

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Singosari 2 TOP FM Paguyangan, peneliti menyimpulkan bahwa proses konvergensi media di lembaga penyiaran lokal ini telah dilakukan secara bertahap, dengan implementasi yang bervariasi pada lima indikator konvergensi kontinum. Meskipun belum seluruhnya berada pada tahap konvergensi penuh, langkah-langkah adaptif yang dilakukan TOP FM menunjukkan adanya kemauan dan upaya nyata untuk mempertahankan eksistensi di tengah disruptif digital.

1. Pertama, dalam aspek cross-promotion, TOP FM telah aktif menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, seperti instansi pemerintahan, panitia pemilu kecamatan (PPK), dan komunitas lokal untuk saling memperkuat jangkauan informasi dan citra institusi. Kolaborasi ini tidak selalu terjadi antar media, tetapi berperan sebagai promosi silang yang fungsional, terutama dalam kegiatan siaran bersama atau promosi visual di media sosial. Strategi ini memberi dampak positif terhadap jangkauan audiens dan memperluas basis pendengar di wilayah Brebes Selatan.
2. Kedua, dalam hal *cloning*, TOP FM secara rutin mendistribusikan ulang konten siaran ke berbagai platform digital tanpa banyak perubahan. Konten seperti rekaman siaran, kutipan penyiar, jadwal program, dan dokumentasi kegiatan radio dipublikasikan di Instagram, TikTok, dan YouTube. Penggandaan ini bertujuan untuk menjaga konsistensi pesan dan memperluas daya jangkau konten. Namun demikian, pendekatan ini masih bersifat manual dan belum menggunakan manajemen konten terpadu. Meskipun begitu, strategi *cloning* ini terbukti efektif sebagai langkah awal kehadiran digital yang stabil.
3. Ketiga, dalam dimensi *coopetition*, TOP FM menunjukkan kolaborasi fungsional dengan media atau lembaga lain dalam konteks promosi dan

pertukaran ide, sembari tetap menjaga identitas dan otonomi produksi konten. Salah satu contohnya adalah keterlibatan radio ini dalam event bersama instansi atau media komunitas lain, di mana masing-masing pihak tetap mengelola kontennya sendiri. Bentuk kerja sama ini menggambarkan fleksibilitas lembaga dalam membangun jaringan komunikasi, tanpa kehilangan karakter khas siarannya.

4. Keempat, pada aspek *content sharing*, TOP FM telah menerapkan praktik berbagi konten, terutama dalam bentuk repackaging informasi dari siaran untuk kebutuhan media sosial. Tim internal, meskipun terbatas, rutin melakukan diskusi informal untuk menentukan konten apa yang akan disebarluaskan ke platform digital. Konten hasil siaran dikemas ulang menjadi potongan video, gambar, atau kutipan teks untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan aktif di dunia maya. Proses ini masih dilakukan secara sederhana dan manual, namun menjadi indikator kuat bahwa budaya kerja digital perlahan mulai diterapkan.
5. Kelima, pada level *full convergence*, TOP FM belum sepenuhnya membentuk tim terpadu lintas platform. Pengelolaan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube masih dibagi secara situasional berdasarkan siapa staf yang sedang luang. Belum terdapat integrasi menyeluruh dalam manajemen produksi dan distribusi konten secara digital. Meski demikian, adanya siaran langsung TikTok yang rutin, serta keterlibatan staf di berbagai platform, menunjukkan bahwa lembaga ini sedang bergerak menuju sistem konvergensi penuh secara bertahap, meskipun dengan sumber daya yang sangat terbatas.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Radio TOP FM Paguyangan berada pada fase transisi menuju konvergensi digital, dengan kekuatan utamanya terletak pada fleksibilitas tim, semangat kolaboratif, dan adaptasi terhadap platform baru. Namun, keterbatasan infrastruktur, sumber daya manusia, serta belum adanya sistem digital terpadu menjadi tantangan utama yang perlu diselesaikan. Dengan mempertahankan karakter lokal dan membuka diri terhadap teknologi, TOP FM menunjukkan bahwa media lokal

tetap memiliki peluang untuk bertahan dan relevan di era digital, asalkan memiliki keberanian untuk beradaptasi dan terus belajar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk Radio Singosari 2 TOP FM Paguyangan, khususnya dalam mengembangkan strategi konvergensi media secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

1. Pertama, untuk meningkatkan efektivitas cross-promotion, TOP FM disarankan untuk menjalin kerja sama formal yang terdokumentasi dengan media lokal lainnya atau institusi strategis. Bentuk kerja sama ini tidak hanya sebatas tukar logo atau shoutout, tetapi bisa dikembangkan dalam bentuk kolaborasi program siaran atau produksi konten lintas media. Hal ini akan membuka peluang promosi yang lebih luas dan memperkuat branding lembaga di mata audiens.
2. Kedua, perlu dibentuk sistem manajemen konten sederhana yang terintegrasi. Meskipun saat ini konten digital disebarluaskan oleh tim yang berbeda-beda secara situasional, ke depan sebaiknya ditetapkan standar format dan jadwal unggahan agar alur distribusi konten lebih konsisten dan profesional. Pelatihan teknis dasar bagi tim siaran tentang pengelolaan media sosial juga akan sangat membantu.
3. TOP FM dapat lebih aktif menginisiasi forum diskusi lintas lembaga penyiaran lokal. Tujuannya adalah saling berbagi ide, tren konten, serta tantangan teknis yang dihadapi. Meski tetap bersaing di wilayah siaran, kerja sama ide dan event akan memperkaya ragam informasi serta membangun solidaritas media lokal.
4. TOP FM perlu mempertimbangkan membangun peta kerja lintas platform yang meskipun sederhana, namun menjelaskan siapa mengelola apa, kapan, dan bagaimana. Ini penting untuk mencegah ketergantungan pada personil yang sedang luang saja, serta memberi arah yang lebih jelas terhadap proses integrasi digital.

Selain itu, penulis juga menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik konvergensi media di lembaga penyiaran lokal untuk melibatkan observasi langsung selama masa siaran, agar mendapatkan gambaran lebih dalam mengenai pola kerja internal dan dinamika interaksi digital yang berjalan. Penelitian ini masih memiliki banyak ruang untuk diperluas, seperti pada aspek audience reception, dampak sosial siaran digital, atau analisis efektivitas konten lintas platform.