

ABSTRAK

Pada era konvergensi media saat ini media penyiaran radio mengalami berbagai perubahan. Jarak dan waktu sudah tidak menjadi permasalahan utama, melainkan bagaimana radio sebagai media penyiaran lokal dapat mempertahankan kelokalannya sebagai identitas wilayah. Radio Q 88,3 FM menjadi salah satu radio lokal Jogja wilayah Sleman Utara dengan segmentasi muda dewasa, yang tidak memiliki jaringan di kota lain. Hal tersebut dapat menjadi peluang dan tantangan bagi Radio Q 88,3 FM untuk mempertahankan kelokalan di era konvergensi media saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara yang dilakukan Radio Q 88,3 FM sebagai radio lokal Jogja, dengan segmentasi muda dewasa dalam pembuatan program yang sesuai target pendengar namun tetap mempertahankan kelokalan pada siarannya, dan bagaimana dampak konvergensi media pada siaran Radio Q 88,3 FM terhadap pengemasan program lokal untuk memenuhi kebutuhan informasi pendengar. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif, dengan menggunakan konsep strategi program oleh Petter K. Pringle. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara kepada tim Radio Q 88,3 FM yaitu program director, music director, produksi teknisi, penyiar dan aktivis budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi program yang dilakukan Radio Q 88,3 FM yaitu memberikan informasi yang mengandung kelokalan Jogja pada program siaran, melakukan kerjasama dengan instansi lokal Jogja sebagai wadah promosi untuk memberikan informasi lokal, memanfaatkan media sosial untuk publikasi konten yang bersifat lokal, dan konsisten pada identitas radio lokal untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi.

Kata Kunci: Radio, Lokal, Strategi, Konvergensi Media

ABSTRACT

In the current era of media convergence, radio broadcasting media is experiencing various changes. Distance and time are no longer the main problem, but rather how radio as a local broadcasting medium can maintain its locality as a regional identity. Radio Q 88.3 FM is one of the local radio stations in Jogja in the North Sleman region with a young adult segmentation, which does not have a network in other cities. This can be an opportunity and challenge for Radio Q 88.3 FM to maintain locality in the current era of media convergence. This research aims to find out how Radio Q 88.3 FM acts as a local radio station in Jogja, by segmenting young adults in creating programs that suit the target audience but still maintain locality in its broadcasts, and what the impact of media convergence is on Radio Q 88.3 broadcasts. FM towards packaging local programs to meet listeners' information needs. The research method used is a qualitative research method using a descriptive approach, using the program strategy concept by Petter K. Pringle. The data collection technique in this research was through interviews with the Radio Q 88.3 FM team, namely program director, music director, production technician, broadcaster and cultural activist. The results of the research show that the program strategy carried out by Radio Q 88.3 FM is providing information containing Jogja locality in broadcast programs, collaborating with local Jogja agencies as a promotional forum to provide local information, utilizing social media to publish local content, and consistent local radio identity to adapt to technological changes.

Keywords: *Radio, Local, Strategy, Media Convergence*