

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konvergensi dilakukan Radio Mercury 96 Fm Surabaya karena melihat adanya penurunan audiens dan pergeseran selera audiens dari media konvensional ke digital. Bentuk konvergensi yang dilakukan oleh Radio mercury 96 Fm Surabaya dengan mengaktivasi beberapa *platform* media sosial seperti Instagram, Youtube, *Website*, Twitter, Facebook, dan aplikasi *streaming* miliknya bernama OnEars. Radio Mercury 96 Fm Surabaya juga melakukan manajemen konvergensi untuk dapat mencapai harapan yang diinginkan. Dalam tahapan manajemen tersebut Radio Mercury 96 Fm Surabaya melakukan aktivasi konvergensi yang diusulkan oleh spillman yaitu *cross promotion*, *cloning*, *content sharing*, *coopetition*, dan *full convergence*. Dari lima tahap tersebut Radio Mercury 96 Fm Surabaya hanya melakukan tiga tahap aktivasi konvergensi.

Tahap aktivasi tersebut diantaranya adalah *cross promotion*, *cloning*, dan *Content sharing*. *Cross promotion* diterapkan oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya dengan melakukan promosi siaran konvensional ke media sosial Instagram dan Facebook. Sedangkan berita *website* dipromosikan melalui Facebook dan Instagram. *Cloning* diterapkan dari siaran konvensional ke *platform* youtube. *Content sharing* dilakukan dengan kerjasama antara Radio mercury 96 Fm Surabaya dengan VOA untuk memperkaya program siaran.

*Coopetition* tidak diaktivasi oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya karena mereka melihat adanya persaingan yang ketat dan ingin mempertahankan keunikan dari radionya. *Full convergence* tidak dilakukan karena tahapan *coopetition* belum diaktivasi sehingga tidak dikatakan/tidak bisa melakukan *full convergence*. Terutama di Indonesia masih jarang yang menerapkan *full convergence*. Radio Mercury 96 Fm Surabaya juga masih memiliki keterbatasan sumber daya manusia, sehingga masih belum bisa melakukan *full convergence*.

Dalam menjalankan konvergensi Radio Mercury 96 Fm Surabaya mengadopsi konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Pada tahap *Planning* Radio Mercury 96 Fm menetapkan tujuan dan visi misi dilakukannya konvergensi ini, tujuannya sendiri yaitu untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya dan mengikuti perkembangan teknologi. Tahapan *organizing* yang dilakukan oleh radio Mercury 96 fm Surabaya yaitu dengan memilih siapa saja yang menjalankan konvergensi.

Beberapa divisi utama yang menjalankan konvergensi adalah divisi *station manager*, divisi *social media specialist*, divisi redaksi, divisi penyiar dan divisi redaksi. Pada tahap *actuating* radio Mercury menjelaskan beberapa tugas dari setiap divisi yang mengelola seluruh konten di media sosial. Tahap *actuating* yang dilakukan oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya dengan melakukan evaluasi harian sebagai laporan pekerjaan harian dan rapat bulanan sebagai evaluasi.

Tidak hanya manajemen konvergensi, manajemen konten juga dilakukan oleh Radio mercury 96 Fm Surabaya. Peneliti menggunakan model some untuk menjalankan manajemen konten yang dilakukan oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya. Model some meliputi *share*, *optimizing*, *manager*, dan *engage*. Dari beberapa model tersebut Radio Mercury 96 Fm Surabaya mengimplementasikan *Share* dengan memilih *platform* media sosial berupa Yoyutube, Instagram, Twitter, *Website*, dan OnEars. *Optimizing* yang dilakukan oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya dalam memajemen kontennya, dengan mengoptimalkan setiap dengan kualitas yang baik. Sedangkan *Manage* Radio Mercury 96 Fm Surabaya menganalisis data dengan tools yang ada di setiap *platform* media sosial masing-masing. Untuk tahap *engage* Radio Mercury 96 Fm Sureabaya dibantu dengan narasumber yang melakukan promosi melalui poster.

Dari langkah-langkah konvergensi yang dilakukan Radio Mercury 96 Fm surabaya masih belum memberikan hasil optimal di beberapa *platform*. Karena kurangnya sumber daya manusia dan kurangnya infrastruktur komunikasi termasuk alat-alat produksi. Sehingga membuat langkah konvergensi masih belum berjalan optimal. Kurangnya manajemen konten yang belum dilakukan secara optimal menyebabkan ketidak optimalan *platform* media sosial tersebut. Faktor kurangnya promosi juga menjadi penyebab penurunan audiens di beberapa *platform* media. Walaupun ada peningkatan audiens di platfom Instagram dan Youtube. Platform lainnya seperti Facebook, Tiktok, Twitter, dan OnEars.

## 5.2 Saran

Konvergensi yang dijalankan oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya sudah cukup baik dalam hal manajemen, namun beberapa segmen perlu yang lebih serius untuk memberikan dampak positif pada industrinya. Terutama pada pengelolaan *platform* media seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, dan OnEars. Pengelolaan ini dapat ditingkatkan dengan menyajikan konten dengan tampilan lebih menarik dan menggunakan promosi dengan copywriting yang efektif. Radio Mercury 96 Fm Surabaya juga perlu memberikan pelatihan kepada anak magang untuk mengelola seluruh *platform* media yang dimiliki, dengan tetap berada di bawah pengawasan divisi *social media specialist*.

Meskipun Radio Mercury 96 Fm Surabaya masih memiliki kekurangan dalam hal sumber daya manusia dan alat produksi, keberadaan anak magang dapat dimanfaatkan untuk mengelola beberapa *platform* media sosial dengan arahan dari pegawai. Meskipun implementasinya dirasa berat oleh Radio Mercury 96 Fm Surabaya, langkah ini harus tetap dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya.