapkan 3 informan pada penelitian ini, 1 informan kunci, dan 2 informan pelengkap.

1) Informan

Informan kunci merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai focus utama dalam wawancara dan dapat memberikan informasi yang diperlukan tentang objek yang diteliti. Yang menjadi informasi kunci dalam penelitian ini adalah 1 orang, yaitu yang menjadi salah satu penyiar di Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru, Abu Auni.

2) Informan Pelengkap

Yang menjadi informan pelengkap dari penelitian ini adalah staf-staf di Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru, yaitu yang menjadi penyiar-penyiar, serta pendengar Radio Hidayah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu agar lebih efektif dan terarah untuk disampaikan kepada narasumber, selanjutnya peneliti mencatat atau merekam jawaban-jawaban narasumber. Wawancara dapat dilakukan



secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data.⁵² Data yang diperoleh berupa persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan. Informan yang menjadi objek wawancara adalah pengurus atau penyiar Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru.

2) Observasi

Adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.⁵³ Metode ini untuk mengetahui sesuatu yang sedang terjadi atau yang sedang dilakukan dengan pengamatan secara langsung agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas terhadap permasalahan yang diteliti.⁵⁴

Observasi yang dilakukan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana strategi dalam hal penerapan konvergensi media Radio Hidayah 103,4 FM dengan dilakukan observasi langsung di Kantor Radio Hidayah 103,4 FM.

3) Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data bahan tertulis seperti buku, arsip, atau laporan-laporan untuk mencari informasi yang diperlukan.⁵⁵ Dokumen berupa material yang tertulis dan tersimpan. Ada juga dokumen yang berupa audiovisual.⁵⁶

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang bersifat dokumen, seperti struktur organisasi Radio Hidayah 103,4 FN Pekanbaru dan lain-lain yang dapat melengkapi data yang diperlukan. Dokumentasi juga digunakan untuk mengumpulkan dokumen berupa foto dan video yang berkaitan dengan konvergensi media.

⁵² Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 173.

⁵³ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008)

⁵⁴ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

⁵⁵ *ibid*, 21.

⁵⁶ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 111.



3.6 Validasi Data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan dan keabsahan data. Validitas data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu Triangulasi data. Triangulasi data adalah Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap dua data itu.

1) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, agar peneliti dapat mendapatkan data yang valid dengan membandingkan sumber dari wawancara informan yang lainnya.

2) Triangulasi teknik pengumpulan data

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3) Triangulasi waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Triangulasi sumber, yaitu membandingkan antara hasil wawancara dan dokumen yang ada, dan membandingkan antara dokumen yang ada dengan pengamatan yang dilakukan.

3.7 Teknik Analisis Data

Pekerjaan analisa data dalam hal ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikannya. Proses analisa data dilakukan dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.⁵⁷

⁵⁷ Lexy J, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012): 280.



Deskriptif menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya dan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.⁵⁸

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan katakata atau kalimat-kalimat, baik yang diperoleh dari wawancara dengan observasi dan dokumentasi. Sehingga dapat dipahami maksud dan makna dari data tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data dalam penelitian ini adalah :

1. Redaksi Data

Reduksi data merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi dari semua jenis informasi yang tertulis lengkap dalam catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian. Reduksi data sudah berlangsung sejak peneliti mengambil keputusan, melakukan pemilihan kasus, menyusun pertanyaan penelitian yang menekankan pada fokus tertentu tentang kerangka kerja konseptual dan juga waktu menentukan cara pengumpulan data yang akan digunakan karena Teknik pengumpulan data tergantung pada jenis data yang akan digali dan jenis data ini sudah terarah dan ditentukan oleh beragam pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah penelitian.⁵⁹

2. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, deskripsi dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan penelitian dapat dilakukan. Sajian data ini disusun berdasarkan pokok-pokok yang terdapat dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan kalimat dan bahasa penelitian yang merupakan rakitan

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2012): 207.

⁵⁹ Sutopo HB, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: UNS Press, 2006): 114.

kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga bila dibaca mudah dipahami.⁶⁰

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah data-data telah dikumpulkan selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan secara utuh setelah semua makna-makna yang muncul dari data yang sudah diuji kebenarannya, kekokohnya, kecocokannya sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan yang jelas dan kebenarannya dan dapat dipertanggungjawabkan.⁶¹

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang diumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

⁶⁰ *Ibid*, 115.

⁶¹ *Ibid*, 116.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Perkembangan Radio Hidayah 103,4 Fm Pekanbaru

Pada awalnya Radio Hidayah bukanlah radio dakwah, melainkan radio music bernama PT. Clapita Emas yang beralamat di Jalan Ah-Shofa, Payung Sekaki. Setelah beberapa lama Radio Clapita Emas dirubah menjadi radio dakwah yang diagas oleh beberapa orang yakni, Bapak Dasrul, Ustadz Maududi Abdullah, Bapak Agustimar Putra, Bapak Oberdanto, Bapak Andrian, Bapak Andiranto, Bapak Luthfi, Bapak Ramli dan Bapak Yunus lalu Radio Clapita Emas dirubah menjadi Radio Hidayah.⁶²

Namun demikian, radio ini tetap bernama PT.Clapita Emas yang terdaftar di Kementrian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) hanya saja nama diudara dirubah menjadi Radio Hidayah. Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru pertama kali mengudara sekitar bulan Safar 1429 Hijriyah atau kira-kira bertepatan pada bulan Februari tahun 2008 Masehi. Awalnya Frekwensi Radio Hidayah menggunakan Frekwensi 107,2 FM (sebagai radio komunitas/tidak izin full time siaran), kurang lebih 3 bulan setelah awal siaran radio sudah menggunakan izin yang dialihkan dari sebuah radio komersial dengan gelombang 103,4 FM hingga saat ini.⁶³

Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru diasuh oleh beberapa orang Ustadz yakni Ustadz Maududi Abdullah Lc, Ustadz Abu Zubair Hawaary Lc dan beberapa assaatidz lain yang berdomisi di Kota Pekanbaru. Ustadz-ustadz tersebut berkomitmen untuk menyebarkan dakwah diatas jalan orang-orang shaleh terdahulu (Ash-Salafush shalih) yakni Sahabat Nabi, Tabi'in dan Tabiut Tabi'n. Dana operasional dari Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru sejauh ini berasal dari sumbangsih seorang donatur yang tidak ingin disebutkan namanya.⁶⁴

⁶² Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁶³ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah



Saat ini karyawan yang bekerja di Radio Hidayah sebanyak 5 orang, 4 diantaranya adalah penyiar dan 1 sebagai kepala penyiar. Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru saat ini beralamat di Jalan Merak Sakti, Komplek Sekolah Al-Bayyinah, Panam, Kota Pekanbaru. Studio Radio Hidayah memiliki beberapa ruangan seperti ruang siaran, ruang produksi, ruang tunggu, ruang pimpinan, toilet dan lain sebagainya.⁶⁵

4.2 Data Media Radio Hidayah 103,4 FM

Data media Radio Hidayah ini berisi tentang data radio mulai dari nama perusahaan atau Yayasan, penanggung jawab dan lainnya, coverage area yaitu sejauhmana jangkauan siaran Radio Hidayah dapat dinikmati, segmentasi pendengar yaitu siapa saja yang dapat menikmati dan target pendengar, visi dan misi dari Radio Hidayah dan yang terakhir maksud dan tujuan didirikannya Radio Hidayah.⁶⁶

a. Data Radio

Badan Penyelenggara	: PT. Clapita Emas
Nama Panggilan	: Radio Hidayah
Penanggung Jawab	: Ustadz Maududi Abdullah Lc.
Frekuensi	: 103.4 FM
Alamat	: Jalan Merak Sakti, Komplek Sekolah Al-Bayyinah, Panam, Kota Pekanbaru
Studio Contact	: 08117530000/0811754544470

b. Coverage Area

Daya pancar siaran Radio Hidayah 103.4 FM Pekanbaru adalah 2000 Watt dengan jangkauan siaran Kota Pekanbaru dan beberapa daerah di Sumatra Barat. Daerah yang berada dalam radius jangkauan siaran Radio Hidayah 103.4 FM sebagai berikut :⁶⁷

1. Kota Pekanbaru (Ibukota Prov.Riau)
2. Perawang, Kandis dan Minas (Kabupaten Siak)

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bangkinang (Kampar dan Lipat Kain)
 4. Kerinci (Pelalawan)
 5. Rumbai (Pekanbaru Kota)
 6. Bukit Tinggi (Sumatra Barat)
 7. Payakumbuh (Sumatra Barat)
- c. Segmentasi Pendengar
1. Positioning : Masyarakat Umum
 2. Umur : Semua Umur
 3. Gender : Pra dan Wanita
 4. Format Siaran : Murotal Al-Quran dan Kajian Ilmiah Islam
 5. Durasi : Pukul 06-00 s\d 22-30 WIB setiap hari
 6. Stasiun Call : Sahabat Hidayah⁶⁸
- d. Visi dan Misi Radio Hidayah 103,4 FM
1. Visi
Menjadikan Radio Hidayah sebagai radio dakwah dan sumber informasi Islam bagi kaum muslimin khususnya yang berada di kota Pekanbaru.
 2. Misi
Untuk mencapai Visi maka ditetapkan Misi sebagai berikut :
 - a) Menetapkan standarisai, manajemen, administrasi, siaran dan karyawan
 - b) Menyajikan pembahasan ilmu-ilmu keislaman yang ilmiah
 - c) Menghadirkan pemateri yang professional dan ilmiah
 - d) Menyajikan materi-materi keislaman dengan menarik
 - e) Membina keislaman masyarakat dengan ajaran Islam yang murni.⁶⁹

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah



e. Maksud dan Tujuan Pendirian Radio Hidayah FM

Menyebarkan dakwah Islam dan memberikan informasi ilmu agama Islam dengan kajian-kajian ilmiah yang murni sesuai dengan tuntunan Rasul dan para Sahabatnya kepada masyarakat, supaya masyarakat mengetahui dan mengamalkan apa yang telah Rasul amalkan didalam beribadah kepada Allah.⁷⁰

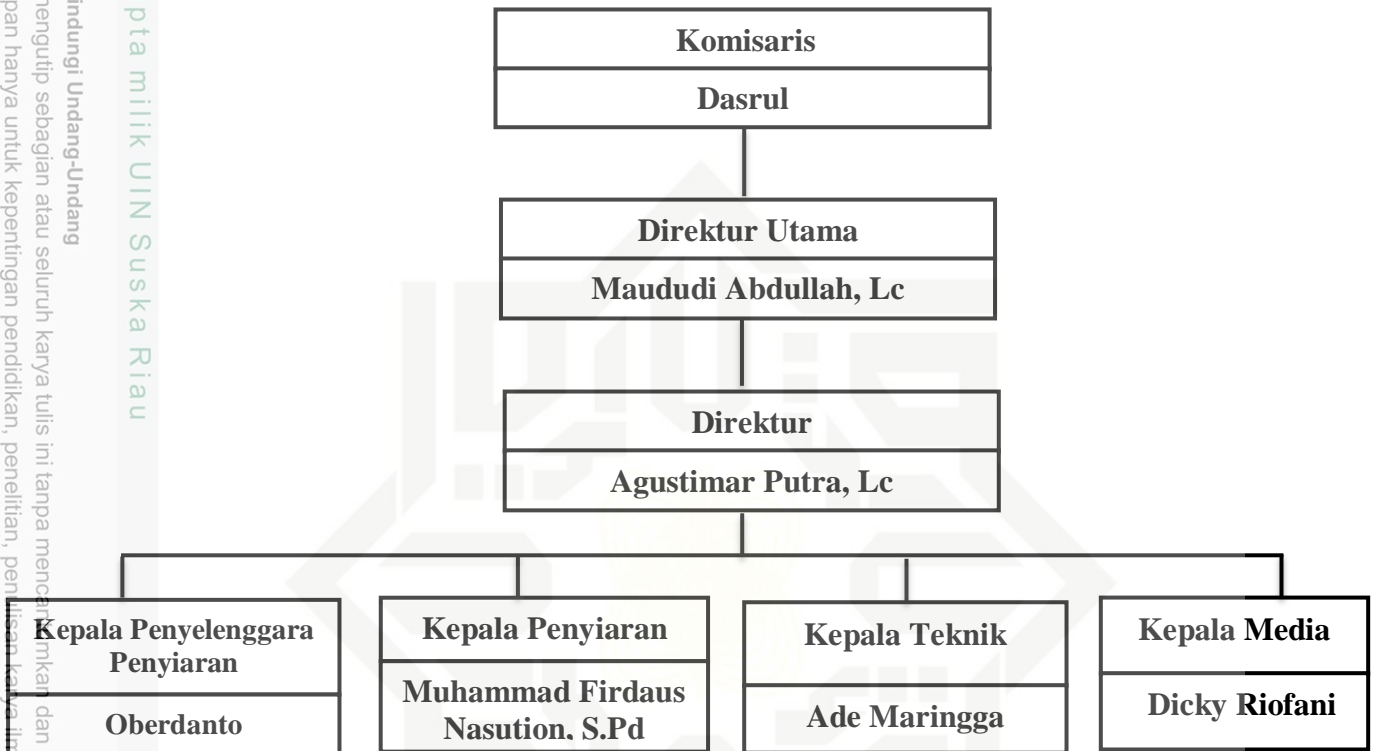
4.3 Struktur Organisasi Radio Hidayah 103,4 FM

Dari struktur organisasi dibawah ini diketahui bahwa di Stasiun Radio Hidayah 103.4 FM Pekanbaru, komisaris bertugas memberikan masukan atau planning kedepan tentang manajemen radio. Tugas membuat dan menentukan keseluruhan sistem manajemen radio oleh Manajemen Utama dan Manajemen Utama yang dibantu oleh tiga orang anggotanya. Direktur Utama bertugas mengawasi kegiatan-kegiatan siaran yang ada di stasiun radio oleh kepala penyiar. Kepala penyiar mengawasi kegiatan penyiar dalam melaksanakan tugas dan merancang dan memilih materi dan program yang akan disiarkan ke publik. Penyiar bertugas melaksanakan tugasnya menyiarkan program-program yang telah disusun sedemikian rupa kepada publik dan diantara penyiar ada yang merangkap sebagai teknisi komputer.⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁷¹ Hasil wawancara dengan Ustadz Zulmi Suhairi Rambe, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

Struktur Jabatan Dan Nama Karyawan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru

4.4 Logo Radio Hidayah103,4 FM



Gambar 4.2 Logo Radio Hidayah 103,4 FM

Radio Hidayah merupakan stasiun radio komunitas yang menyiarkan dari Pekanbaru Riau. Radio ini hanya mengudara secara paruh waktu dan dioperasikan oleh relawan, Radio ini disiarkan dalam bahasa Indonesia dan Arab.

4.5 Program Siaran Radio Hidayah 103,4 FM

Berikut ini program-program siaran setiap hari di Radio Hidayah 103.4 FM Pekanbaru, namun program ini dapat berubah melihat kondisi yang ada, seperti bila ada tablig akbar yang mendatangkan Ustadz dari luar kota Pekanbaru dan dipancar luaskan melalui Radio Hidayah maka program yang ada tidak disiarkan agar dapat menyebarkan Tablig Akbar tersebut.⁷²

1) Daily Program (Program Harian)

- a. 05.30 – 06.00 : Dzikir Pagi, Calling, Jeda dan Murrotal Al-Qur'an.

Program pagi hari untuk mendengarkan Dzikir pagi yang diajarkan Rasulullah, Jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik dan lantunan Ayat Al-Quran.

- b. 06.00 – 08.10 : Kajian Live Ilmiah di stasiun radio atau Kajian dalam Format Rekaman.

Program yang menyiarkan kajian atau ceramah ilmiah Islam yang disampaikan oleh para Assatidz baik secara langsung maupun dalam format rekaman.

- c. 08.10 – 09.30 : Call, Info Kajian, Jeda dan Murrotal Al-Qur'an

Berisi pemberitahuan tentang info kajian yang ada di kota Pekanbaru dan diluar kota Pekanbaru, pemutaran jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik dan lantunan Ayat Al-Quran.

- d. 09.30 – 11.30 : Kajian Live Ilmiah di stasiun radio/ dimasjid atau Kajian dalam Format Rekaman.

Menyiarkan kajian ilmiah Islam dari stasiun radio Hidayah dan dimasjid-masjid yang ad di kota Pekanbaru dan di luar kota Pekanbaru (jika ada).

- e. 11.30 – 12.31 : Jeda dan Murotal Pilihan.

Berisi tentang jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik dan lantunan Ayat Al-Quran untuk menunggu waktu shalat tiba.

⁷² Dokumentasi jadwal siaran, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. 12.31 – 14.00 : Adzan Dzuhur, Hadist Pilihan, Call, Kajian Singkat dan Murotal Al-Quran.
Berisi tentang pemutaran hadist pilihan, kajian singkat dan murotal Al-Quran hingga menunggu program selanjutnya.
- g. 14.00 – 15.00 : Live Kajian Ilmiah di Stasiun atau Kajian dalam Format Rekaman.
Program kajian ilmiah Islam bersama assatidz live atau dalam format rekaman.
- h. 15.00 – 15.50 : Jeda Sebelum Adzan.
yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik sambil menunggu Adzan shalat.
- i. 15.50 – 17.00 : Adzan ‘Ashar, Dzikir Petang, Hadist Pilihan, Call, Kajian Singkat, Info Kajian dan Murotal Al-Quran.
Setelah mengumandang Adzan, lalu memutarakan Dzikir sore yang diajarkan Rasulullah dalam format rekaman, pemutaran kajian singkat, info kajian yang ada di kota Pekanbaru dan Sekitarnya serta murotal Al-Quran.
- j. 17.00 – 18.00 : Kajian Live dengan Rodja TV atau Kajian dalam Format Rekaman.
Siaran langsung kajian ilmiah bersama ulama Syaikh Abdurrozaq bin Abdulmuhsin Al-Abad dari kota Madinah bekerja sama dengan Rodja TV atau kajian dalam format rekaman.
- k. 18.00 – 18.19 : Murotal dan Jeda Sebelum Shalat.
Pemutaran murotal Al-Quran pilihan dan jeda-jeda sebelum shalat.
- l. 18.19 – 18.34 : Adzan Maghrib, Hadist Pilihan, Jeda dan Call.
Pemutaran Adzan maghrib lalu hadist-hadist pilihan, jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik.
- m. 18.34 – 19.10 : Kajian Ilmiah Islam.
Kembali kajian ilmiah oleh para Assatidz baik langsung maupun dalam format rekaman.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- n. 19.10 – 19.44 : Jeda Sebelum Adzan ‘Isya.
Jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik sambil menunggu dikumandangkan Adzan ‘isya.
 - o. 19.44 – 20.20 : Adzan ‘Isya, Istirahat 15 Menit, Hadist Pilihan, Call, Jeda, dan Murotal Al-Quran.
Mengumandangkan adzan ‘isya lalu istirahat 15 menit dan memutarakan hadist-hadist pilihan, jeda yang berisi ceramah- ceramah singkat yang telah dikemas menarik dan lantunan Ayat Al-Quran sambil menunggu program selajutnya
 - p. 20.20 – 22.00 : Tahsin dan Tahfidz Qur’an
Program malam menemani malam pendengar dengan pembelajaran cara membaca Al-Qur’an dengan sesuai tajwid dan juga penyetoran hapalan bagi setiap pendengar yang di pimpin oleh para assatidz.
 - q. 22.00 – 22.30 : Jeda dan Dzikir Sebelum Tidur.
Program terakhir sebelum menutup ruang dengar adalah memutarakan jeda yang berisi ceramah-ceramah singkat yang telah dikemas menarik dan dzikir-dzikir sebelum tidur yang di Sunnahkan Rasulullah.
- 2) Weekly Program (Program Mingguan)
- a. Pesona Hidayah : Ahad pukul 14.00-15.30, program ini dikhususkan untuk anak-anak dengan panggilan anak shaleh dan shalehah. Pada program ini penyiar interaktif dengan pendengar bersegmentasi anak-anak mereka akan sebelumnya mereka akan mendengarkan penjelasan penyiar tentang adab-adab didalam Islam, setelah itu baru anak-anak dapat berinteraktif dengan penyiar seperti salam-salam, setor hapalan Al-Quran dan Hadist maupun yang lainnya.⁷³
 - b. Haqqu Tilawah : Selasa pukul 19.50 S/d selesai, program khusus ini untuk semua kalangan. Didalm program ini dibimbingan oleh seorang Ustadz yakni Ustadz Zulfikar hafizahullah beliau akan menjelaskan

⁷³ Dokumentasi jadwal siaran, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

tajwid-tajwid didalam Al-Qura'an dan selanjutnya aka nada interaktiv dengan pendengar.⁷⁴

- c. Kajian remaja khusus perempuan : Sabtu pukul 16.00 S/d selesai, program ini kajian khusus remaja perempuan baik pelajar maupun mahasiswi yang disebarluaskan dari salah satu masjid yang ada di kota Pekanbaru.⁷⁵



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁷⁴ Dokumentasi jadwal siaran, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

⁷⁵ Dokumentasi jadwal siaran, 13 Juni 2022 di Radio Hidayah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dalam skripsi “Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience”, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM dalam memperluas segmentasi audience dengan beberapa langkah yakni Multi media, Multi channel, dan Multi platform.

a. Multi media

Dalam menerapkan konvergensi untuk memperluas segmentasi audience ini, Radio Hidayah 103,4 FM selalu berupaya memberikan siaran dakwah yang berdampak positif bagi khalayak. Program siaran berupa foto, video, dan audio dikemas sedemikian rupa agar bisa tersampaikan kepada khalayak. Dengan begitu Radio Hidayah lebih dikenal masyarakat dan dapat menarik pendengar. Bahkan penerapan multi media ini bisa meningkatkan jumlah pendengar dari berbagai macam kalangan, tidak hanya orang tua tetapi juga anak muda. Hal ini membuat khalayak tertarik untuk mendengarkan Radio Hidayah karena khalayak bisa melihat langsung program siaran yang disampaikan oleh Radio Hidayah melalui foto atau video. Dengan begitu, khalayak jumlah pendengar Radio Hidayah dapat meningkat.

b. Multi channel

Dimana seluruh siaran yang sudah tersajikan dalam berbagai format tidak hanya disampaikan melalui siaran radio saja, tetapi juga diunggah di sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Website*, dan sebagainya atau melalui radio *streaming*. *Multi channel* membuat khalayak memiliki lebih banyak pilihan media dengan konten yang beragam. Hal tersebut karena khalayak saat ini pasti tak lepas dari media sosial yang tidak memandang usia. Dengan pemanfaatan media sosial tersebut mempermudah seseorang untuk mengakses siaran radio yang disukainya, dan hal ini membuat segmentasi audience meluas hingga ke luar kota serta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah pendengar terus meningkat, karena Radio Hidayah bisa dengan mudah diakses oleh siapapun dan kapanpun mulai dari anak-anak hingga orang tua, karena program siaran Radio Hidayah bisa didengarkan oleh semua kalangan dan usia. Perubahan tersebut dapat dilihat dari jumlah viewers di setiap media sosial Radio Hidayah.

c. *Multiplatform*

Program siaran yang disampaikan di media sosial atau melalui radio *streaming* oleh radio Hidayah bisa diakses siapapun, dimanapun, dan kapanpun melalui *gadget*, laptop, komputer, maupun perangkat khalayak masing-masing. Dengan begitu, perluasan segmentasi audience di Radio Hidayah terus terjadi, dan penambahan pendengar terus meningkat. Hal ini terjadi karena *Multi platform* ini memberikan keleluasan konsumen untuk menikmati prgram siaran dakwah melalui berbagai perangkat yang dimiliki khalayak. Radio *streaming* juga bisa didownload melalui android khalayak. Apalagi untuk saat ini perkembangan teknologi juga semakin pesat. Kepemilikan *gadget* tidak hanya remaja saja, akan tetapi di seluruh lini masyarakat. Sehingga siaran radio hidayah dapat diakses siapa saja dan dimana saja.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang ingin diberikan peneliti, yakni:

- a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Radio Hidayah 103,4 FM untuk lebih memaksimalkan dan meningkatkan kinerjanya dalam memberikan siaran dakwah kepada khalayak terutama di era konvergensi media saat ini. Selain itu, lebih memanfaatkan media-media yang dimiliki.
- b. Diharapkan bagi crew Radio Hidayah agar bisa meningkatkan promosi media yang dimiliki.
- c. Diharapkan dengan keterbatasan SDM yang menjadi kendala, crew Radio Hidayah tetap bisa berusaha memaksimalkan kinerjanya terlebih dalam

menyampaikan program siaran tidak hanya melalui radio manual saja, tetapi juga melalui sosial media.

- d. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi para akademisi dibidang ilmu komunikasi khususnya mengenai strategi konvergensi media dalam memperluas segmentasi audience dan bisa bertahan di tengah persaingan industri penyiaran.
- e. Dapat membantu memberikan solusi sebagai bahan rujukan atau referensi bagi mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang akan melakukan penelitian skripsi.
- f. Sedangkan masukan untuk saya sendiri sebagai peneliti ialah, dengan adanya penelitian skripsi ini dapat menambah pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Anindita Trinoviana. (2017). *“Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan”*. (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta).
- Ardianto Elvinaro. (1986). *Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media).
- Asep Syamsul M. Romli. (2009). *Basic Announcing: Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Burhan Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Kencana Media Group.
- C. Suprpti Dwi Takariani. (2013). *“Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi”*, Ilmu Komunikasi, 1.
- Danrivanto Budhijanto. (2013). *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi: Regulasi dan Konvergensi*. Bandung: Refika Aditama.
- Dudi Iskandar. (2018). *Konvergensi Media; Perbauran Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Eko Putro Widoyoko. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ermanatu Rosidah. *“Komunikasi Pemasaran Radio Xchannel 103.2 Fm Di Era Konvergensi Media”*, (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang).
- Fudy, Armi. (2018). *“Strategi Komunikasi Radio El John 102,6 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Pengiklan”*, JOM FISIP Vol.5.
- Herley Prayuda. (2000). *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Jakarta: Bayu Media.
- Imasnyti Ciptanti Devi. *“Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran Di Ponorogo”*. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo.
- Laksmi Rachmaria, Yunita Rafika Dewi. (2018). *“Strategi Dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran, JIKE Vol 1, No 2*.
- Lexy J,Moleong. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masduki. (2001). *“Menata profesionalisme Reporter dan Penyiar”*, Jurnalisme radio. Yogyakarta: LkiS.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Monle Lee dan Carla Johnson. (2004). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Muh. Said Hm. Tahir, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Smart Fm Makassar Dalam Meningkatkan Jumlah Pengiklan*”. Uin Alauddin Makassar.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Richard West dan Lynn H Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2008).
- Ririana Agustina Zainal. (2018). “*Strategi Kreatif dalam Proses Produksi Iklan Komersil di Radio Warna 104,2 FM Pekanbaru*”. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rizky Afrionades. “*Strategi Radio Aditya 87,6 Fm Pekanbaru Dalam Mendesain Tagline*”. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ruslan Rosady. (2006). *Metode Penelitian: PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supadiyanto. *Pengantar Jurnalisme Konvergentif, Menjawab Tren Industri Media Diital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutopo HB. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Syahranita Taher. (2014). “*Proses Produksi Iklan Radio Mandiri 98,3 Fm Pekanbaru*”. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Tyas, Widi Wahyuning, “*Konvergensi Media Di Radio Gajahmada FM*”. Universitas Islam Sultan Agung.



LAMPIRAN

Lampiran I

Draf pertanyaan I (Nara sumber Radio Hidayah)

1. Bagaimanakah sejarah terbentuknya Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru?
2. Darimana sumber bahan siaran yang digunakan Radio Hidayah Pekanbaru?
3. Media komunikasi/media sosial apa saja yang dimiliki oleh Radio Hidayah Pekanbaru?
4. Bagaimana cara meningkatkan kuantitas dan kualitas siaran radio agar tetap eksis dan dinikmati oleh pendengar?
5. Bagaimana strategi radio hidayah dalam mempertahankan pendengar dakwah di tengah banyaknya media massa?
6. Media apa saja yang dipakai oleh Radio Hidayah sebelum adanya internet?
7. Apa yang menjadi alasan Radio Hidayah melakukan konvergensi media?
8. Apa alasan Radio Hidayah memilih media tersebut sebagai bentuk Konvergensi media?
9. Bagaimana Radio Hidayah dalam melakukan konvergensi?
10. Apakah ada efek setelah konvergensi?
11. Apa saja bentuk konvergensi medianya?
12. Siapa yang memiliki wewenang untuk mengelola media sosial yang dimiliki oleh Radio Hidayah Pekanbaru?
13. Bagaimana perkembangan pendengar sebelum dan sesudah adanya konvergensi media?
14. Apakah semua media sosial di Radio Hidayah tetap aktif?
15. Apa alasan Radio Hidayah menggunakan facebook, instagram, youtube dan website sebagai konvergensi media?

Draf pertanyaan 2

(Pendengar setia radio hidayah FM)

1. Apa yang anda rasakan saat mendengarkan siaran yang disiarkan oleh radio hidayah 103,4 FM?
2. Mengapa siaran di radio hidayah itu penting didengarkan?

3. Sebagai pendengar, bagaimana menurut anda penyampaian dakwah yang disiarkan oleh radio hidayah 103,4 FM?
4. Dimana anda biasa mendengarkan siaran radio hidayah 103,4 fm ini?
5. Adakah kritik dan saran yang dapat anda berikan sebagai pendengar kepada radio hidayah 103,4 fm, untuk bahan evaluasi kedepannya?

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



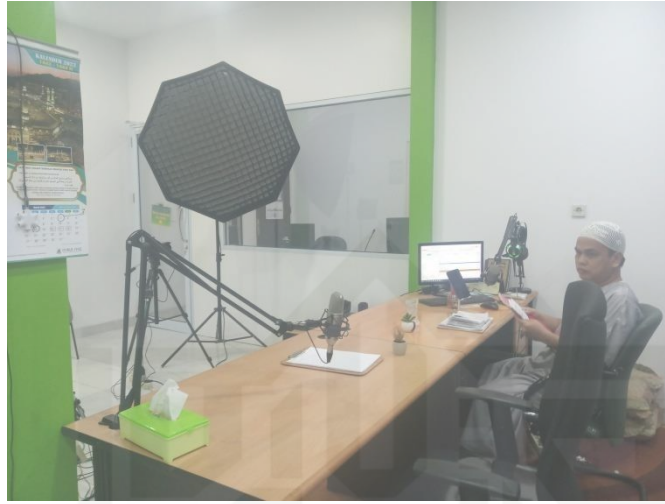
Wawancara dengan Ustadz Abu Auni selaku Penanggung Jawab Penyiaran di Radio Hidayah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Control room Radio Hidayah 103,4 FM



Studio Radio Hidayah 103,4 FM

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT PENULIS



Rahmad Saleh Hasibuan, lahir pada tanggal 12 Oktober 1997, anak dari pasangan Ayahanda tercinta Letnar Hasibuan dan Ibunda tersayang Liliana Nasution. Merupakan anak keempat dari empat bersaudara. Memulai pendidikan di SDN 020 Tangga Batu Tanjung Medan Rokan Hilir. MTS At-Thohiriyah Srikayangan Tanjung Medan Rokan Hilir. MA Al-Irfanul Hakim Tangga Batu Tanjung Medan Rokan Hilir. Kemudian lulus menjadi mahasiswa jalur (SBMPTN) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Broadcasting* dan menjadi sarjana di tahun 2022.

Penulis menyelesaikan penelitian dengan judul “Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience” pada hari Kamis 22 Desember 2022 penulis dinyatakan “LULUS” dan menyanggah gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Dan kelulusan ini sekaligus penulis jadikan sebagai hadiah untuk Ibu penulis, karena pada tanggal 22 Desember bertepatan dengan Hari Ibu.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi yang berjudul “**Konvergensi Radio Hidayah 103,4 FM Pekanbaru dalam Memperluas Segmentasi Audience**”, Terima kasih.