

BAB 1

PENDAHULUAN

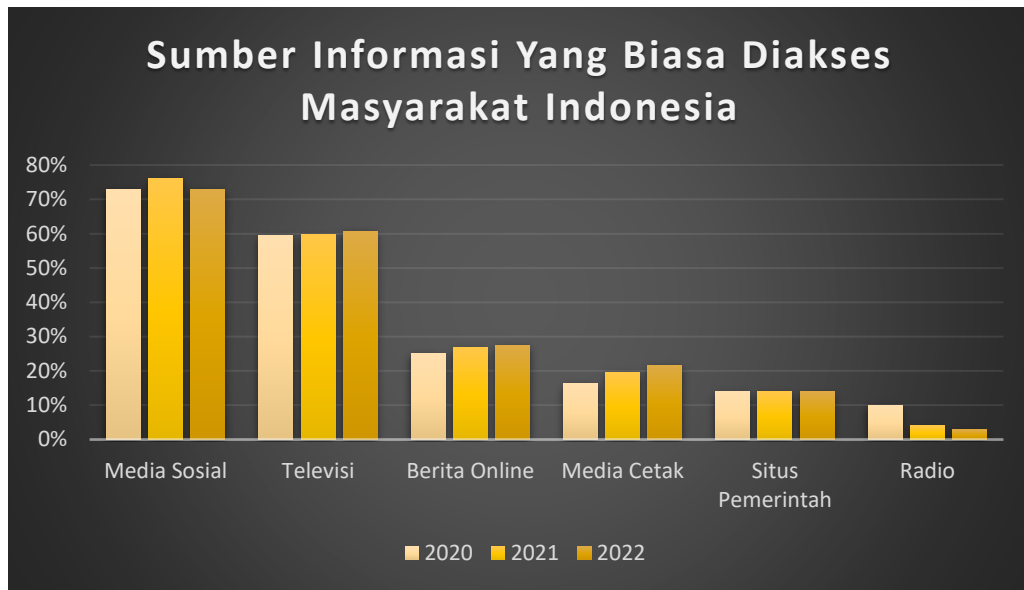
1.1. Latar Belakang

Radio Gaul FM merupakan salah satu stasiun radio di Kota Semarang yang belum lama ini menjadi bagian dari industri penyiaran di Indonesia. Sejak awal berdirinya hingga saat ini, Radio Gaul FM mencoba untuk tetap relevan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang pesat. Tekad dan komitmen untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadikan Radio Gaul FM terus berusaha untuk memberikan pengalaman mendengarkan yang terbaik kepada pendengarnya. Mulai dari penggunaan media sosial, seperti instagram yang juga memberikan berbagai informasi dan konten-konten menarik, sampai menjadi radio vision atau radio visual yang membuat para audiensnya memiliki *experience* baru dalam menikmati siaran radio. Radio vision adalah radio yang tidak hanya menggunakan elemen audio atau suara, melainkan juga menggunakan elemen visual atau gambar. Audiens dapat mengakses beberapa platform untuk menikmati siaran audio visual dari Gaul FM seperti pada channel analog 87.8 mhz, aplikasi *playstore* Gaul FM, *streaming website* pada radiogaulfmsmg.com dan aplikasi *streaming* Radio Garden. Meskipun terhitung radio baru, namun Radio Gaul FM telah berhasil mengadopsi inovasi berupa radio *vision*.

Hal tersebut dapat membuktikan bahwa Radio Gaul FM dinilai cepat berkembang dan cukup berani dalam melakukan sebuah perubahan yang cukup besar. Tidak lain diakibatkan dengan penerapan sistem radio baru seperti itu yang

pastinya akan mempengaruhi banyak aspek, termasuk sistem produksi yang akhirnya juga berpengaruh pada sistem kerja para pekerja medianya. Sistem kerja yang terjadi pada Radio Gaul FM yaitu dengan adanya penambahan tugas dan tanggung jawab di luar divisinya. Para pekerja yang berprofesi sebagai *music director* juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi *program director*. Pekerja *admin marketing* juga diberikan tanggung jawab menjadi pengelola media sosial. Tidak hanya itu, pekerja yang berprofesi sebagai penyiar juga diberikan tanggung jawab untuk menjadi reporter dan mengelola media sosial.

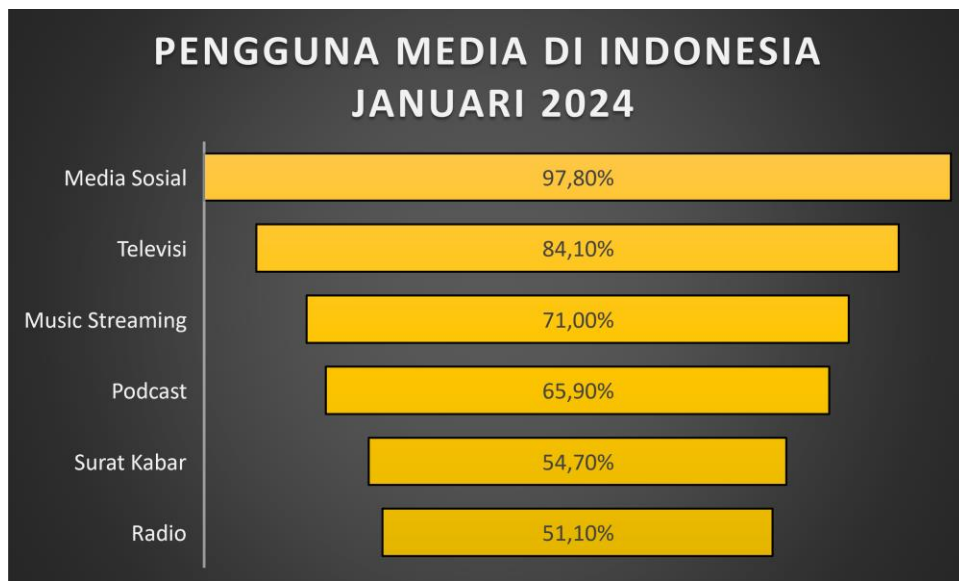
Perubahan dan inovasi tersebut termasuk dalam strategi Radio Gaul FM agar tetap dapat bertahan, eksis, dan diharapkan akan terus meningkatkan jumlah audiensnya di tengah kondisi industri penyiaran yang sedang dalam keadaan kurang baik. Seperti yang dialami oleh seluruh industri penyiaran Indonesia yang sedang mengalami keterpurukan dan penurunan angka peminat karena hadirnya internet yang menjadi tantangan tersendiri. Berdasarkan data Dewan Pers, meskipun di awal tahun 2023 Indonesia memiliki 1.711 perusahaan media yang telah terverifikasi, namun dari keseluruhan jumlah tersebut didominasi oleh media digital yang menduduki sebanyak 902 perusahaan, sedangkan untuk media konvensional radio hanya 17 perusahaan yang terverifikasi. Jumlah tersebut sangat memprihatinkan di era digital seperti saat ini. Kebutuhan informasi masyarakat yang semakin tinggi, namun kondisi media konvensional seperti radio semakin meredup. Hal tersebut dapat dilihat dari penurunan angka pengguna radio sebagai sumber informasi utama masyarakat.



Gambar 1. 1. Sumber Informasi Yang Biasa Diakses

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023

Dalam survei yang telah dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bersama Katadata *Insight Center* (KIC) pada tahun 2022 mengenai sumber informasi yang biasa diakses oleh masyarakat Indonesia menghasilkan bahwa media sosial memiliki persentase tertinggi. Jika dibandingkan dengan opsi media informasi lainnya, media sosial memiliki persentase sebesar 72,6%, sedangkan media televisi 60,7%, media berita online 27,5%, media cetak 21,7%, situs pemerintahan 14%, sementara radio meraih jumlah paling rendah dalam tiga tahun terakhir, dari tahun 2020 sebesar 10%, tahun 2021 sebesar 4% dan pada tahun 2022 hanya tersisa 2.9%.



Gambar 1. 2. Data Pengguna Media di Indonesia 2024

Sumber: wearesocial.com, 2024

Data terbaru mengenai keseluruhan jumlah pendengar radio di Indonesia yang dirilis oleh wearesocial.com pada Januari 2024 lalu, mendapatkan fakta bahwa pengguna radio masih menempati urutan paling bawah diantara media-media lain dengan persentase sebesar 51,1% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang. Sedangkan 97,8% masyarakat Indonesia aktif menggunakan media social, 84,1% masih menonton televisi, 71% masyarakat mendengarkan layanan musik streaming, 65,9% masyarakat pendengar podcast dan 54,7% masyarakat masih membaca surat kabar. Dengan demikian dapat disimpulkan dari tahun ke tahun jumlah pendengar radio masih menempati urutan paling bawah.

Radio Gaul FM menjadi salah satu perusahaan industri penyiaran yang turut mengalami dan menghadapi tantangan tersebut. Dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pendengarnya. Salah satu strategi yang diadopsi oleh Radio Gaul

FM untuk mengatasi redupnya media konvensional radio adalah dengan mengadopsi konvergensi media.

Kata konvergensi sendiri dapat diartikan sebagai penggabungan. Sedangkan arti kata penggabungan dalam konvergensi media dapat dideskripsikan sebagai dua perkembangan yang terjadi dalam satu waktu yang sama. Dengan demikian konvergensi media dapat dimaknai dengan sebuah proses peleburan yang terjadi karena kemajuan teknologi yang menggabungkan industri komunikasi, komputer, dan elektronik. Dengan adanya konvergensi media, menjadikan sebuah media komunikasi massa menjadi lebih fleksibel, yang membuat masyarakat dapat leluasa, mudah untuk mendapatkan informasi dan melakukan sebuah interaksi. Selain itu konvergensi ini juga digunakan para perusahaan media yang berbeda-beda untuk menggambarkan integrasi ekonomi dalam memanfaatkan kemajuan teknologi (Biagi, 2010: 16). Jenkins (2004) dalam menanggapi perubahan media saat ini menguraikan teori konvergensi media tidak hanya tentang pergeseran teknologi. Melainkan konvergensi media juga mengubah hubungan antara teknologi, khalayak, industri, gaya dan pasarnya.

Seiring berjalannya waktu, radio akan terus melakukan transformasi untuk menyesuaikan perkembangan sebagai strategi mereka untuk bertahan hidup dan tetap eksis. Keadaan tersebut juga menimbulkan persaingan yang ketat antarindustri penyiaran, termasuk Radio Gaul FM. Dalam penerapan konvergensi media sendiri terdapat lima dimensi, yaitu *technological convergence*, *multiple-media content*, *ownership*, *collaboration*, dan *coordination*. Penerapan beberapa dimensi tersebut

dianggap akan lebih menguntungkan pihak perusahaan media, karena akan banyak mengurangi biaya produksi sehingga perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya yang terlalu besar (Grant & Wilkinson, 2009: 7). Melalui dimensi-dimensi tersebut membuat produksi industri media menjadi lebih mudah. Namun, dengan penerapan konvergensi media, maka akan menyebabkan terjadinya adanya perubahan sistem pada pekerjaannya, para pekerja akan mendapatkan tugas atau tanggung jawab tambahan di luar *job desk* nya karena konvergensi membuat adanya sistem produksi baru, sehingga membuat para pekerja ini dituntut untuk memiliki skill *multitasking* guna mencapai tujuan perusahaan dengan makin efektif dan efisien.

1.2. Rumusan Masalah

Meskipun media konvensional, khususnya radio sedang dalam menghadapi tantangan yang besar, namun mereka masih memiliki peluang untuk bertahan hidup apabila mampu beradaptasi. Oleh karena itu, masa depan media konvensional di era digital bergantung pada kemampuan media konvensional dalam beradaptasi. Untuk itu media massa konvensional harus dapat beradaptasi dan memiliki strategi bagaimana cara untuk terus bertahan hidup. Adanya pergeseran cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi yang serba digital, seharusnya perusahaan media konvensional juga mencari cara supaya dengan adanya teknologi tidak menjadi ancaman lagi bagi mereka.

Untuk itu Radio Gaul FM Semarang menggunakan strategi konvergensi media dengan diikuti penerapan multitasking untuk para pekerja. Dengan penerapan *multitasking*, penggunaan media sosial sampai berinovasi menjadi radio

vision atau radio visual merupakan bentuk nyata dari praktik konvergensi media yang terjadi di Radio Sonora FM Semarang. Meskipun menyebabkan perubahan sistem kerja hingga membuat para pekerja memiliki beban kerja yang lebih, namun hal tersebut adalah bentuk strategi Radio Gaul FM untuk survive dan bentuk dari efisiensi dan optimalisasi tenaga kerja. Sehingga hal ini memunculkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana praktik-praktik *multitasking* pekerja Gaul FM Semarang pada penerapan konvergensi media?

1.3. Tujuan Penelitian

Penyusunan penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mendeskripsikan multitasking pada penerapan konvergensi media pada Radio Gaul FM Semarang.
2. Menganalisis tentang bagaimana, mengapa, dan apa saja dampak dari multitasking dan konvergensi media di Radio Gaul FM Semarang

1.4. Signifikansi Penelitian

1.4.1. Signifikansi Teoretis

Penelitian ini memiliki manfaat untuk memberikan sumber atau referensi bahan pustaka bagi para peneliti selanjutnya yang juga menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yang membahas topik mengenai konvergensi media.

1.4.2. Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada perkembangan media saat ini, khususnya dalam memberi kesadaran untuk para pekerja media akan dampak dari *multitasking* dan konvergensi media, dan dapat memberikan pandangan bagi industri penyiaran, khususnya Radio Gaul FM Semarang mengenai praktik konvergensi dan manajemen sumber daya manusia.

1.4.3. Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk memperkuat komunikasi antarindividu atau kelompok dalam masyarakat melalui media yang lebih dinamis dan interaktif karena menerapkan strategi konvergensi media yang melibatkan *multitasking* sehingga dapat menciptakan ruang interaksi baru antara produsen dan konsumen media.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. *State of The Art*

1.5.1.1. The Illusion of Multitasking and Its Positive Effect on Performance (2019)

Penelitian sebelumnya ditulis oleh Shalena Srna, Room Y. Schrift, dan Gal Zauberman pada tahun 2019. Tujuan peneliti adalah ingin menguji apakah membingkai aktivitas sebagai *multitasking* dapat meningkatkan kinerja dibandingkan dengan tugas tunggal. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa fleksibilitas dari apa yang dianggap sebagai *multitasking*. Meskipun pekerja dengan melakukan banyak tugas dianggap dapat mengurangi kinerja,

namun penelitian ini menemukan bahwa sebenarnya *multitasking* bisa untuk meningkatkan kinerja, yaitu dengan menjaga aktivitas para pekerja ini agar tetap konsisten. Selain itu dalam penelitian ini juga menemukan fakta bahwa seorang pekerja yang melakukan *multitasking* dianggap lebih unggul daripada seorang pekerja yang hanya melakukan tugas tunggal.

1.5.1.2. Ethnic News Media in The Digital Age: The Impact of Technological Convergence In Reshaping Journalists' Practices In Pakistan (2020)

Penelitian ini adalah karya dari Sadia Jamil yang diterbitkan pada tahun 2020 dengan tujuan untuk menyelidiki bagaimana konvergensi mempengaruhi proses produksi dan distribusi berita jurnalis di media berita etnis Pakistan dan membandingkan tantangan jurnalis dalam menggunakan teknologi digital. Penulis menggunakan metode analisis tematik data kualitatif dengan mengumpulkan data-data dari narasumber 25 jurnalis laki-laki dan perempuan media etnis Pakistan. Dengan menggunakan analisis tematik data kualitatif penelitian ini mengungkapkan bahwa adanya konvergensi telah berhasil mengubah proses produksi dan distribusi berita di media arus utama Pakistan. Perubahan yang terjadi berdampak positif pada proses produksi dan distribusi berita karena adanya *multitasking*, jurnalisme seluler, pengembangan situs berita online, aplikasi berita seluler dan meningkatkan kemampuan berbagi berita. Namun sayangnya masih banyak media berita etnis Pakistan yang masih tertinggal jauh dalam pemanfaatan teknologi meskipun teknologi digital telah mengubah praktik jurnalis media berita arus utama di Pakistan.

1.5.1.3. The Converged Journalism: Practices and Influences In Pakistan (2021)

Penelitian ini adalah karya dari Muhammad Ittefaq, Waqas Ejaz, Shahira S Fahmy, dan Ammar Malik Syekh pada tahun 2021 untuk mengeksplorasi pemahaman dan persepsi jurnalis mengenai konvergensi media di industri media Pakistan dan bagaimana pengaruhnya terhadap praktik dan rutinitas jurnalistik dengan menggunakan persepsi jurnalis Pakistan melalui wawancara semi-terstruktur di Pakistan. Hasil analisis dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat tantangan yang menghambat penerapan konvergensi media di Pakistan berupa kurangnya sumber daya, kurangnya insentif keuangan, dan rutinitas kerja jurnalis yang ketat. Selain itu penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan konvergensi media di Pakistan bukan untuk meningkatkan kualitas konten, melainkan adanya masalah dalam komersial dan perekonomiannya. Dan bagi jurnalis, kemunculan dan perluasan konvergensi media menimbulkan dampak yang tidak diinginkan oleh para jurnalis Pakistan karena telah merubah praktik-praktik jurnalisme dan membuat kualitas konten menjadi menurun.

1.5.1.4. Konvergensi dan Manajemen SDM Media Lokal (2022)

Penelitian yang ditulis oleh Fatimah Sari pada tahun 2022 akan menjelaskan Mengetahui dampak dari penerapan konvergensi media terhadap proses manajemen sumber daya manusia di Lahat Pos Group. Dengan menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, penulis menjelaskan hasil penelitian bahwa penerapan konvergensi pada Lahat

Pos Group adalah dengan menggunakan model newsroom 3.0 yang dimana proses news gathering dan news writing dilakukan secara konvergen dengan kata lain secara bersamaan dalam satu manajemen dan satu ruang berita. Sehingga penerapan konvergensi berdampak pada bertambahnya beban kerja wartawan dan bertambahnya kualifikasi seleksi rekrutmen sumber daya manusia.

1.5.1.5. *Multitasking, Pelatihan dan Kecepatan Pengambilan Keputusan Bisnis (Multitasking Training and Speed of Business Decision Making) (2022)*

Penelitian ini ditulis oleh Anton Sunardi pada tahun 2022 untuk mendeskripsikan, menganalisis dan menggali bagaimana akibat dari multitasking pada karyawan yang berpengaruh pada pengambilan keputusan bisnis. Dengan menggunakan pendekatan komprehensif dan menggunakan metode kualitatif deskriptif interaktif, dimana data penelitian didapatkan melalui wawancara semi terstruktur secara mendalam terhadap narasumber dan observasi langsung, penulis berhasil menunjukkan bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan proses keputusan selain faktor pelatihan dan motivasi, yaitu faktor tekanan, perbedaan persepsi, dan tingkat stress yang berlebihan dapat menurunkan kinerja karyawan yang akan memiliki dampak yang cukup besar dalam kinerja perusahaan. Adanya pelatihan teknis tidak menjamin seorang pekerja dapat melakukan tugas dengan baik dan memenuhi target perusahaan. Untuk itu penulis memberikan saran jika dalam manajemen perusahaan diikuti juga dengan kepekaan dan rasa empati yang tinggi untuk

menciptakan interaksi yang baik disesuaikan dengan budaya dan lingkungan kerja perusahaan. Selain itu, keberhasilan perusahaan dalam mengelola mental pekerjanya dapat dilihat melalui cara pengambilan keputusan dari para pekerjanya.

Beberapa penelitian tersebut telah memberikan pemahaman mengenai penerapan konvergensi media dan manajemen sumber daya manusia melalui multitasking. Meskipun beberapa penelitian di atas dan penelitian ini memiliki persamaan dalam membahas praktik konvergensi media dan multitasking, namun penelitian ini ingin melihat bagaimana Radio Gaul FM Semarang sebagai radio baru yang berinovasi sebagai salah satu radio vision yang berkembang saat keadaan industri penyiaran sedang mengalami penurunan. Sehingga adanya inovasi dan penggunaan teknologi ini mengakibatkan terjadinya penambahan beban kerja yang kemudian akan dianalisis bagaimana dengan adanya penambahan beban kerja tersebut sebagai bentuk dari praktik konvergensi media untuk lebih berkembang dan mencapai tujuan dengan efisien.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivism* sebagai acuan dan keyakinan peneliti dalam memandang dan mengatasi masalah penelitian. Asumsi-asumsi paradigma *post-positivism* menunjukkan bentuk penelitian yang tradisional paradigma tradisional karena dalam paradigma ini objektivitas dianggap sebagai aspek terpenting dalam penelitian. Untuk pengetahuan

bersifat terkaan/dugaan dan tidak memiliki landasan sehingga menjadikan kebenaran di dalamnya tidak absolut (Creswell, 2010: 9). Secara ontologi paradigma *post-positivism* memiliki karakteristik realism kritis, karena fenomena secara fundamental bersifat tidak mudah diatur sedangkan terdapat kekurangan dari mekanisme intelektual manusia, sehingga menjadikan realitas tetap ada meskipun tidak dapat dipahami dengan sempurna. Sedangkan secara epistemologis, dalam paradigma ini telah meninggalkan dualisme namun tetap memiliki sifat objektif (Denzin dan Lincoln, 2009: 136). Dengan menggunakan paradigma *post-positivisme*, penulis ingin memahami tentang bagaimana mengetahui fenomena adanya *multitasking* pada Radio Gaul FM, khususnya pada pekerja media dalam penerapan konvergensi media sebagai salah satu strategi untuk tetap relevan dalam menghadapi perkembangan teknologi.

1.5.3. Landasan Teori

1.5.3.1. Level Komunikasi

Level komunikasi dalam penelitian ini adalah komunikasi organisasi. Komunikasi Organisasi merupakan proses penyampaian dan pemahaman makna dalam kelompok atau sebuah organisasi. Komunikasi organisasional dapat menjadi cara untuk memahami organisasi sebagai kerja sama yang terjadi melalui simbol-simbol dan orang-orang dapat saling terhubung didalamnya dengan struktur yang membentuk organisasi. Namun, adanya struktur ini tidak hanya sekedar garis bagan di sebuah organisasi, melainkan juga dapat mempengaruhi sistem didalamnya (Littlejohn, 2014: 359).

Stephen P. Robbins menjelaskan bahwa terdapat empat fungsi dari komunikasi dalam organisasi, yaitu komunikasi berfungsi sebagai pengendalian karena komunikasi dapat mengendalikan perilaku anggota dengan berbagai cara, seperti adanya otoritas atau hierarki wewenang atau aturan yang harus ditaati dan dipatuhi oleh anggota. Selain itu, komunikasi dapat berfungsi sebagai cara untuk memperkuat motivasi para anggota adalah dengan memberikan penjelasan tentang bagaimana dan apa saja yg harus mereka lakukan yang bertujuan untuk merubah cara kerja yang kurang efektif atau dibawah standar. Fungsi selanjutnya adalah komunikasi dapat digunakan untuk sarana anggota dalam mengungkapkan emosi, seperti pada saat anggota merasa puas atau kecewa adanya komunikasi dapat dijadikan sebagai wadah untuk melepaskan dan mengungkapkan emosi atau perasaan untuk pemenuhan kebutuhan sosial. Dan yang terakhir, komunikasi dapat berfungsi untuk mempermudah organisasi dalam mengambil sebuah keputusan, hal ini dikarenakan di dalam sebuah komunikasi yang terjadi terdapat sebuah informasi yang diperlukan seorang individu atau kelompok (Robbins, 2003: 392). Sehingga dengan adanya fungsi tersebut, komunikasi dapat tercipta dengan baik, karena dengan menerapkan komunikasi yang baik akan mempengaruhi efektivitas organisasi.

Pada era ini, komunikasi dalam organisasi ditingkatkan dan dikembangkan dengan bantuan komputer dan teknologi yang menciptakan kembali adanya cara baru berkomunikasi dalam organisasi. Di sisi lain dengan adanya teknologi telah membuat batas antara garis kehidupan pribadi dengan

pekerjaan menjadi kurang tegas karena teknologi membuat komunikasi menjadi lebih mudah dan fleksibel sehingga antar anggota organisasi dapat melakukan komunikasi kapan saja dan dimana saja. Meskipun demikian, adanya teknologi tetap dapat membantu sebuah organisasi untuk mencapai komunikasi dan mencapai tujuannya dengan lebih efektif. Karena komunikasi yang sempurna tidak mungkin dapat diwujudkan, namun setidaknya organisasi dapat berusaha untuk menciptakan komunikasi secara efektif. Berkaitan dengan adanya teknologi yang ikut berperan dalam mengembangkan sebuah komunikasi dalam organisasi, maka sejalan dengan fenomena yang menjadi fokus pada penelitian ini yang juga melibatkan sebuah teknologi untuk mencapai tujuannya, dimana salah satu organisasi dalam media penyiaran yaitu Radio Gaul FM juga telah melibatkan sebuah teknologi untuk mencapai efektivitas organisasi.

1.5.3.2. Konvergensi Media

Secara sederhana, konvergensi dapat diartikan dengan pengumpulan dua hal atau lebih. Namun jika dilihat lebih dalam, konvergensi media merupakan istilah untuk mendefinisikan suatu perubahan yang kuat dalam industri media. Dimana konvergensi merupakan sebuah proses yang terjadi secara berkelanjutan, yang terjadi pada teknologi, industri, konten dan audiens. Melalui proses ini dapat memudahkan batasan antar media dan mampu menyatukan perangkat kabel dan gelombang udara, sehingga yang dulu

terpisah, saat ini menjadi satu medium yang terakomodir (Jenkins, 2001, dalam Grant & Wilkinson, 2009: 33).

Teori konvergensi media yang dikembangkan oleh Henry Jenkins memberikan pandangan terhadap perubahan media modern yang kompleks dan terintegrasi. Konvergensi media sebagai sebuah proses budaya, bukan hanya sekadar evolusi teknologi. Dan konvergensi bukan hanya tentang penggabungan perangkat keras atau saluran distribusi, tetapi lebih jauh tentang perubahan dalam cara kita berinteraksi dengan informasi dan hiburan. Sehingga konvergensi media dapat dilihat sebagai fenomena kompleks yang mencakup aspek teknologi, budaya dan partisipasi pengguna. Yang berarti konvergensi media bukan hanya tentang teknologi, melainkan juga mengenai transformasi budaya seperti yang telah terjadi dalam perubahan cara untuk memproduksi, mendistribusi dan mengonsumsi sebuah informasi atau konten.

Konvergensi dalam beberapa situasi juga digunakan oleh perusahaan untuk strategi dalam membentuk pola perilaku konsumen. Namun, di sisi lain adanya konvergensi berawal dari inisiasi dari audiens yang mengharapkan para perusahaan media dapat memberikan respon yang lebih baik untuk preferensi dan ketertarikan audiens. Meskipun demikian, apapun pendorongnya, konvergensi telah mengalami banyak perubahan dalam perkembangan industri media dan merubah perspektif umum masyarakat terhadap hubungannya dengan media. (Jenkins, 2006: 243). August Grant dan Jeffrey Wilkinson dalam

bukunya *Understanding Media Convergence: The State of The Field* menjelaskan 5 dimensi dalam konvergensi media yang meliputi:

1) Konvergensi teknologi

Burnett dan Marshall (2003) menjelaskan mengenai konvergensi media sebagai penggabungan antara media, telekomunikasi, dan komputer yang dikemas dalam bentuk digital (dalam Grant & Wilkinson, 2009: 5). Banyak definisi yang berpendapat hal yang sama tentang konvergensi terjadi karena adanya eksplorasi dampak dari internet. Namun, Grant dan Wallkinson berpendapat bahwa teknologi bukanlah motivasi atau kekuatan utama terbentuknya konvergensi media. Namun, dengan adanya teknologi memiliki fungsi untuk memungkinkan adanya sebagian besar dari bentuk konvergensi media.

Dimensi teknologi ini terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi media dalam berkonvergensi meliputi teknologi itu sendiri dan jaringan komputer. Sehingga meskipun tidak menjadi kekuatan utama dalam berkonvergensi, teknologi setidaknya teknologi dapat menjadi alasan pertama sebuah perusahaan media untuk melakukan konvergensi. Hal ini dikarenakan adanya tuntutan untuk media melakukan perubahan demi dapat bertahan hidup seiring kemajuan teknologi. Dengan adanya teknologi yang juga memberikan peluang dan dukungan kepada manusia untuk menciptakan inovasi yang dapat mempermudah hidupnya. Untuk itu, lahirnya konvergensi media beriringan dengan perkembangan teknologi yang sedang terjadi saat ini.

Inovasi pertama yang dijelaskan oleh Grant dan Wilkinson adalah inovasi peralihan dari bentuk analog ke teknologi digital. Masa dimana terjadinya perubahan dari penggunaan alat-alat komunikasi berbentuk fisik yang menggunakan gelombang transmisi cahaya dan suara untuk disebarluaskan, seperti media radio AM FM dan televisi, menjadi menggunakan jaringan komputer dan internet sehingga menjadi media digital. Dengan adanya inovasi dan peralihan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi merupakan faktor pendukung yang kuat dalam terjadinya konvergensi media.

2) Konten Multimedia

Dimensi konten multiple-media sering diabaikan sebagai salah satu dimensi dari konvergensi media. Mungkin karena dimensi konten multiple-media merupakan bentuk paling sederhana dari konvergensi media. Dimana bentuk dari dimensi ini adalah dengan memanfaatkan teknologi yang pengaplikasiannya sangat mudah, yaitu dengan hanya menggunakan situs web sebagai salah satu output dari ruang berita. Dapat dikatakan sebagai bentuk yang sederhana, karena bentuk dari dimensi konten multiple-media ini adalah dengan melakukan produksi konten yang dapat dibagikan ke berbagai media. Bentuk lebih mudahnya lagi adalah dengan melakukan pengulangan konten, yaitu mengunggah kembali konten-konten yang sudah diproduksi pada media konvensional tradisional ke media digital seperti web dengan menyiapkan variasi

publikasi yang semakin menarik seperti menambahkan teks, foto hingga video.

Meskipun praktek ini sangat umum dan mudah untuk diterapkan, namun dianggap revolusioner. Dengan dimensi konten multiple-media, sebuah perusahaan media dapat memperluas jangkauan publikasi karena dimensi konten multiple-media tidak membuat media konvensional berdiri sendiri, tetapi juga merambah pada bentuk digital. Hampir semua media konvensional seperti televisi, media cetak dan industri penyiaran saat ini telah menggunakan internet sebagai sarana untuk memperluas cakupan publikasi karena praktiknya yang mudah dan efisien karena tidak membutuhkan waktu yang lama. Meskipun pada awal penerapan dimensi ini terdapat permasalahan pada biaya yang cukup besar untuk pembuatan dan pengelolaan web.

3) Kepemilikan

Kepemilikan dalam dimensi ini dapat dikatakan juga sebagai pengerucutan atau penggabungan beberapa media menjadi milik satu pihak baik seorang tokoh atau sebuah entitas. Hal ini dilakukan untuk mempermudah koordinasi dari media satu dengan media yang lain yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang sama. Grant dan Wilkinson menuliskan contoh dari penerapan dimensi ini pada salah satu media di Tampa, Florida yaitu *Media General "News Center"* yang telah melakukan penggabungan *The Tampa Tribune* dengan *The Tampa Bay* menjadi satu kepemilikan. Sehingga dengan penggabungan

kepemilikan tersebut, kedua media dapat menjalin koordinasi dengan lebih mudah dalam pembuatan dan berbagi konten. Namun, pada negara-negara berkembang yang ada di Amerika Serikat penggabungan kepemilikan dianggap akan lebih menguntungkan pihak perusahaan media, karena akan mengurangi biaya produksi. Hal ini membuat pemerintah Amerika Serikat menarik ulur dengan peraturan penerapan praktik penggabungan kepemilikan dari berbagai media.

4) Kolaborasi

Dimensi kolaborasi merupakan bentuk hubungan kerja sama yang saling menguntungkan untuk bertahan oleh sebuah perusahaan. Daripada menganggap media lain sebagai saingan yang harus dikalahkan, lebih baik melakukan sebuah kerja sama dengan para pesaing. Bentuk dasar dimensi kolaborasi adalah dengan bekerja sama dengan platform atau media lain. Contohnya adalah ketika media surat kabar ingin meningkatkan kredibilitas dengan menambahkan materi atau data yang telah disiarkan oleh televisi, seperti foto, perkiraan ahli dan data-data penting lainnya.

Sedangkan pihak televisi juga dapat mempertahankan citra ketepatan waktu dan menyiarkannya secara langsung dari program-program siaran tengah malam dari hasil liputan surat kabar yang lebih update karena perusahaan surat kabar memang berfokus pada liputan-liputan berita terkini, sehingga staf yang ditugaskan untuk meliput sebuah kejadian atau informasi lebih banyak dan lebih cepat

dibandingkan staf peliput televisi yang lebih sedikit. Sehingga pada dimensi kolaborasi ini difokuskan pada konten, yang bertujuan untuk dapat dibagikan dan digunakan oleh media atau platform lainnya.

5) Koordinasi

Meskipun kemampuan multitasking dan bisa melakukan berbagai pekerjaan merupakan skill yang saat ini seperti wajib untuk diterapkan dan harus dimiliki oleh setiap pekerja. Namun, sesungguhnya setiap divisi tidak kan bisa berdiri sendiri. Untuk itu para pekerja tetap dan akan saling membutuhkan maka dari itu perlu adanya koordinasi untuk menciptakan hasil kerja yang lebih baik.

1.5.3.3. Keunikan Radio dalam Era Konvergensi

Radio memiliki beberapa jenis, yaitu radio swasta, radio publik, radio berlangganan dan radio komunitas. Radio swasta sendiri merupakan radio yang bersifat komersial. Dalam industri penyiaran, radio swasta (komersial) memang ditunjukkan untuk meraih keuntungan dari pemilik dari perusahaan industri tersebut sehingga sumber penghasilannya dapat diperoleh dari iklan. Semakin banyak iklan yang masuk untuk dipromosikan di sebuah radio swasta (komersial) maka pendapatannya juga akan semakin tinggi. Dengan adanya teknologi, dapat membantu radio untuk lebih berkreasi dan memiliki banyak opsi untuk melakukan kegiatan periklanan dan lebih banyak lagi untuk meraih keuntungan. Dari sekian banyaknya bentuk dari industri media komunikasi massa, radio termasuk media yang masih ada dan dapat bertahan di tengah pesatnya pertumbuhan teknologi dan informasi. Untuk dapat bertahan sejauh

ini, pasti media massa radio memiliki karakteristik yang dapat menjadi daya tarik tersendiri, yaitu sebagai berikut:

- 1) Imajinatif, audiens yang hanya menggunakan indera pendengaran untuk menerima pesan yang dapat membuat audiensnya untuk berimajinasi dan seolah dibuat untuk dapat merasakan seperti sedang mengalami keadaan yang sebenarnya.
- 2) Auditori, audiens hanya dapat menerima pesan yang disampaikan oleh radio sebanyak satu kali, sehingga pesan diterima dengan cara selintas dan tidak dapat mendengarnya kembali kecuali audiens merekamnya.
- 3) Akrab, audiens yang mendengarkan radio akan merasakan akrab atau intim dengan penyiaranya. Hal ini dikarenakan radio seolah menjadi teman audiens karena audiens dapat mendengarkan radio kapan dan dimana saja, seperti saat mengendarai mobil, berolahraga, makan, mengerjakan tugas dan kegiatan lainnya.
- 4) Gaya Percakapan, audiens dapat merasakan seperti seolah ditemani juga karena materi dari siaran radio bergaya seperti sedang melakukan percakapan dengan audiensnya. Sehingga audiens akan merasa bahwa audiens dan penyiar seolah sedang berada ditempat yang tidak terpisah dan bersifat pribadi (Ardianto & Erdinaya, 2004: 123-124).

Meskipun perkembangan teknologi membuat radio telah mengalami penurunan dan pergeseran dengan media yang lain, namun dengan karakteristik tersebut dapat membuat radio masih memiliki tempat di hati

pendengarnya. Awal dari pergeseran radio juga terjadi karena adanya televisi yang memiliki kelebihan pada visualnya sehingga lebih banyak diminati. Namun di era konvergensi, media radio telah berhasil untuk melakukan banyak inovasi, seperti adanya radio streaming dan radio vision yaitu radio yang juga memiliki elemen visual dan hal tersebut yang membuat radio masih dapat mempertahankan eksistensinya dengan media-media massa lainnya.

1.5.3.4. *Multitasking*

Definisi *multitasking* adalah kemampuan yang dimiliki oleh manusia untuk mengelola atau melakukan beberapa tugas secara bersamaan (Salvucci & Taatgen, 2008). Yang dimana kegiatan tersebut merupakan sebuah fenomena yang sering lumayan sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam waktu senggang, pekerjaan, maupun rutinitas harian. Dalam beberapa situasi, mengerjakan beberapa hal sekaligus bisa terasa mudah, seperti berjalan sambil berbicara. Namun, dalam situasi lain hal ini bisa menjadi sangat menantang atau bahkan tidak mungkin, seperti membaca dan mendengarkan dua kalimat yang berbeda pada saat yang sama. Selain itu, kemampuan *multitasking* sering kali sangat bergantung pada individu atau lingkungan, seperti bernyanyi sambil memainkan alat musik atau mengetik nomor telepon sambil mengemudi. Dengan demikian, *multitasking* memang bisa membuat pekerjaan menjadi lebih efektif, tetapi hanya sampai batas tertentu. Hal ini dikarenakan manusia memiliki kapasitas terbatas untuk menggunakan sumber daya kognitif dengan intensitas yang sama untuk beberapa tugas secara bersamaan.

Multitasking bisa terlihat seperti cara yang efektif untuk meningkatkan produktivitas, namun sebenarnya ada dampak negatif yang bisa mempengaruhi kinerja. Ketika dilakukan dalam jumlah wajar *multitasking* bisa meningkatkan produktivitas, tetapi jika terlalu banyak *multitasking* justru bisa berdampak buruk. Ketika akurasi menjadi ukuran kinerja, dan seseorang terlalu banyak melakukan *multitasking*, hal tersebut akan menurunkan efektivitas. Secara sederhana, menangani banyak tugas sekaligus bisa sangat sulit dan beresiko karena kesalahan dalam kinerja bisa menimbulkan masalah serius (Adler & Benbunan-Fich, 2012). Dengan demikian, *multitasking* memang bisa membuat pekerjaan menjadi lebih efektif, tetapi hanya sampai batas tertentu. Hal ini dikarenakan manusia memiliki kapasitas terbatas untuk menggunakan sumber daya kognitif dengan intensitas yang sama untuk beberapa tugas secara bersamaan.

1.5.3.5. Teori Manajemen Strategis

Saat ini perusahaan dan industri sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal tersebut membuat manajemen strategis melibatkan penggunaan alat dan teknik untuk menganalisis industri dan pesaing serta mengembangkan strategi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Ini penting dalam menghadapi tantangan pasar yang terus mengalami perubahan. Michael Porter berfokus pada analisis struktur industri dan strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif, yang sangat berpengaruh dalam pengembangan teori manajemen strategis (dalam Albarran, 2006: 10).

Teori manajemen strategis berfokus pada pengelolaan orang-orang di organisasi media, khususnya di industri yang telah mengalami perubahan besar karena teknologi baru dan fragmentasi audiens. Meskipun teknologi terus berkembang, namun organisasi media semakin bergantung pada kreativitas manusia. Hal tersebut dikarenakan adanya anggapan bahwa mesin hanya melakukan apa yang dirancang untuk dilakukan, sementara manusia memiliki kemampuan untuk bermimpi dan berkreasi, yang sangat penting untuk inovasi dan kelangsungan hidup dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Seperti halnya seorang penulis yang dapat memilih untuk menulis karya yang membosankan atau membuat pembaca terinspirasi dengan kata-katanya. Sehingga adanya keragaman emosi dan pikiran manusia sangat mempengaruhi kualitas pekerjaan di organisasi media. Oleh karena itu, manajer media yang efektif harus mampu mengelola struktur organisasi sambil memahami psikologi anggota timnya agar mereka dapat bekerja dengan lebih kreatif dan produktif.

Dalam manajemen strategis, Porter mengusulkan terdapat tiga strategi utama yang bisa digunakan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif yaitu segmentasi pasar, biaya rendah, dan diferensiasi (dalam Albarran, 2006: 168). Dan disisi lain nilai dari teknologi media baru bisa dievaluasi dengan melihat sejauh mana teknologi tersebut berkontribusi terhadap strategi keseluruhan perusahaan. Seperti halnya saat perusahaan media memutuskan untuk mengadopsi teknologi baru, mereka harus mempertimbangkan bagaimana teknologi tersebut bisa membantu mereka mencapai salah satu dari tiga strategi tersebut. Misalnya, teknologi baru bisa dinilai bermanfaat jika

membantu perusahaan menekan biaya operasional, meningkatkan pendapatan, atau menciptakan keunggulan melalui sinergi antar berbagai bagian perusahaan.

Miles dan Snow juga menciptakan kerangka kerja untuk menjelaskan pendekatan perusahaan dalam pengembangan, struktur dan proses pemasaran produk. Miles dan Snow berpendapat bahwa meskipun perusahaan dalam kategori yang sama menggunakan strategi yang mirip dan serupa bisa saja menghasilkan kinerja yang berbeda. Hal ini ditekankan jika keberhasilan lebih ditentukan oleh bagaimana strategi tersebut diterapkan. Jika dalam industri media, taksonomi strategis secara empiris dapat digunakan untuk menilai bagaimana faktor-faktor atau aktivitas organisasi berperan dalam penerapan strategi yang berbeda secara efektif (dalam Albarran, 2006: 169). Contohnya adalah dengan bagaimana berbagai jenis stasiun radio dengan sumber daya dan kemampuan organisasi yang berbeda-beda dalam menerapkan strategi terkait internet. Seperti halnya Radio Gaul FM dengan radio-radio lain yang ada di Semarang ataupun di Indonesia, yang dimana mungkin sama-sama menerapkan konvergensi media dan multitasking untuk mencapai manajemen yang efektif, namun hasil dan kinerja pasti akan berbeda dengan radio lainnya tergantung penerapannya. Sehingga adanya pendekatan taksonomi juga dapat berguna untuk menganalisis persaingan oleh antar media dalam dunia media yang semakin terkonvergensi.

1.6. Operasionalisasi Konsep

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan atau visi misi untuk dapat mengembangkan perusahaannya. Untuk itu diperlukan sebuah cara atau strategi untuk mencapai tujuan yang telah dirancang sesuai dengan kondisi dan keadaan masing-masing perusahaan apalagi dalam menghadapi perkembangan teknologi saat ini. Jika membahas mengenai perusahaan media, dalam Teori Manajemen Strategis mengungkapkan bahwa jika teknologi dalam media baru itu memiliki nilai yang dapat diketahui dengan cara melihat bagaimana kontribusinya terhadap bentuk dari strategis sebuah perusahaan. Sehingga terdapat beberapa pendekatan strategis utama yang menurut Porter dapat meningkatkan keefektifan sebuah perusahaan, dan salah satunya adalah biaya yang rendah. Dan untuk dapat menekan atau menghemat biaya yang dikeluarkan, perusahaan dapat menerapkan dimensi atau faktor yang ada dalam konvergensi media, yaitu:

- 1) Kepemilikan perusahaan, yaitu dengan adanya pengerucutan atau penggabungan kepemilikan perusahaan menjadi milik satu pihak. Dimana konglomerasi tersebut dapat dimiliki oleh perorangan, organisasi atau badan usaha seperti Perseroan Terbatas (PT) atau Persekutuan Komanditer (CV).
- 2) Konvergensi teknologi, yaitu adanya penggabungan media, telekomunikasi dengan komputer yang dikemas dalam bentuk digital. Dengan tidak menghilangkan platform tradisional, namun menambahkan platform pada media, seperti penggunaan situs web dan media sosial atau penggunaan alat-alat digital.

- 3) Konten Multimedia, sebagai sebagai bentuk konvergensi yang sederhana, karena bentuk dari dimensi konten multiple-media ini adalah dengan melakukan produksi konten yang dapat dibagikan ke berbagai media. Bentuk lebih mudahnya lagi adalah dengan melakukan pengulangan konten, yaitu mengunggah kembali konten-konten yang sudah diproduksi pada media konvensional tradisional ke media digital seperti web dengan menyiapkan variasi publikasi yang semakin menarik seperti menambahkan teks, foto hingga video.
- 4) Kolaborasi, yaitu bentuk hubungan kerja sama dengan platform atau media lain. Dalam dimensi kolaborasi lebih difokuskan pada konten, sehingga bentuk kerja sama ini dapat dikatakan untuk saling memberikan informasi atau berkaitan dengan isi sehingga dapat tercipta konten yang menarik dan konsisten untuk dapat dibagikan dan digunakan oleh media atau platform lainnya.
- 5) Koordinasi, yaitu bentuk kerja sama yang terjadi pada antar karyawan atau pekerja media. Adanya kerja sama ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik dan menghasilkan produksi konten yang konsisten, karena dengan kerja sama akan mengurangi atau mengatasi sebuah masalah dan kendala yang terjadi pada antar karyawan.
- 6) Multitasking, yaitu kemampuan pekerja untuk melakukan berbagai pekerjaan. Pada industri media, karyawan tidak hanya bertugas fokus pada konten, melainkan juga mengelola teknologi dan promosi secara digital, untuk itu adanya integrasi peran dan multitasking diterapkan untuk efisiensi

biaya karena dapat memanfaatkan jumlah karyawan yang lebih kecil. Namun, keberhasilan multitasking tergantung pada kemampuan masing-masing pekerja dan bagaimana pengelolaan organisasi.

1.7. Asumsi Penelitian

Penelitian ini memiliki asumsi dasar bahwa multitasking merupakan seolah sebuah keharusan, Karena jika tidak melakukan multitasking, Radio Gaul FM akan membutuhkan pekerja baru dan membentuk divisi divisi baru untuk menerapkan praktik konvergensi media sebagai strategi untuk bertahan dan tetap eksis. Sementara kondisi pada Radio Gaul FM masih dalam tahap bangkit dari keterpurukan setelah mati beberapa tahun belakangan. Sehingga Radio Gaul FM mengoptimalkan para pekerja untuk mencapai tujuan dan melakukan perkembangan yaitu dengan cara menerapkan konvergensi media disertai dengan para pekerja yang memiliki kemampuan untuk multitasking.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode untuk memahami sebuah makna dari sebuah masalah yang dialami oleh individu atau kelompok orang. Metode ini memiliki karakteristik *natural setting* dikarenakan data penelitian didapatkan langsung dari lokasi subjek yang sedang mengalami masalah yang diteliti. Metode penelitian kualitatif ini dapat menganalisis sebuah fenomena dengan

proses yang dinamis dan menggunakan analisis data secara induktif, dimana peneliti akan membangun tema atau pola dari bawah ke atas (Creswell, 2016: 247).

Pendekatan dari penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana desain ini memberikan deskripsi langsung mengenai suatu fenomena. Pendekatan deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk memberikan ringkasan secara komprehensif dan jelas mengenai peristiwa tertentu yang dialami oleh seorang individu atau kelompok (Lambert VA & Lambert CE, 2012). Ciri-ciri dari deskriptif kualitatif adalah fokus pada deskripsi langsung dari sebuah fenomena tanpa menjelaskan makna yang lebih abstrak, lebih fleksibel dan sederhana.

Sehingga pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui dan memahami satu kasus yang ada di salah satu radio di Semarang yaitu Radio Gaul FM Semarang mengenai multitasking pekerja sebagai bentuk manajemen sumber daya manusia dalam penerapan strategi konvergensi media. Sehingga untuk menjelaskan fenomena tersebut peneliti merasa kualitatif deskriptif cocok dan mampu untuk menjelaskan dan memahami bagaimana praktik-praktik multitasking pekerja Radio Gaul FM Semarang pada penerapan konvergensi media.

1.8.2. Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah para pekerja yang ada di Radio Gaul FM Semarang yang terdiri dari seorang *station manager*, *program* dan *music director*, dan admin sekaligus marketing yang telah mengalami perubahan cara

kerja karena telah mengadopsi konvergensi media sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan eksistensi di era digitalisasi.

1.8.3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data teks yang didapatkan melalui wawancara dan observasi yang dilakukan penulis kepada para pekerja di Radio Gaul FM.

1.8.4. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer akan didapatkan secara langsung di lapangan dari pihak-pihak yang bersangkutan melalui teknik pengumpulan data wawancara dengan para pekerja media di Radio Gaul FM yang menjadi subjek penelitian. Sedangkan data sekunder akan didapatkan melalui beberapa referensi, seperti buku, artikel dan jurnal ilmiah yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.8.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Penulis akan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam yang dilakukan terhadap sejumlah pekerja dari Radio Gaul FM sebagai informan untuk mengetahui pengalaman pekerja tersebut yang berkaitan dengan multitasking dan konvergensi yang terjadi ada Radio Gaul FM.

1.8.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis dari model Miles dan Huberman. Model ini menjelaskan bahwa teknik analisis data dilakukan ketika pengumpulan data sedang dilakukan dan setelah data selesai dikumpulkan. Dengan artian, ketika melakukan wawancara penulis juga sudah melakukan analisis terhadap data yang didapatkan dari jawaban informan. (Sugiyono, 2013: 246). Teknik analisis model ini menggunakan 3 alur yang ditetapkan yaitu:

1. Reduksi data

Dalam proses ini data akan dirangkum dan direduksi, hal hal apa saja yang diperlukan dalam menjelaskan hasil penelitian yang didapatkan dari observasi dan wawancara tersebut. Hal ini akan membuat peneliti lebih mudah dalam menjelaskan dan menganalisis hasil wawancara.

2. Penyajian data

Pada tahap ini, data disajikan dalam berbagai bentuk display deskriptif yang kemudian akan mempermudah peneliti dalam memahami objek penelitian dan mempermudah peneliti dalam menentukan rencana selanjutnya.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan awal yang sifatnya sementara akan dibuktikan pada tahap ini, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti dari data yang didapatkan, maka kesimpulan tersebut dapat dinyatakan valid.