

## **ABSTRAK**

### **Bezky Dwiyantama Putra : Strategi MGT Radio 101.1 FM pada Era Konvergensi Media**

Perkembangan teknologi telah mengubah sistem komunikasi dari analog menjadi digital yang disebut dengan digitalisasi penyiaran. Digitalisasi penyiaran tersebut telah memunculkan media baru (internet) dan konvergensi media. Hal ini memberi dampak terancamnya eksistensi media penyiaran konvensional yang memiliki fungsi memberikan informasi dan hiburan. Hal ini menjadikan pentingnya media penyiaran memiliki manajemen strategi yang baik dalam program siaran tersebut. MGT Radio 101.1 FM yang merupakan salah satu radio swasta komersial di Bandung telah memanfaatkan berbagai platform untuk menyiarkan programnya sebagai upaya adaptif di era konvergensi media.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi penyiaran program MGT Radio 101.1 FM dalam menghadapi era konvergensi media saat ini dilihat dari bagaimana proses perencanaan program siaran, implementasi pelaksanaannya hingga pengawasan dan evaluasi program siaran di MGT radio 101.1 FM.

Penelitian ini mengacu pada teori konvergensi menurut Henry Jenkins (2006), yang dikonsepsikan sebagai aliran konten di beberapa platform media, kerjasama industri dengan media dan kegiatan migrasi media. Sementara konsep manajemen strategi penyiaran pada penelitian ini menggunakan teori Wahyudi (1996:15) dimana terdiri dari proses perencanaan atau pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating).

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif ini berusaha mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul. Adapun subjek penelitian ini adalah tim program dan tim marketing MGT radio 101.1 FM. Kemudian, data yang digunakan adalah data primer dengan melalui observasi, wawancara mendalam dan analisis data yang digunakan melalui reduksi data, penyajian data, dan analisis data serta penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) perencanaan program siaran MGT Radio 101.1 FM dilakukan dengan melakukan riset evaluasi terlebih dahulu untuk mengetahui apa saja yang harus diperbaiki untuk program berikutnya, termasuk evaluasi sponsor pada bidang marketing lalu menyusun jadwal waktu siar. (2) Pada tahap pelaksanaan, media MGT Radio memanfaatkan berbagai platform seperti podcast dan media social untuk memasarkan program siaran sehingga jumlah pendengar meningkat hingga ribuan dan menjalin relasi. (3) Pada proses pengawasan dan evaluasi dilakukan dalam 3 periode yakni harian, mingguan dan bulanan, sehingga dalam sebulan ada kurang lebih lima kali melakukan evaluasi besar mengenai program-program yang sudah terlaksana. Pada evaluasi tersebut, melibatkan seluruh elemen termasuk jajaran direksi.

**Kata Kunci:** Strategi Penyiaran, Konvergensi Media, Digitalisasi Penyiaran



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG