

**ANALISIS STRATEGI RADAR LAMPUNG TV DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA LOKAL**

Skripsi

Oleh

SABRINA NADYA JUDITH

NPM 2216031048



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2026

**ANALISIS STRATEGI RADAR LAMPUNG TV DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA LOKAL**

Oleh
SABRINA NADYA JUDITH

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2026

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI RADAR LAMPUNG TV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA LOKAL

Oleh

SABRINA NADYA JUDITH

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi media masyarakat dari media konvensional menuju platform digital yang lebih fleksibel dan interaktif. Kondisi tersebut mendorong media lokal untuk beradaptasi agar mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri media yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal melalui praktik konvergensi media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radar Lampung TV menerapkan konvergensi media melalui pemanfaatan teknologi digital berbasis pengelolaan multiplatform yang mencakup aktivitas distribusi konten, promosi digital, dan keterlibatan audiens. Evaluasi terhadap studi kasus ini menemukan adanya aspek kelebihan dan keterbatasan dalam penerapannya. Sisi kelebihan terletak pada keberhasilan optimalisasi promosi digital dan inovasi paket iklan terintegrasi (konvensional dan digital) yang menjadi temuan utama dalam menjaga stabilitas finansial media. Namun, dari sisi keterbatasan, aktivitas distribusi konten digital saat ini belum berjalan mandiri karena masih dominan menggunakan format turunan dari siaran televisi konvensional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konvergensi media yang dijalankan melalui paket iklan terintegrasi tersebut terbukti efektif dalam memperkuat nilai jual media, mendukung keberlangsungan operasional, serta mempertahankan eksistensi nyata Radar Lampung TV di era digital.

Kata Kunci: Konvergensi Media, Strategi Media, Media Lokal, Eksistensi Media, Periklanan Digital.

ABSTRACT***ANALYSIS OF RADAR LAMPUNG TV'S STRATEGY IN MAINTAINING
ITS EXISTENCE AS A LOCAL MEDIA OUTLET****By***SABRINA NADYA JUDITH**

The development of digital technology shifted public media consumption patterns from conventional media to digital platforms that were more flexible and interactive. This condition forced local media to adapt in order to maintain their existence amidst an increasingly competitive media industry. This study aimed to analyze the strategy of Radar Lampung TV in maintaining its existence as a local media through media convergence practices. This study applied a qualitative approach with a case study method through in-depth interviews, observations, and documentation. The results of the study showed that Radar Lampung TV implemented media convergence through the utilization of digital technology based on multiplatform management, which encompassed content distribution, digital promotion, and audience engagement activities. The evaluation of this case study discovered that there were aspects of advantages and limitations in its implementation. The advantage lay in the successful optimization of digital promotion and the innovation of integrated advertising packages (conventional and digital), which became the main finding in maintaining the media's financial stability. However, in terms of limitations, digital content distribution activities did not run independently yet, as they were still predominantly derived from conventional television broadcast formats (repurposed content). This study concluded that the media convergence strategy executed through the integrated advertising package proved effective in strengthening the media's selling value, supporting operational sustainability, and maintaining the real existence of Radar Lampung TV in the digital era.

Keywords: *Media Convergence, Media Strategy, Local Media, Media Existence, Digital Advertising.*

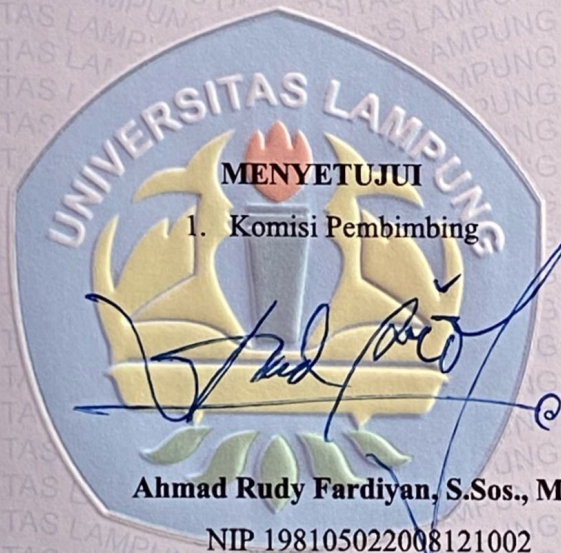
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI RADAR LAMPUNG TV
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSTISTENSI
SEBAGAI MEDIA LOKAL

Nama Mahasiswa : *Sabrina Nadya Judith*

Nomor Pokok Mahasiswa : 2216031048

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

Agung Wibawa

Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si.

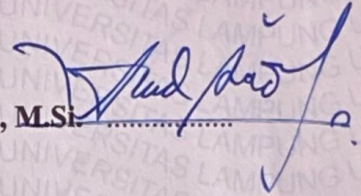
NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

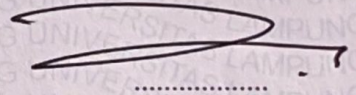
1. Tim Penguji

Ketua

: **Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si.**



Penguji Utama : **Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Dr. Anna Gustina Zainal., S.Sos., M.Si.

NIP 197608212000032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Juni 2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sabrina Nadya Judith
NPM : 2216031048
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Asam, Kec. Pringsewu Timur, Kab. Pringsewu
No. Handphone : 087899581247

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Strategi Radar Lampung TV dalam Mempertahankan Eksistensi sebagai Media Lokal” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Sabrina Nadya Judith

NPM 2216031048

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Sabrina Nadya Judith, dan akrab dipanggil Judith. Penulis lahir di Pringsewu pada tanggal 4 Agustus 2004. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, yang dibesarkan oleh kedua orang tua yaitu Bapak Setiawan dan Ibu Sri Arida. Penulis memiliki dua saudara laki-laki yang bernama Aditya Davinsa dan Borneo Carel Adijaya. Pendidikan penulis diawali di Sekolah Dasar Muhammadiyah Pringsewu yang diselesaikan pada tahun 2016. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Pringsewu dan lulus pada tahun 2019. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Pringsewu dan lulus pada tahun 2022. Setelah menyelesaikan pendidikan menengah atas, pada tahun 2022 penulis melanjutkan studi di Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN dengan memilih Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Selama masa perkuliahan, penulis juga mengikuti kegiatan Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) pada semester lima, yang dilaksanakan di Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Lampung. Pada semester berikutnya, penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada periode 2025 selama 30 hari di Desa Puji Rahayu, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bersungguh-sungguh (untuk urusan yang lain).”

(Q.S Al-Insyirah :6-7)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkanlah setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan.”

(Maudy Ayunda)

“Hadapi semuanya langsung di muka, apapun yang terjadi tidak apa, setiap hari ku bersyukur melihatmu berselimut harapan, berbekal cerita.”

(Baskara Putra – Hindia)

“Menulis skripsi ini mengajarkan bahwa sesuatu yang besar diselesaikan bukan hanya dengan kecerdasan, tetapi dengan ketekunan, keberanian untuk bertahan, dan keyakinan untuk terus melanjutkan. Karena apa yang diperjuangkan dengan sepenuh hati akan selalu meninggalkan jejak yang berarti.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, pertolongan, serta kemudahan yang senantiasa diberikan dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan rasa terima kasih kepada :

Mama, Keluarga serta kepada diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan dalam setiap proses yang dilalui

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas cinta yang tidak pernah habis, doa yang tidak pernah putus, dukungan yang selalu menguatkan, serta pengorbanan yang tak terhitung sepanjang perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, dan alasan bagi penulis untuk terus melangkah, bertahan, dan percaya di tengah berbagai tantangan.

Karya ini mungkin tidak akan pernah sebanding dengan segala kasih, doa, dan ketulusan yang telah diberikan. Namun melalui karya ini, penulis ingin mempersembahkan sebuah bentuk kecil dari rasa cinta, bangga, dan terima kasih yang tulus untuk kalian.

**Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, serta seluruh dosen dan staf
Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung**

Terima kasih telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, serta ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis, baik selama proses penyusunan skripsi maupun bekal yang bermanfaat dikemudian hari.

Serta, Almamater Tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillahrabbi'l'amin, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul: “ANALISIS STRATEGI RADAR LAMPUNG TV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA LOKAL” sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, karya ini mungkin tidak dapat terselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., Asean Eng., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zaenal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyani, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung dan selaku dosen pembimbing. Terima kasih banyak atas setiap ilmu, waktu, dan berbagai masukan dan saran yang sangat berharga baik bagi penulisan skripsi, maupun pada keseluruhan proses akademik penulis. Semoga kehidupan Pak Rudy selalu disertai dengan kemudahan, keberkahan, dan kebahagiaan.

5. Ibu Hestin Oktiani, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji skripsi penulis. Terima kasih atas saran dan masukan yang membangun kepada penulis untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga Bu Hestin senantiasa diberikan kesehatan, serta selalu berada dalam lindungan dan keberkahan Allah SWT.
6. Miss Zaimasuri, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terima kasih atas bantuan yang diberikan dalam membimbing penulis menempuh perjalanan akademik di Universitas Lampung. Motivasi yang Miss Adis berikan pada masa awal penulisan adalah hal yang sangat berkesan, sehingga penulis yakin dan berusaha untuk menyelesaikan Pendidikan.
7. Seluruh dosen, staff administrasi, terutama Mas Hanafi, Mba Iis, Mba Lia, dan Mas Cecep, serta karyawan serta keluarga besar Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung, yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan masa skripsi ini.
8. Cinta pertama sekaligus rumah bagi penulis, Mama tercinta. Terima kasih karena telah menjadi sosok yang begitu kuat, hebat, dan penuh kasih, yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk anak perempuan satu-satunya. Di tengah perjalanan yang tidak mudah, Mama menjalankan dua peran dengan penuh keteguhan. Terima kasih telah mengantarkan anak-anak Mama sampai pada pendidikan setinggi mungkin dengan segala perjuangan dan doa yang selalu menyertai. Terima kasih karena telah membentuk cara berpikir penulis menjadi lebih matang, membuka wawasan penulis lebih luas, serta menuntun penulis untuk merancang masa depan yang lebih baik. Ungkapan ini penulis abadikan dalam skripsi sebagai bentuk bangga, cinta, dan terima kasih kepada Mama, yang kasih sayang dan restunya selalu menyertai setiap langkah penulis. Semoga Mama selalu diberikan kesehatan, umur panjang, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap perjalanan hidup. Mama akan selalu menjadi alasan terbesar penulis untuk terus melangkah.
9. Kakak-kakak dan adik tersayang, Aa Adit, Mba Hastin, dan Adik Neo. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu hadir sebagai pelindung, penguat, dan penenang bagi penulis. Terima kasih atas seluruh dukungan, doa, perhatian, motivasi yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi alasan bagi penulis

untuk tidak menyerah, dan terus berani. Semoga kebersamaan, kasih sayang, dan hal-hal baik selalu menyertai langkah kita ke mana pun kehidupan membawa.

10. Kepada keponakan *Aunty*, Luna. Terima kasih sudah hadir di dunia dan membawa kebahagiaan yang begitu besar bagi penulis. Kehadiranmu selalu menghadirkan keceriaan tersendiri, dan mampu membuat hari-hari penulis terasa penuh warna. Tumbuhlah selalu menjadi anak yang sehat, bahagia, dan dikelilingi kasih sayang yang tidak terhingga.
11. Seseorang yang tak kalah berarti dalam perjalanan hidup penulis, Darma Hendi Setiawan. Terima kasih telah hadir dan menjadi bagian penting dalam setiap proses yang penulis lalui. Terima kasih atas setiap perhatian, waktu, tenaga, pemikiran, serta segala usaha yang selalu diberikan dengan tulus. Kehadiranmu bukan hanya menguatkan, tetapi juga menjaga, meyakinkan dan menggenggam tangan penulis untuk tetap melangkah di tengah berbagai keraguan dan tantangan. Terima kasih karena telah menjadi tempat yang menghadirkan rasa aman di tengah hari-hari yang tidak mudah dan menjadi sosok yang selalu mengusahakan banyak hal tanpa banyak kata. Terima kasih telah menemani, menguatkan penulis hingga mampu sampai di titik ini. Semoga segala kebaikan yang kamu berikan kembali kepadamu dalam bentuk kebahagiaan, kesehatan, dan hal-hal baik yang tidak pernah putus.
12. Shela Puspa Ningrum dan Allin Tria Kurniasari. Kebersamaan yang terjalin sejak masa SMP hingga saat ini menjadi salah satu bagian berharga dalam perjalanan hidup penulis. Banyak fase, perubahan, serta pengalaman yang telah dilalui bersama hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan sebagai Sarjana. Kehadiran kalian memberikan warna, pelajaran, dan kenangan yang tidak terlupakan. Terima kasih karena telah menjadi sahabat yang tetap bertahan di tengah berbagai perjalanan waktu. Semoga persahabatan yang telah terjalin selama ini dapat terus terjaga dengan baik di masa yang akan datang.
13. Vicka Nurlista. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu memberikan ruang untuk bercerita, tertawa, dan bertumbuh bersama. Kehadiranmu menjadi bagian dari banyak kenangan baik yang menyertai perjalanan penulis

hingga sampai pada titik ini. Penulis bersyukur dapat mengenal sosok yang selalu memberikan dukungan dengan caranya sendiri. Semoga langkahmu ke depan selalu dipenuhi keberhasilan, keberuntungan dan hal-hal baik.

14. Diva Kurnia Khoirunnisa. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik yang penuh tantangan ini. Kebersamaan selama proses penyusunan skripsi, diskusi yang tidak pernah habis, serta semangat yang saling diberikan menjadi pengalaman berharga bagi penulis. Kehadiranmu membuat berbagai proses yang panjang terasa lebih ringan untuk dijalani. Semoga segala usaha dan impian yang sedang diperjuangkan dapat terwujud dengan baik, serta kesuksesan selalu menyertai langkahmu di masa mendatang.
15. Keyna Arifina Azzahra Laurika, terima kasih telah menjadi salah satu orang yang selalu hadir dalam berbagai fase perjalanan penulis. Kehadiranmu memberikan ruang bagi penulis untuk berbagi ceritadan bertukar pandangan. Semoga setiap langkah yang kamu tempuh membawa dirimu semakin dekat dengan impian dan tujuan yang ingin kamu capai, serta semoga segala usaha yang kamu perjuangkan hari ini berbuah hasil yang membanggakan di masa depan.
16. Rahma Gus Alfitri. Terima kasih telah menjadi sepupu sekaligus teman yang selalu hadir menemani penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, bantuan, dan kesediaan mendengarkan berbagai cerita serta kebingungan yang penulis hadapi. Kebersamaan yang terjalin selama ini menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan penulis. Semoga segala cita-cita dan harapan yang sedang kamu perjuangkan dapat segera terwujud.
17. Tim BI Spark & ANTV Lampung. Penulis bersyukur menjadi bagian dari lingkungan yang dipenuhi oleh orang-orang luar biasa seperti kalian. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama. Banyak hal yang penulis pelajari dan bahwa dari perjalanan tersebut, tidak hanya sebagai pengalaman kerja, tetapi juga sebagai bagian berharga dalam proses bertumbuh.
18. Seluruh teman-teman angkatan 2022 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, dan perjalanan yang

telah dilalui bersama selama masa perkuliahan. Berbagai cerita, pembelajaran, serta dukungan yang tercipta selama ini menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan akademik penulis. Penulis merasa beruntung dapat tumbuh, belajar, dan menjadi bagian dari keluarga besar Ilmu Komunikasi.

19. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas setiap bentuk kebaikan, perhatian, masukan, serta dukungan yang diberikan sepanjang proses ini. Kehadiran kalian, baik melalui bantuan kecil maupun besar, telah menjadi bagian penting yang turut mengantarkan penulis hingga berada di titik ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang terbaik dan menjadi keberkahan dalam kehidupan masing-masing.
20. Terakhir, untuk Sabrina Nadya Judith. Apresiasi untuk diri sendiri karena telah menyelesaikan perjalanan pendidikan ini dengan sebaik mungkin. Proses penyusunan skripsi memberikan banyak pelajaran tentang tanggung jawab, konsistensi, serta arti dari terus melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Perjalanan ini dipenuhi oleh berbagai pengalaman yang membentuk cara pandang, kedewasaan, dan kemampuan untuk terus belajar. Setiap proses yang dilalui, setiap keputusan yang diambil, serta setiap langkah kecil yang berhasil diselesaikan menjadi bagian penting yang mengantarkanmu sampai pada titik ini. Karena itu, berbanggalah pada dirimu sendiri dan syukuri setiap pencapaian yang berhasil diraih. Teruslah bertumbuh, dan jangan pernah meragukan kemampuan yang kamu miliki. Semoga malam-malam panjang yang terlewati, serta doa-doa yang terus dipanjatkan menjadi jalan menuju kebahagiaan, keberhasilan, dan kehidupan yang penuh keberkahan.

Bandar Lampung, 2 Juni 2026

Penulis,

Sabrina Nadya Judith

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pikir	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Gambaran Umum.....	10
2.1.1 Gambaran Umum Radar Lampung TV.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Tekanan Persaingan terhadap Media Lokal di Era Digital.....	23
2.4 Media dan Era Digital	25
2.5 Stasiun TV Lokal.....	27
2.6 Teori Konvergensi Media.....	29
2.7 Konseptual Strategi	31
2.7.1 Periklanan Digital dalam Strategi Media.....	33
2.8 Konsep Eksistensi Media	35
III. METODE PENELITIAN	38
3.1 Tipe Penelitian.....	38

3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Fokus Penelitian.....	40
3.4 Lokasi Penelitian.....	42
3.5 Jenis data	44
3.5.1 Jenis Data Primer	44
3.5.2 Jenis Data Sekunder	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Informan Penelitian.....	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	52
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Sumber Data	55
4.1.1 Identitas Informan	56
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Distribusi Informasi.....	63
4.2.2 Adaptasi Organisasi dan Kolaborasi Tim dalam Menghadapi Penyesuaian Sumber Daya.....	70
4.2.3 Adaptasi Konten Lokal terhadap Audiens Digital.....	77
4.2.4 Interaksi dan Keterlibatan Audiens dalam Ekosistem Media Digital.....	82
4.2.5 Strategi Paket Iklan Terintegrasi sebagai Keunggulan Kompetitif.....	87
4.3 Pembahasan.....	98
4.3.1 Adaptasi Teknologi dalam Distribusi Informasi Multiplatform ..	99
4.3.2 Adaptasi Organisasi dan Pola Kerja Dalam Operasional Media Multiplatform	101
4.3.3 Adaptasi Konten dan Audiens dalam Konvergensi Media Digital.....	104
4.3.4 Strategi Paket Iklan Terintegrasi dalam Menjaga Keberlanjutan Media Lokal	107

V. SIMPULAN & SARAN	112
5.1 Simpulan.....	112
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	120

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Pengguna Media Secara Global Tahun 2024.....	1
Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian.....	9
Gambar 3. Struktur Organisasi PT Radar Lampung Visual (Radar TV).....	12
Gambar 4 & 5 <i>Screenshot</i> Profil Media Sosial Facebook & Youtube Radar Lampung TV	13
Gambar 6 & 7 <i>Screenshot</i> Profil Media Sosial Instagram dan Tiktok Radar Lampung TV	14
Gambar 8. Lokasi Radar Lampung TV	44
Gambar 9. Aktivitas pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung distribusi informasi di Radar Lampung TV	68
Gambar 10 & 11 Dokumentasi pemanfaatan platform YouTube dan media online Radar Disway sebagai teknologi distribusi informasi Radar Lampung TV.....	69
Gambar 12. Gambar 10 Dokumentasi pemanfaatan platform TikTok sebagai teknologi distribusi informasi digital Radar Lampung TV	69
Gambar 13. Dokumentasi aktivitas operasional dan koordinasi kerja antar divisi dalam ruang kerja Radar Lampung TV.....	76
Gambar 14. Dokumentasi Aktivitas Operasional dan Struktur Organisasi Radar Lampung TV	76
Gambar 15. Dokumentasi aktivitas penambahan tagline dan pengemasan konten digital se belum dipublikasikan ke platform YouTube Radar Lampung TV.....	81
Gambar 16 & 17. Dokumentasi Perubahan Format Penyajian Konten Radar Lampung TV pada Platform YouTube dan TikTok	81

Gambar 18 & 19. Dokumentasi aktivitas monitoring komentar, viewers, dan interaksi audiens pada akun media sosial Radar Lampung TV.....	86
Gambar 20 & 21 Dokumentasi Interaksi Audiens dan Respons Konten Radar Lampung TV di Media Sosial	86
Gambar 22 Dokumentasi aktivitas pengelolaan konten promosi dan penayangan iklan klien dalam pelaksanaan layanan promosi lintas platform Radar LampungTV.....	91
Gambar 23. <i>Sceenshoot</i> Berita Penutupan Bandar Lampung EXPO 2025 Media Online	92
Gambar 24. <i>Screenshoot Live Streaming</i> Youtube Penutupan Bandar Lampung Expo 2025	93
Gambar 25. Pamflet Acara <i>Live Streaming</i> di Akun Media Sosial Radar Lampung TV.....	93
Gambar 26. Dokumentasi Perjanjian Kerja Sama (PKS) Layanan Promosi Radar Lampung TV dengan Mitra Kerja Sama.....	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Diolah dari Laporan Investigatif	3
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 4.1 Identitas Informan Penelitian	60
Tabel 4.2 Kesimpulan Hasil Penelitian	96

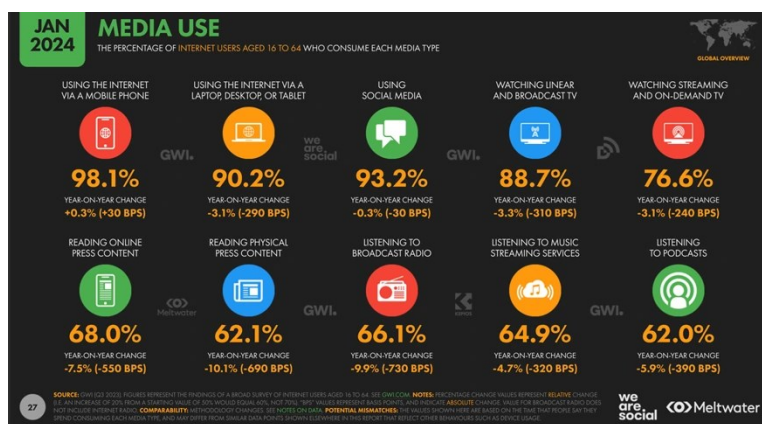
DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Dokumentasi dengan Jefri Ardi (Deputi General Manager).....	121
Lampiran 2. Dokumentasi dengan Dimas Eri Sucipta (Koordinator Kameramen & Program Digital).....	121
Lampiran 3. Dokumentasi dengan Tesa Anggara (Koordinator <i>Master Control Room</i>).....	122
Lampiran 3. Dokumentasi dengan Kunang Masmuroh Marketing Radar Lampung TV).....	122
Lampiran 4. Dokumentasi <i>Scan</i> Surat Izin Penelitian.....	123
Lampiran 5. Panduan Wawancara.....	123
Lampiran 6. Transkrip Wawancara.....	123

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar terhadap lanskap industri media global. Televisi yang sebelumnya menjadi medium utama penyebaran informasi kini menghadapi kompetisi ketat dari platform digital seperti media sosial, portal berita daring, dan layanan streaming. Perubahan ini tidak hanya menyangkut pergeseran teknologi, tetapi juga transformasi dalam pola produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Napoli (2011) menyebut fenomena ini sebagai fragmentasi audiens, di mana perhatian publik terpecah ke berbagai platform digital yang lebih personal dan interaktif. Laporan *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa konsumsi video pendek berdurasi 15–60 detik meningkat signifikan, terutama di kalangan generasi muda. Kondisi tersebut menandai pergeseran mendasar dari model siaran linear menuju ekosistem media berbasis multiplatform yang dinamis.



Gambar 1. Pengguna Media Secara Global Tahun 2024

Sumber: *We are Social*

DataReportal yang menunjukkan bahwa penggunaan internet melalui perangkat seluler mencapai 98,1%, menjadi kategori tertinggi dalam konsumsi media global. Sementara itu, penggunaan internet melalui laptop, desktop, atau tablet tercatat sebesar 90,2%. Menonton televisi linear atau broadcast berada pada angka 88,7% dan mengalami penurunan sebesar 3,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Di sisi lain, konsumsi layanan streaming dan *on-demand* mencapai 76,6%, meskipun juga mengalami penurunan sebesar 3,1%.

Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun televisi masih memiliki jangkauan luas, terjadi tren penurunan konsumsi media tradisional di tengah dominasi ekosistem digital berbasis internet dan perangkat mobile. Pergeseran ini memperlihatkan bahwa preferensi masyarakat semakin mengarah pada media yang fleksibel, personal, dan mudah diakses kapan saja.

Dampak dari transformasi tersebut sangat terasa pada industri penyiaran televisi, termasuk televisi lokal yang selama ini mengandalkan kedekatan geografis dan budaya sebagai kekuatan utama. Model bisnis berbasis iklan konvensional mulai mengalami tekanan akibat pergeseran belanja iklan ke platform digital yang lebih terukur dan berbasis algoritma. Laporan investigatif Lombok Post (2025) mencatat bahwa hingga awal 2025 Kompas TV melakukan PHK terhadap 150 karyawan, CNN Indonesia terhadap 200 karyawan, dan ANTV terhadap 57 karyawan akibat penurunan pendapatan iklan.

Data tersebut menunjukkan bahwa bahkan media berskala nasional pun tidak luput dari dampak disrupsi digital. Bagi media lokal, situasi tersebut menjadi lebih kompleks karena ketergantungan pada iklan daerah dan kerja sama pemerintah setempat (Widagdhaprasana & Dahana, 2024). Dengan demikian, persoalan eksistensi media lokal bukan lagi sekadar bertahan mengudara, melainkan mempertahankan keberlanjutan operasional dan relevansi sosialnya.

Tabel 1.1 Diolah dari laporan investigatif

No	Nama Media	Tahun	Jumlah Karyawan Terdampak	Keterangan Penyebab	Sumber
1	Kompas TV	2024-2025	150	Penurunan pendapatan iklan dan restrukturisasi organisasi.	Lombok Post, 2025
2	CNN Indonesia TV	2024-2025	200	Efisiensi operasional akibat tekanan industri media.	Lombok Post, 2025
3	ANTV	2024-2025	57	Penyesuaian bisnis dan pergeseran belanja iklan ke digital.	Lombok Post, 2025

Sumber: *Lombok Post 2025*

Dalam konteks media lokal, eksistensi memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar keberadaan fisik sebagai lembaga penyiaran. Eksistensi mencakup kemampuan menjaga kontinuitas operasional, mempertahankan kredibilitas jurnalistik, serta tetap relevan sebagai rujukan informasi masyarakat daerah (Lusyana Dewi, 2016; Sirégar, 2024). Tantangan tersebut semakin kompleks ketika audiens tidak lagi diposisikan sebagai penerima pesan pasif, melainkan sebagai partisipan aktif dalam ekosistem digital. Flew (2014) menyebut fenomena ini sebagai *prosumers*, yaitu perpaduan antara produsen dan konsumen informasi. Dalam kerangka teori konvergensi media, Henry Jenkins (2006) menjelaskan bahwa batas antara teknologi, industri, konten, dan audiens menjadi semakin kabur dalam budaya partisipatif. Oleh karena itu, media lokal dituntut untuk tidak hanya beradaptasi secara teknologi, tetapi juga mengintegrasikan seluruh elemen tersebut secara strategis agar mampu bertahan dalam lingkungan media yang terus berubah.

Dalam memahami dinamika konvergensi tersebut, penting untuk melihat interaksi empat pilar utama yang membentuk ekosistem media kontemporer, yaitu teknologi, industri, konten, dan audiens. Pilar teknologi merujuk pada infrastruktur digital yang memungkinkan proses produksi dan distribusi informasi berlangsung secara lintas platform, termasuk digitalisasi ruang redaksi, penggunaan sistem manajemen konten, serta optimalisasi media sosial. Pilar industri berkaitan dengan struktur organisasi dan model bisnis media

dalam merespons perubahan lanskap komunikasi, mencakup strategi monetisasi, diversifikasi sumber pendapatan, serta pola kemitraan. Pilar konten mencerminkan adaptasi format, durasi, dan gaya penyajian yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform digital. Sementara itu, pilar audiens menegaskan pergeseran peran khlayak menjadi partisipan aktif yang berinteraksi, memberi umpan balik, serta turut memproduksi dan mendistribusikan ulang informasi. Keempat pilar tersebut saling berinteraksi dan menjadi fondasi penting dalam strategi keberlanjutan media di era digital.

Di tengah dinamika tersebut, Radar Lampung TV menjadi kasus yang menarik untuk dikaji dalam konteks keberlanjutan media lokal. Berdasarkan pra-riset pada 11 Oktober 2025, stasiun ini tidak melaporkan adanya PHK massal hingga akhir tahun 2025. Kondisi ini berbeda dengan tren nasional yang menunjukkan restrukturisasi besar-besaran di sejumlah lembaga penyiaran. Keberlanjutan operasional tersebut tidak terlepas dari strategi adaptasi yang dilakukan dalam menghadapi perubahan lanskap media. Akun Instagram resmi @radarlampung.tv tercatat memiliki 5.566 pengikut (Pra-riset, 15 Mei 2025) dan secara rutin mempublikasikan konten berbasis laporan warga terkait berbagai peristiwa aktual di Lampung, yang kemudian dikembangkan menjadi berita utama dalam siaran televisi. Praktik ini mencerminkan integrasi antara produksi konten televisi dan partisipasi audiens dalam ekosistem digital lokal.

Keputusan Radar Lampung TV untuk beroperasi secara mandiri di bawah naungan PT Radar Lampung Visual menghadirkan dinamika tersendiri dalam pengelolaan organisasi dan strategi bisnisnya. Awalnya bagian dari Jawa Pos Group, stasiun ini mengalami restrukturisasi dan kemudian dikelola di bawah naungan Disway Media, platform digital yang didirikan pasca-pensiun dari Jawa Pos. Perubahan struktur tersebut menandai fase transisi kelembagaan yang memengaruhi arah kebijakan dan model operasionalnya. Namun dalam perkembangannya, Radar Lampung TV memilih jalur otonomi operasional dengan tetap menjalin koordinasi strategis bersama Disway Media. Pilihan ini memberikan fleksibilitas dalam pengambilan keputusan redaksional sekaligus

menuntut kemandirian dalam pengelolaan keuangan dan sumber daya. Dalam konteks industri media lokal yang kompetitif, langkah otonomi ini menjadi strategi adaptif untuk menjaga keberlanjutan dan eksistensi di tengah tekanan disrupsi digital.

Selain mempertahankan keberlanjutan operasional, Radar Lampung TV juga menunjukkan pengakuan kualitas melalui capaian institusionalnya. Pada ajang KPID Lampung Award 2019, stasiun ini meraih tiga penghargaan sekaligus, yaitu Buletin Berita Terbaik melalui program Redaksi 48 (2020), Feature Terbaik melalui program Bukan Fatamorgana, dan Penyiar Televisi Terbaik yang diberikan kepada M. Arif Rifai (Radar Lampung, 2019). Prestasi tersebut memperkuat legitimasi sosial dan kredibilitas jurnalistiknya sebagai media lokal. Namun demikian, strategi media yang dijalankan Radar Lampung TV belum banyak dianalisis secara akademis. Sejumlah penelitian terdahulu memang telah membahas adaptasi media terhadap perkembangan digital. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada aspek adaptasi media, tanpa mengkaji lebih lanjut bagaimana adaptasi tersebut dimanfaatkan sebagai dasar dalam membangun strategi yang memiliki nilai ekonomi bagi media. Sementara itu, dalam konteks industri media saat ini, kemampuan beradaptasi tidak hanya berhenti pada penyesuaian operasional, tetapi juga perlu diarahkan pada pengembangan strategi yang mampu menjawab perubahan pola konsumsi audiens dan pergeseran pendapatan iklan. Celah penelitian inilah yang menjadi dasar urgensi penelitian ini untuk menganalisis secara mendalam strategi yang diterapkan.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan akademis dengan menggali secara mendalam bagaimana Radar Lampung TV memanfaatkan praktik konvergensi media dalam membangun strategi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal. Analisis dilakukan dengan menelaah integrasi empat pilar utama, yaitu:

1. Teknologi (Digitalisasi redaksi dan distribusi multiplatform),
2. Industri (Model bisnis dan kemandirian operasional),

3. Konten (Adaptasi format dan pendekatan lokal), dan
4. Audiens (Partisipasi publik dalam produksi informasi).

Keempat pilar tersebut dianalisis secara terpadu untuk melihat bagaimana interaksi antar elemen membentuk fondasi operasional yang kemudian mendukung lahirnya strategi media dalam konteks keberlanjutan di tingkat lokal. Melalui pendekatan kualitatif yang berangkat dari realitas lokal, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan pemahaman teoretis mengenai konvergensi media dalam konteks transformasi digital lembaga penyiaran lokal, tetapi juga memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana praktik tersebut dapat dikembangkan menjadi strategi yang memiliki nilai ekonomi bagi media. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian komunikasi dan media sekaligus memberikan gambaran empiris mengenai dinamika keberlangsungan media lokal di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah:

Bagaimana strategi yang diterapkan oleh Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal di tengah perubahan media digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan, tujuan penelitian ini adalah: Untuk menganalisis dan memahami strategi yang dihasilkan melalui praktik konvergensi media dalam mempertahankan eksistensi Radar Lampung TV sebagai media lokal di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian dalam ilmu komunikasi, khususnya pada ranah studi media lokal, konvergensi media, dan periklanan digital. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik dalam memahami bagaimana praktik konvergensi media dimanfaatkan oleh media lokal dalam membangun strategi periklanan digital dan mempertahankan eksistensinya di era digital, serta memperkaya literatur mengenai adaptasi media massa terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku audiens.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui bagaimana strategi yang dihasilkan melalui praktik konvergensi media yang diterapkan oleh Radar Lampung TV mampu menjaga eksistensinya di tengah tantangan digital. Hasil kajian ini dapat dijadikan acuan oleh pelaku industri media, khususnya media lokal, dalam merumuskan strategi keberlanjutan dan pengelolaan multiplatform agar tetap relevan, kredibel, dan kompetitif di era transformasi digital saat ini.

1.5 Kerangka Pikir

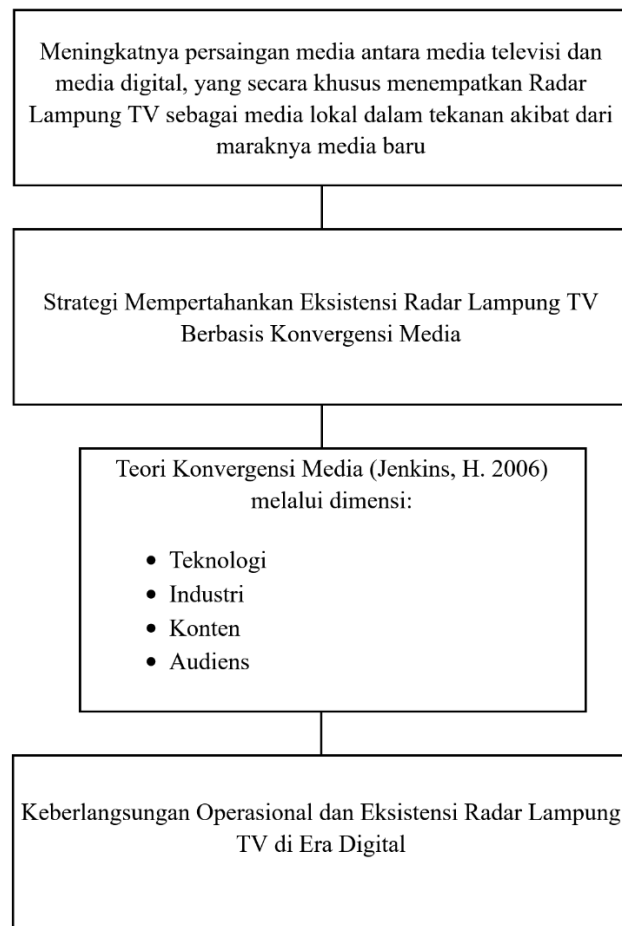
Penelitian ini berangkat dari meningkatnya persaingan antara media televisi dan media digital yang mendorong perubahan pola konsumsi media masyarakat. Audiens tidak lagi hanya mengandalkan televisi sebagai sumber informasi, tetapi mulai memanfaatkan berbagai platform digital yang lebih cepat, fleksibel, dan interaktif. Kondisi tersebut menempatkan media lokal, termasuk Radar Lampung TV, pada tekanan untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan media agar tetap dapat mempertahankan keberlangsungan operasional dan eksistensinya di tengah perkembangan industri media digital. Dalam konteks ini, eksistensi media tidak hanya dipahami sebagai keberadaan media secara fisik, tetapi juga kemampuan media dalam mempertahankan operasional penyiaran, menjangkau audiens, serta

menjaga keberlangsungan aktivitas medianya. Menurut Abidin (2007), eksistensi merupakan keberadaan yang ditunjukkan melalui kemampuan suatu entitas untuk tetap bertahan dan menjalankan fungsinya secara berkelanjutan.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, Radar Lampung TV menerapkan strategi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal di tengah persaingan industri media. Strategi tersebut merupakan bentuk respons organisasi terhadap perubahan lingkungan media yang ditandai dengan berkembangnya teknologi digital, perubahan pola distribusi informasi, serta pergeseran perilaku audiens dalam mengakses media. Menurut David (2011), strategi merupakan sarana organisasi untuk mencapai tujuan melalui serangkaian tindakan yang dirancang agar organisasi mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan sekaligus mempertahankan keberlangsungan organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada strategi yang diterapkan Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal di era digital.

Untuk menganalisis strategi tersebut, penelitian ini menggunakan Teori Konvergensi Media yang dikemukakan oleh Jenkins (2006). Konvergensi media merupakan proses integrasi berbagai media dan platform komunikasi yang menyebabkan terjadinya perubahan dalam ekosistem media. Dalam penelitian ini, teori konvergensi media digunakan sebagai landasan analisis melalui empat dimensi utama, yaitu teknologi, industri, konten, dan audiens. Keempat dimensi tersebut digunakan untuk mengkaji bagaimana strategi yang diterapkan Radar Lampung TV dijalankan melalui pemanfaatan teknologi digital, penyesuaian proses industri media, pengelolaan konten lintas platform, serta keterlibatan audiens dalam ekosistem media digital.

Melalui analisis terhadap dimensi teknologi, industri, konten, dan audiens, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana strategi mempertahankan eksistensi yang diterapkan Radar Lampung TV melalui penerapan konvergensi media mendukung keberlangsungan operasional serta eksistensinya sebagai media lokal di era digital.



Gambar 2. Kerangka Pikir Penelitian

Sumber: Data Diolah 2026

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum

2.1.1 Gambaran Umum Radar Lampung TV

Radar Radar Lampung TV merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang beroperasi di Provinsi Lampung sejak 18 Oktober 2008. Saat ini, stasiun ini dikelola oleh PT Radar Lampung Visual (Radar TV) dan tetap berada dalam koordinasi jaringan media Disway Group. Fokus utama Radar Lampung TV adalah menyajikan informasi dan program siaran yang dekat dengan kebutuhan masyarakat Lampung melalui konten berita, hiburan, budaya, religi, dan program dialog lokal.

Dalam menjalankan operasional perusahaan, Radar Lampung TV memiliki struktur organisasi yang tersusun secara fungsional dan saling terhubung antarbagian. Berdasarkan struktur organisasi terbaru PT Radar Lampung Visual, posisi tertinggi perusahaan dipimpin oleh CEO H. Ardiansyah, S.H., kemudian Direktur Utama H. Purnawirawan, S.E., M.M., serta Direktur H. Adi Kurniawan, S.H., M.M. Operasional harian perusahaan dipimpin oleh General Manager Hendarto Setiawan, S.H. yang dibantu oleh Deputy General Manager Jefri Ardi, S.Pd.I., M.M.

Pada bidang redaksi, posisi Pemimpin Redaksi dijabat oleh Hendarto Setiawan, S.H. Divisi ini didukung oleh beberapa reporter, yaitu Leo Dampiri, Jeni Pratika Surya, Gadis Futihatul Rahma, Syamsudin, Tika Sudarlis, Yoyok WD, Maxi Mai, Edi Zulkarnain, dan Asep. Para reporter

bertugas melakukan peliputan berita, pengumpulan informasi lapangan, serta mendukung produksi pemberitaan lokal Radar Lampung TV.

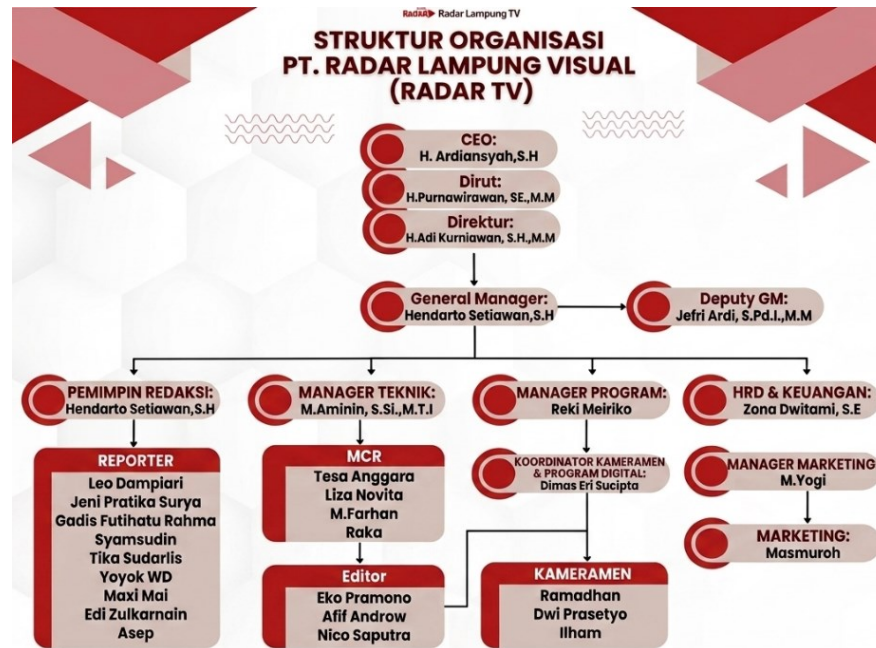
Pada bidang teknik, posisi Manajer Teknik dijabat oleh M. Aminin, S.Si., M.T.I. Divisi teknik membawahi bagian *Master Control Room* (MCR) yang terdiri dari Tesa Anggara, Liza Novita, M. Farhan, dan Raka. Bagian MCR bertugas melakukan monitoring siaran, pengaturan jadwal tayang, pengawasan iklan, serta pengendalian kualitas siaran selama 24 jam. Selain itu, terdapat bagian editor yang terdiri dari Eko Pramono, Afif Androw, dan Nico Saputra yang bertanggung jawab melakukan proses penyuntingan video untuk kebutuhan siaran televisi maupun distribusi konten digital.

Pada bidang program, posisi Manajer Program dijabat oleh Reki Meiriko. Divisi ini juga terhubung dengan Koordinator Kameramen dan Program Digital, yaitu Dimas Eri Sucipta, yang bertanggung jawab mengoordinasikan kebutuhan produksi visual serta distribusi program digital Radar Lampung TV. Dalam pelaksanaannya, bagian ini didukung oleh kameramen yang terdiri dari Ramadhan, Dwi Prasetyo, dan Ilham yang bertugas melakukan pengambilan gambar untuk kebutuhan pemberitaan, program televisi, dan dokumentasi produksi.

Dalam bidang administrasi perusahaan, posisi HRD dan Keuangan dijabat oleh Zona Dwitami, S.E. yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan administrasi sumber daya manusia serta keuangan perusahaan. Sementara itu, pada bidang pemasaran, posisi Manajer Marketing dijabat oleh M. Yogi yang membawahi bagian marketing, yaitu Masmuroh. Divisi marketing bertugas menjalankan aktivitas promosi, menjalin kerja sama iklan, menawarkan layanan pemasaran media, serta mendukung publikasi promosi melalui platform digital Radar Lampung TV.

Struktur organisasi tersebut menunjukkan bahwa Radar Lampung TV memiliki pembagian tugas yang jelas antarbagian, mulai dari bidang redaksi,

teknik, program, hingga pemasaran. Namun dalam praktik operasionalnya, setiap bagian tetap saling terhubung untuk mendukung proses produksi, distribusi konten, pengelolaan siaran, hingga aktivitas promosi media.



Gambar 3 Struktur Organisasi PT Radar Lampung Visual (Radar TV)

Sumber: Data Radar Lampung TV, 2025

Meskipun beroperasi sebagai media lokal dengan jumlah sumber daya manusia yang tidak sebesar media nasional, Radar Lampung TV tetap mampu menjalankan siaran selama 24 jam melalui pola kerja yang fleksibel dan saling mendukung antarbagian. Berdasarkan hasil wawancara penelitian, beberapa aktivitas operasional dilakukan secara terintegrasi, mulai dari produksi program, pengelolaan siaran, distribusi konten digital, hingga layanan promosi lintas platform. Selain itu, beberapa bagian operasional juga saling mendukung dalam aktivitas kerja sehari-hari untuk menyesuaikan kebutuhan produksi dan distribusi media digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan operasional Radar Lampung TV tidak hanya ditopang oleh sistem penyiaran televisi konvensional, tetapi juga melalui penyesuaian pola kerja dan pemanfaatan platform digital sebagai bagian dari praktik konvergensi media. Dalam

perkembangannya, Radar Lampung TV tidak hanya mengandalkan siaran televisi, tetapi juga aktif memanfaatkan media sosial, YouTube, dan media online untuk mendukung distribusi konten dan memperluas jangkauan audiens.

Keberadaan platform digital tersebut menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas penyebaran informasi dan promosi media. Melalui platform digital, Radar Lampung TV dapat mendistribusikan ulang konten siaran televisi ke dalam format yang lebih singkat dan menyesuaikan karakteristik audiens digital. Dokumentasi akun media sosial dan platform digital resmi Radar Lampung TV disajikan pada bagian berikut sebagai bentuk implementasi konvergensi media dalam pengelolaan media lokal.



Gambar 4



Gambar 5

Gambar 4 & 5 Screenshot Profil Media Sosial Facebook & Youtube Radar Lampung TV



Gambar 6



Gambar 7

Gambar 6 & 7 Screenshot Profil Media Sosial Instagram dan Tiktok Radar Lampung TV

Sumber: Dokumentasi Peneliti (*Screenshot akun resmi Instagram radarlampung.tv, You Tube Radar Lampung TV, TikTok @radarlampungtv, dan Facebook Radar Lampung TV, 2025*).

Melalui pemanfaatan berbagai platform tersebut, Radar Lampung TV menunjukkan adanya upaya penyesuaian terhadap perkembangan media digital dan perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa praktik konvergensi media tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi digital, tetapi juga mencakup perubahan dalam distribusi konten, pola kerja media, dan pengembangan layanan promosi sebagai bagian dari upaya mempertahankan eksistensi media lokal di era digital.

2.2 Penelitian Terdahulu

Perkembangan teknologi digital pada dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap lanskap komunikasi, khususnya dalam ranah media massa. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi, tetapi juga memengaruhi strategi operasional lembaga penyiaran dalam mempertahankan eksistensinya.

Kehadiran internet dan media sosial sebagai kanal distribusi utama telah memicu pergeseran konsumsi informasi dari media televisi menuju platform digital yang lebih interaktif, cepat, dan lintas perangkat. Kondisi tersebut turut mendorong pergeseran belanja iklan ke media digital, yang secara langsung menekan keberlanjutan ekonomi media televisi lokal. Oleh karena itu, media televisi tidak hanya dituntut untuk beradaptasi secara teknis, tetapi juga perlu mengembangkan strategi yang mampu menjawab tantangan industri secara menyeluruh.

Jean dan Ispandriarno (2021) dalam artikel jurnal ilmiah menyatakan bahwa Revolusi Industri 4.0 mendorong lembaga penyiaran, termasuk TVRI Yogyakarta, untuk menerapkan strategi konvergensi media. Strategi tersebut meliputi digitalisasi infrastruktur, restrukturisasi organisasi, transformasi konten, serta penguatan sistem distribusi berbasis jaringan. Melalui penelitian berjudul *Digitalization Strategy and Convergence of Media Adaptation in the Digital Era (Case Study on TVRI Yogyakarta)*, Jean dan Ispandriarno menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang bersumber dari studi dokumen dan artikel ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI Yogyakarta melakukan serangkaian langkah adaptasi, di antaranya peningkatan teknologi siaran menjadi kualitas HD, otomatisasi alur kerja, serta pembaruan manajemen. Upaya tersebut bertujuan untuk menarik perhatian pemirsa muda, salah satunya melalui kampanye merek “*special harvest*” yang menjadi identitas baru stasiun tersebut di era digital.

Penelitian ini menempatkan konvergensi sebagai bentuk adaptasi media terhadap perkembangan teknologi. Namun demikian, fokus kajian masih berada pada level operasional dan belum mengkaji bagaimana proses konvergensi tersebut berkembang menjadi strategi yang berdampak pada keberlanjutan ekonomi media.

Sejalan dengan itu, penelitian Prayogo dan Agustin (2023) menyoroti transformasi strategi media televisi lokal melalui optimalisasi konten digital

dan distribusi multiplatform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis konten digital mampu memperluas jangkauan audiens, meskipun menghadapi tantangan biaya produksi dan persaingan dengan kreator independen. Meskipun menggunakan istilah strategi, penelitian ini masih berfokus pada pengembangan konten dan distribusi, serta belum secara spesifik mengaitkannya dengan strategi ekonomi media, khususnya dalam aspek periklanan.

Sejalan dengan itu, penelitian Moh. Dey Prayogo & Elly N. Agustin (2023) dalam jurnal ilmiah berjudul *Transformasi Strategi Media Televisi Lokal JTV Surabaya di Era Digitalisasi dan Konvergensi Media*, memiliki keterkaitan dalam konteks strategi adaptasi media lokal di tengah arus digitalisasi. Penelitian ini menyoroti transformasi strategi media televisi lokal melalui optimalisasi konten digital dan distribusi multiplatform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis konten digital mampu memperluas jangkauan audiens, meskipun menghadapi tantangan biaya produksi dan persaingan dengan kreator independen. Metode yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, penelitian ini menerapkan teknik purposive sampling, wawancara mendalam dengan pengelola media sosial JTV, serta observasi dokumentasi konten digital.

Jika dibandingkan, penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis rancang karena sama-sama membahas strategi, namun penelitian ini masih berfokus pada pengembangan konten dan distribusi, serta belum secara spesifik mengaitkannya dengan strategi ekonomi media, khususnya dalam aspek periklanan. Kontribusi penelitian Moh. Dey Prayogo & Elly N. Agustin terhadap penelitian ini adalah memberikan gambaran praktis tentang penerapan strategi multiplatform dan konvergensi konten di media lokal, yang dapat menjadi acuan pembanding dalam merumuskan analisis strategi yang dijalankan Radar Lampung TV di era digitalisasi.

Relevansi topik ini juga dapat ditemukan pada studi yang dilakukan oleh Hotmatua Paralihan dan Ezzlan B. Setiawan (2024) dalam jurnal ilmiah berjudul *Inovasi Penyiaran TVRI Sumatera Utara dalam Mempertahankan Pendengar di Era Digital*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi penyiaran yang dilakukan TVRI Sumatera Utara guna mempertahankan audiens di era digital, dengan fokus pada jenis program yang dihadirkan dan dampak implementasi siaran televisi digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara bebas terhadap staf TVRI Sumatera Utara, meliputi produser dan penyiar, disertai observasi lapangan serta dokumentasi aktivitas stasiun televisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TVRI Sumatera Utara menerapkan inovasi melalui pemanfaatan TV digital untuk menghasilkan kualitas siaran yang lebih jernih dan menjangkau audiens lebih luas, diversifikasi konten meliputi program berita, budaya, hiburan, dan pendidikan, serta peningkatan interaksi dengan audiens melalui platform media sosial. Program unggulan seperti *Belajar Dari Rumah* terbukti mampu menarik minat audiens muda, sehingga memperkuat posisi TVRI Sumatera Utara sebagai media nasional yang edukatif dan responsif terhadap kebutuhan publik.

Jika dibandingkan, terdapat kesamaan pada fokus kajian yang membahas strategi eksistensi media lokal di tengah digitalisasi, namun perbedaannya terletak pada orientasi lembaga penyiaran publik berskala nasional yang dikelola TVRI Sumatera Utara dan penekanan pada program edukatif-interaktif. Penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi dalam mempertahankan audiens, namun belum mengkaji bagaimana inovasi tersebut berkembang menjadi strategi yang berorientasi pada keberlanjutan industri media.

Lebih jauh lagi, dua penelitian empiris dari sesama mahasiswa Universitas Lampung memberikan konteks lokal yang sangat relevan dan memperkaya landasan penelitian ini. Pertama, Danu Irawan (2022) dalam skripsinya berjudul *Kesiapan TV Lokal di Lampung Menghadapi Migrasi Penyiaran dari*

Analog ke Digital (Studi Kasus Kesiapan Tegar TV Lampung Migrasi ke Siaran TV Digital) mengkaji kesiapan infrastruktur, administratif, dan konten Tegar TV dalam menghadapi transisi siaran analog ke digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa Tegar TV menyatakan kesiapan migrasi ke digital, meski saat ini masih menerapkan sistem siaran hybrid (simulcast). Secara teknis, stasiun ini telah melakukan *upgrade* perangkat seperti *exciter*, dan secara administratif telah mengantongi izin penyiaran digital (IPP dan ISR Digital). Namun, tantangan utama tetap terletak pada keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia. Penelitian Danu Irawan sangat relevan karena mengangkat konteks lokal yang sama (Provinsi Lampung) dan mengkaji tantangan struktural yang dihadapi stasiun televisi lokal dalam proses migrasi digital isu yang juga pasti dihadapi Radar Lampung TV. Perbedaannya terletak pada aspek kesiapan struktural dan internal organisasi, serta belum mengkaji bagaimana aspek tersebut terintegrasi dalam pembentukan strategi media di tengah konvergensi digital.

Kedua, Lusyana Dewi (2016) dalam skripsinya berjudul *Pengaruh Kepribadian dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Stasiun TV Lokal di Lampung)* memberikan perspektif internal organisasi media lokal di Lampung. Penelitian ini menguji pengaruh faktor psikologis terhadap kinerja karyawan di tiga stasiun TV lokal: Radar TV Lampung, Siger TV, dan Tegar TV. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepribadian (terutama *conscientiousness*) dan kecerdasan emosional (terutama *kesadaran diri*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Temuan ini penting karena menggarisbawahi bahwa keberhasilan strategi adaptasi media lokal tidak hanya bergantung pada infrastruktur atau konten, tetapi juga pada kualitas SDM-nya. Dalam konteks penelitian ini, temuan Lusyana Dewi menjadi latar belakang penting untuk memahami bagaimana kapasitas internal Radar Lampung TV khususnya tim redaksi dan produksi mampu menjalankan strategi konvergensi media secara efektif di tengah tekanan digital.

Namun demikian, penelitian tersebut masih berfokus pada aspek internal organisasi dan belum mengaitkannya dengan pembentukan strategi media dalam konteks konvergensi dan persaingan digital. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan konvergensi media tidak hanya sebagai bentuk adaptasi operasional, tetapi juga sebagai dasar dalam pembentukan strategi media. Secara khusus, penelitian ini menganalisis bagaimana praktik konvergensi yang dilakukan oleh Radar Lampung TV berkembang menjadi strategi dalam mempertahankan eksistensi, terutama melalui integrasi layanan periklanan antara televisi dan platform digital.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menghubungkan praktik konvergensi media dengan pembentukan strategi media yang berorientasi pada aspek industri dan periklanan. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana media beradaptasi terhadap perubahan, tetapi juga bagaimana proses adaptasi tersebut dimanfaatkan sebagai dasar dalam membangun keberlanjutan ekonomi media. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam konteks media lokal, khususnya dalam memahami bagaimana strategi berbasis konvergensi diterapkan untuk menghadapi persaingan dengan media digital. Uraian perbandingan ini akan dirangkum lebih lanjut dalam tabel berikut.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

1	Penulis	N. Jean & L.S. Ispandriarno
	Tahun	2021
	Judul Penelitian	<i>Digitalization Strategy and Convergence of Media Adaptation in the Digital Era (Case Study on TVRI Yogyakarta)</i>
	Jenis Penelitian	Artikel ilmiah (Jurnal Internasional, <i>Journal of Physics: Conference Series</i> , – IOP Publishing, prosiding konferensi) https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1737/1/012015
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digitalisasi dan adaptasi konvergensi media TVRI Yogyakarta dalam menghadapi era digital.

	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis data sekunder melalui studi dokumen dan artikel ilmiah yang mengangkat isu digitalisasi media televisi dan konvergensi platform.
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TVRI Yogyakarta menghadapi tantangan transisi analog ke digital dan persaingan era 4.0. Strategi digitalisasi meliputi peningkatan infrastruktur ke HD dan otomatisasi kerja. Konvergensi media didukung perubahan manajemen dan SDM. TVRI memposisikan diri sebagai stasiun berita terlengkap dengan slogan " <i>special harvest</i> " untuk menarik pemirsa muda.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian oleh penulis yang membahas mengenai strategi eksistensi media lokal di era digital, namun penelitian ini belum mengkaji bagaimana praktik konvergensi tersebut dikembangkan menjadi strategi media yang berorientasi pada aspek ekonomi, khususnya dalam periklanan.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini memberikan landasan konseptual mengenai konvergensi media, yang dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis bagaimana praktik konvergensi berkembang menjadi strategi media yang memiliki nilai ekonomi.
2	Penulis	Moh. Dey Prayogo & Elly N. Agustin
	Tahun	2023
	Judul Penelitian	Transformasi Strategi Media Televisi Lokal JTV Surabaya di Era Digitalisasi dan Konvergensi Media
	Jenis Penelitian	Artikel ilmiah (Jurnal Nasional – Universitas Teknologi Sumbawa) https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1270
	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi JTV dalam mempertahankan eksistensi di tengah konvergensi media.
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, teknik purposive sampling, wawancara mendalam dengan pengelola media sosial JTV, dan observasi dokumentasi konten digital.
	Hasil Penelitian	Penelitian ini menunjukkan bahwa JTV Surabaya menerapkan model konvergensi konten dengan membuat konten kreatif yang disesuaikan untuk platform digital (Instagram, TikTok, YouTube, portaljtv.com) sesuai perubahan perilaku masyarakat. Inovasi ini meningkatkan jangkauan audiens, meskipun tantangan biaya produksi dan persaingan dengan konten kreator tetap ada.

	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menekankan pada optimalisasi konten digital dan distribusi multiplatform, sedangkan penelitian ini tidak hanya melihat aspek konten, tetapi mengkaji bagaimana praktik konvergensi tersebut dikembangkan menjadi strategi media yang berorientasi pada keberlanjutan ekonomi melalui periklanan.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan gambaran empiris mengenai penerapan konvergensi konten multiplatform, yang dalam penelitian ini dijadikan pembanding untuk menganalisis strategi berbasis integrasi layanan periklanan pada media lokal.
3	Penulis	Hotmatua Paralihan & Ezzlan B. Setiawan
	Tahun	2024
	Judul Penelitian	Inovasi Penyiaran TVRI Sumatera Utara dalam Mempertahankan Pendengar di Era Digital
	Jenis Penelitian	Artikel ilmiah (Jurnal Nasional – INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, UIN Sumatera Utara) https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11039
	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi inovasi penyiaran TVRI Sumatera Utara untuk mempertahankan audiens di era digital, termasuk jenis program dan dampak TV digital.
	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara bebas terhadap staf TVRI Sumut (produser, penyiar), observasi lapangan, dan dokumentasi aktivitas stasiun.
	Hasil Penelitian	TVRI Sumatera Utara menerapkan inovasi melalui TV digital untuk siaran jernih dan jangkauan luas, diversifikasi konten (berita, budaya, hiburan, pendidikan), dan interaksi audiens via media sosial. Program seperti Belajar Dari Rumah menarik audiens muda, memperkuat peran sebagai media nasional yang edukatif dan responsif.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berfokus pada inovasi penyiaran dalam mempertahankan audiens melalui kualitas siaran dan diversifikasi konten, namun belum mengkaji bagaimana inovasi tersebut dikembangkan menjadi strategi media yang berorientasi pada aspek industri dan periklanan.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan perspektif mengenai inovasi konten dan interaksi audiens, yang dalam penelitian ini diposisikan sebagai bagian dari proses yang mendukung pembentukan strategi media berbasis konvergensi.

4	Penulis	Danu Irawan
	Tahun	2022
	Judul Penelitian	Kesiapan TV Lokal di Lampung Menghadapi Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital (Studi Kasus Tegar TV Lampung)
	Jenis Penelitian	Skripsi (Penelitian ilmiah – Universitas Lampung, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP) https://digilib.unila.ac.id/63649/
	Tujuan Penelitian	Mengetahui kesiapan Tegar TV Lampung menghadapi migrasi penyiaran dari analog ke digital.
	Metode Penelitian	Kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.
	Hasil Penelitian	Tegar TV menyatakan siap migrasi, menggunakan sistem hybrid (simulcast), telah <i>upgrade</i> perangkat (<i>exciter</i>), dan memiliki izin digital. Tantangan utama: keterbatasan anggaran dan SDM.
	Perbedaan Penelitian	Penelitian ini berfokus pada kesiapan teknis, administratif, dan regulasi dalam migrasi penyiaran digital, sedangkan penelitian ini mengkaji bagaimana praktik konvergensi media dimanfaatkan sebagai dasar dalam membentuk strategi media untuk mempertahankan eksistensi.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan konteks empiris mengenai kondisi dan tantangan struktural media lokal di Lampung, yang menjadi latar penting dalam memahami kebutuhan akan strategi berbasis konvergensi dalam penelitian ini.
5	Penulis	Lusyana Dewi
	Tahun	2016
	Judul Penelitian	Pengaruh Kepribadian dan Kecerdasan Emosional terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Stasiun TV Lokal di Lampung)
	Jenis Penelitian	Skripsi (Penelitian ilmiah – Universitas Lampung, Program Studi Manajemen, FEB) http://digilib.unila.ac.id/22523/
	Tujuan Penelitian	Mengetahui pengaruh kepribadian dan kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan di stasiun TV lokal Lampung.
	Metode Penelitian	Kuantitatif dengan kuesioner dan analisis regresi berganda.
	Hasil Penelitian	Kepribadian (<i>conscientiousness</i>) dan kecerdasan emosional (<i>kesadaran diri</i>) berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan di Radar TV.
	Perbedaan	Penelitian ini berfokus pada faktor internal organisasi, khususnya

	Penelitian	pengaruh kepribadian dan kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan, sedangkan penelitian penulis mengkaji strategi media dalam konteks konvergensi digital dan persaingan industri.
	Kontribusi Penelitian	Memberikan perspektif mengenai peran kualitas sumber daya manusia dalam mendukung kinerja organisasi media, yang dalam penelitian ini dipahami sebagai faktor pendukung dalam implementasi strategi berbasis konvergensi.

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026

2.3 Tekanan Persaingan terhadap Media Lokal di Era Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam struktur industri media, baik pada tingkat global maupun nasional. Media tidak lagi beroperasi dalam sistem yang terpusat dan stabil, melainkan dalam ekosistem yang dinamis, terdigitalisasi, dan berbasis jaringan. Dalam kondisi ini, batas antara produsen dan konsumen informasi menjadi semakin kabur, sementara distribusi konten tidak lagi bergantung pada satu saluran utama. Transformasi ini menunjukkan bahwa industri media mengalami perubahan struktural yang signifikan dalam cara produksi, distribusi, dan konsumsi informasi (Jenkins, 2006).

Salah satu dampak utama dari perubahan tersebut adalah terjadinya fragmentasi audiens. Napoli (2011) menjelaskan bahwa kemunculan berbagai platform digital menyebabkan perhatian audiens tersebar ke berbagai kanal media, sehingga tidak lagi terpusat pada satu jenis media tertentu. Audiens kini memiliki kebebasan untuk memilih sumber informasi sesuai preferensi masing-masing melalui media sosial, portal berita daring, aplikasi streaming, maupun platform berbagi video. Kondisi ini berdampak pada menurunnya loyalitas terhadap media televisi dan mendorong terbentuknya pola konsumsi media yang lebih personal serta berbasis algoritma.

Selain pada aspek audiens, tekanan persaingan juga terjadi pada dimensi ekonomi dan industri media. Pergeseran belanja iklan dari media konvensional ke platform digital menjadi tantangan utama bagi keberlanjutan media,

khususnya televisi lokal. Picard (2011) menyatakan bahwa perubahan ini mencerminkan transformasi model bisnis media, di mana sumber pendapatan tidak lagi bergantung pada sistem penyiaran tradisional, melainkan pada kemampuan media dalam menyediakan nilai tambah seperti segmentasi audiens, data analitik, serta pengukuran kinerja yang lebih terukur. Platform digital dinilai lebih unggul karena mampu memberikan efektivitas dan efisiensi bagi pengiklan.

Di sisi lain, media lokal memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan media nasional maupun platform global. McQuail (2010) menjelaskan bahwa media massa memiliki fungsi sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat sesuai dengan konteks sosialnya, termasuk pada level lokal. Media lokal umumnya mengandalkan kedekatan dengan komunitas, pengangkatan isu-isu daerah, serta representasi identitas kultural sebagai kekuatan utama. Namun demikian, keunggulan tersebut tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan media, terutama ketika dihadapkan pada persaingan dengan media digital yang memiliki jangkauan lebih luas dan dukungan teknologi yang lebih maju.

Dalam konteks ini, tekanan persaingan tidak hanya dipahami sebagai ancaman, tetapi juga sebagai pemicu terjadinya transformasi dalam industri media. Jenkins (2006) melalui konsep konvergensi media menjelaskan bahwa perubahan lanskap media mendorong terjadinya integrasi antara berbagai platform, serta perubahan dalam pola produksi, distribusi, dan konsumsi konten. Oleh karena itu, untuk dapat bertahan di tengah kompetisi yang semakin kompleks, media lokal dituntut untuk mampu mengembangkan strategi adaptif dengan memanfaatkan keterkaitan antara aspek teknologi, industri, konten, dan audiens.

Secara konseptual, tekanan persaingan terhadap media lokal dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara fragmentasi audiens, transformasi model bisnis, karakteristik media lokal, serta perkembangan teknologi digital. Dengan

demikian, analisis terhadap keberlanjutan media lokal tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan yang integratif untuk melihat keterkaitan antar aspek dalam membentuk strategi media di era digital.

2.4 Media dan Era Digital

Lanskap media di Indonesia telah mengalami transformasi yang pesat, terutama dalam kaitannya dengan cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Pada dekade 1970-an hingga awal 2000-an, televisi memegang peran sebagai media utama atau primadona yang menggantikan dominasi radio sejak tahun 1950-an (Kitley, 2008). Kehadiran televisi tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga alat pembentuk opini publik yang kuat melalui tayangan berita, hiburan, dan program edukasi. Kemampuan televisi dalam menghadirkan konten audio-visual dengan jangkauan luas menjadikannya media yang dipercaya dan diandalkan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat (Straubhaar et al., 2015). Pada masa itu, stasiun televisi nasional maupun lokal berkembang pesat, memperluas cakupan siaran hingga ke daerah-daerah, termasuk Lampung. Televisi bukan hanya sarana hiburan, melainkan juga jendela dunia yang membentuk persepsi kolektif masyarakat terhadap realitas sosial, politik, dan budaya.

Namun, memasuki dekade 2010-an, hadirnya teknologi digital dan internet menjadi pemicu utama perubahan besar dalam pola konsumsi media. Akses internet yang semakin cepat dan terjangkau, ditambah dengan penetrasi smartphone yang meluas, mendorong munculnya pola konsumsi yang lebih fleksibel, personal, dan dinamis (Napoli, 2011). Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube mulai menggeser posisi televisi karena menawarkan kemudahan akses, interaktivitas, serta kebebasan memilih konten sesuai minat dan kebutuhan individu. Laporan *We Are Social* (2024) mencatat bahwa 96,5% pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial setiap bulan, sementara durasi menonton televisi terus mengalami penurunan. Fenomena ini menandai pergeseran dari model konsumsi media yang bersifat *top-down* dan seragam menuju pola yang *bottom-up*, fragmentatif, dan berbasis algoritma.

Khalayak kini tidak lagi terikat pada jadwal siaran televisi, melainkan dapat menikmati konten kapan saja dan di mana saja melalui layar ponsel, tablet, atau laptop. Lebih dari itu, audiens tidak lagi bersikap pasif; mereka aktif berpartisipasi melalui komentar, *like*, *share*, bahkan menciptakan konten sendiri (*user-generated content*). Perubahan ini mengubah relasi antara media dan publik: dari hubungan satu arah menjadi dialog multidimensi yang dinamis (Jenkins, 2006). Generasi muda, khususnya, cenderung lebih memilih video singkat di TikTok atau Instagram Reels dibandingkan program televisi berdurasi panjang yang dianggap kurang responsif terhadap kebutuhan informasi instan.

Perubahan ini membawa implikasi mendalam bagi eksistensi media konvensional. Televisi, yang dulu menjadi pusat gravitasi arus informasi, kini harus bersaing tidak hanya dengan sesama stasiun penyiaran, tetapi juga dengan jutaan kreator konten independen, platform global, dan layanan *streaming* berlangganan. Model bisnis berbasis iklan tradisional mulai goyah karena pengiklan beralih ke platform digital yang menawarkan segmentasi audiens yang lebih presisi dan biaya yang lebih efisien. Akibatnya, banyak stasiun televisi baik nasional maupun lokal mengalami penurunan pendapatan, pemangkasan operasional, bahkan gelombang PHK massal (Widagdhaprasana & Dahana, 2024).

Dalam konteks inilah, transformasi media bukan sekadar peralihan teknologi, melainkan pergeseran paradigma dalam produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Media konvensional, termasuk televisi lokal seperti Radar Lampung TV, dituntut untuk tidak hanya mengadopsi teknologi digital, tetapi juga mengubah logika operasionalnya: dari penyiar pasif menjadi fasilitator partisipasi, dari produsen tunggal menjadi kurator konten kolaboratif, dan dari penyedia informasi menjadi mitra dialog dengan audiens. Tantangan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis, budaya, dan ekonom yang akan dibahas lebih mendalam dalam subbab berikutnya mengenai tekanan persaingan yang dihadapi media lokal di era digital.

2.5 Stasiun TV Lokal

Stasiun televisi lokal merupakan lembaga penyiaran yang beroperasi di wilayah geografis tertentu dan menayangkan konten yang relevan dengan karakteristik sosial, budaya, serta kebutuhan masyarakat setempat. Perkembangan televisi lokal di Indonesia menguat pasca diberlakukannya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang memberikan ruang bagi daerah untuk memiliki lembaga penyiaran sendiri sebagai bagian dari sistem penyiaran nasional (Nugroho, Putri, & Laksmi, 2012). Keberadaan televisi lokal tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga berperan dalam menyediakan informasi kontekstual, mendukung edukasi publik, serta menjaga identitas budaya daerah.

Karakteristik utama televisi lokal terletak pada fokus kontennya yang menyoroti isu-isu daerah, seperti berita lokal, kesenian tradisional, kuliner khas, hingga aktivitas komunitas. Orientasi tersebut menciptakan kedekatan emosional antara media dan audiens, yang menjadi pembeda dibandingkan media berskala nasional maupun global. Kedekatan ini memungkinkan televisi lokal menghadirkan liputan dengan kedalaman lokal (*local depth*), yakni kemampuan menggali isu secara lebih spesifik dan kontekstual sesuai kebutuhan masyarakat setempat.

Dari sisi manajemen, televisi lokal umumnya memiliki struktur organisasi yang lebih ramping dibandingkan televisi nasional. Pembagian divisi seperti program, produksi, teknik, dan pemasaran sering kali digabungkan dalam satu tim karena keterbatasan sumber daya (Prayogo & Agustin, 2023; Jean & Ispandriarno, 2021). Skala operasional yang lebih kecil membuat proses pengambilan keputusan relatif lebih cepat dan fleksibel. Namun, kondisi tersebut juga menuntut efisiensi dalam pengelolaan sumber daya manusia serta optimalisasi biaya produksi agar tetap berkelanjutan.

Dalam konteks bisnis media, televisi lokal cenderung bergantung pada pendapatan dari iklan daerah, sponsorship acara komunitas, serta kerja sama

dengan pemerintah setempat (Latief & Utomo, 2017). Berbeda dengan televisi nasional yang memiliki jaringan iklan berskala luas, televisi lokal mengandalkan relasi langsung dengan pelaku usaha dan institusi daerah. Keterbatasan pasar ini menuntut kreativitas dalam mengelola program dan strategi pemasaran agar tetap kompetitif di tengah pasar yang relatif sempit namun padat pesaing.

Perkembangan teknologi digital menghadirkan tantangan baru bagi televisi lokal. Pergeseran belanja iklan ke platform berbasis internet serta perubahan pola konsumsi media yang semakin non-linear mendorong televisi lokal untuk melakukan adaptasi. Banyak stasiun televisi lokal mulai memanfaatkan platform digital seperti YouTube dan media sosial sebagai saluran distribusi tambahan guna memperluas jangkauan konten. Pemanfaatan platform tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dengan audiens melalui komentar, pesan langsung, maupun partisipasi publik dalam bentuk konten warga.

Kondisi ini mencerminkan dinamika khas dalam industri media modern. Di satu sisi, televisi lokal dituntut untuk menjaga relevansi budaya dan kedekatan dengan audiens; di sisi lain, mereka perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan menerapkan strategi konvergensi media agar mampu mempertahankan keberlangsungan operasionalnya di tengah arus digital (Lotz, 2014). Keberlanjutan televisi lokal sangat dipengaruhi oleh kemampuannya memadukan kekuatan konten berbasis kearifan lokal dengan strategi distribusi multiplatform yang selaras dengan perubahan perilaku audiens.

Dalam konteks penelitian ini, karakteristik tersebut menjadi landasan konseptual untuk memahami bagaimana lembaga penyiaran daerah menyusun strategi adaptasi di tengah disrupsi digital. Dengan mempertimbangkan dimensi teknologi, industri, konten, dan audiens, kajian mengenai televisi lokal dalam ekosistem media digital menjadi penting untuk melihat bagaimana

integrasi berbagai elemen tersebut dapat membentuk strategi keberlanjutan media pada tingkat lokal.

2.6 Teori Konvergensi Media

Konvergensi media merupakan paradigma sentral dalam studi media kontemporer yang menjelaskan transformasi radikal dalam ekosistem komunikasi akibat penetrasi teknologi digital. Teori ini tidak hanya menggambarkan perubahan infrastruktur teknis, tetapi juga merefleksikan pergeseran mendalam dalam relasi antara produsen media, industri, konten, dan audiens. Gagasan utama konvergensi media dikembangkan secara komprehensif oleh Henry Jenkins dalam karyanya *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006). Jenkins (2006) menegaskan bahwa konvergensi bukanlah sekadar penyatuan perangkat fisik atau penggabungan platform komunikasi, melainkan sebuah proses budaya di mana aliran informasi bergerak secara dinamis melalui berbagai saluran media yang saling terhubung.

Premis dasar teori konvergensi media terletak pada asumsi bahwa ekosistem media beroperasi di dalam empat dimensi utama yang saling memengaruhi dan membentuk jaringan interdependen, yaitu dimensi teknologi, industri, konten, dan audiens (Jenkins, 2006). Perubahan pada satu dimensi secara otomatis akan mendisrupsi dan mengubah dimensi lainnya. Sebagai contoh, ketika sebuah media mengadopsi platform digital baru (dimensi teknologi), keputusan tersebut akan memaksa perusahaan mengubah model bisnis penawaran iklannya (dimensi industri) dan memodifikasi kemasan videonya menjadi lebih pendek (dimensi konten), demi mengikuti perubahan perilaku penonton yang bermigrasi ke ponsel pintar (dimensi audiens). Pemahaman mengenai keterkaitan antar-dimensi ini diperkuat oleh Mark Deuze (2007) dalam *Media Work*. Deuze (2007) menambahkan bahwa integrasi dimensi-dimensi tersebut di dalam industri media memicu revolusi praktik profesional, di mana pekerja media kini dituntut memiliki keterampilan lintas platform dan mampu bekerja secara fleksibel guna merespons dinamika konvergensi secara real-time.

Dalam penelitian mengenai analisis strategi Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal, keempat dimensi konvergensi menurut Jenkins (2006) tersebut diadopsi sebagai kerangka analitis utama yang menghubungkan landasan teoretis langsung dengan hasil dan pembahasan di lapangan.

Pada dimensi teknologi yang merupakan fondasi fisik dan infrastruktur digital, teori ini berkontribusi untuk menganalisis bagaimana adopsi platform digital dan media sosial digunakan oleh Radar Lampung TV sebagai sarana perluasan jangkauan siaran. Analisis difokuskan pada pemanfaatan infrastruktur digital ini dalam menjembatani transisi media konvensional menuju ekosistem multiplatform. Selanjutnya, dimensi industri digunakan untuk mengkaji transformasi tata kelola organisasi, restrukturisasi ruang redaksi, dan strategi monetisasi. Kontribusi dimensi ini adalah untuk membedah bagaimana manajemen Radar Lampung TV melakukan adaptasi bisnis, mengubah model penjualan iklan konvensional menjadi strategi komersialisasi digital, serta mengelola keterbatasan sumber daya manusia dalam menjalankan alur kerja konvergensi.

Sementara itu, dimensi konten memberikan kontribusi analitis untuk melihat perubahan format, estetika, dan strategi distribusi pesan, khususnya bagaimana produk siaran konvensional Radar Lampung TV dikemas ulang atau diproduksi secara khusus agar sesuai dengan karakteristik, durasi, dan logika tiap-tiap platform digital tanpa kehilangan identitas utama media. Terakhir, dimensi audiens menyoroti pergeseran peran publik dari konsumen pasif menjadi subjek yang aktif dan interaktif. Kontribusi dimensi ini dalam penelitian adalah untuk menganalisis tingkat keterbelahan, respon, serta perilaku migrasi audiens lokal dalam mengonsumsi konten Radar Lampung TV di berbagai platform digital, yang pada akhirnya memengaruhi nilai tawar media di hadapan pengiklan.

Dengan demikian, Teori Konvergensi Media dari Henry Jenkins tidak hanya berfungsi sebagai lensa deskriptif, melainkan sebagai alat analisis kritis yang

mendasari pembedahan realitas adaptasi strategi yang dilakukan oleh Radar Lampung TV. Melalui integrasi keempat dimensi tersebut, teori ini mampu memetakan secara utuh bagaimana sebuah stasiun televisi lokal menavigasi disrupsi teknologi melalui pembenahan infrastruktur, reposisi model bisnis, modifikasi kreatif konten, serta pengelolaan interaksi audiens digital. Pada akhirnya, kerangka teoretis ini menyediakan landasan konseptual yang kokoh untuk mengevaluasi efektivitas, peluang bisnis baru, serta tantangan struktural yang dihadapi oleh Radar Lampung TV dalam upaya mempertahankan eksistensi, kredibilitas, dan keberlangsungan finansialnya sebagai lembaga penyiaran lokal di tengah ketatnya persaingan industri media di era konvergensi.

2.7 Konseptual Strategi

Perubahan lanskap media di era digital tidak hanya menuntut kemampuan adaptasi, tetapi juga perumusan langkah yang terarah dan berkelanjutan. Kompleksitas persaingan industri, percepatan perkembangan teknologi, serta perubahan perilaku audiens mendorong organisasi media untuk menata ulang cara berpikir dan pola operasionalnya. Dalam konteks ini, strategi menjadi elemen penting yang menentukan arah dan keberlangsungan organisasi media. Secara umum, strategi dipahami sebagai rencana terpadu yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi melalui pengalokasian sumber daya secara efektif (Chandler, 1962; Andrews, 1980). Definisi ini menunjukkan bahwa strategi tidak hanya berkaitan dengan penetapan tujuan akhir, tetapi juga dengan bagaimana organisasi mengelola dan mengarahkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki secara tepat untuk menghadapi perubahan lingkungan di sekitarnya. Dalam konteks industri media, strategi dirancang secara sadar sebagai respons organisasi untuk menghadapi tantangan disrupsi dan mempertahankan eksistensinya agar tetap relevan di mata publik.

Pada era digital, perumusan strategi media tidak dapat dilepaskan dari dinamika konvergensi. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa konvergensi media tidak sekadar bertumpu pada aspek teknologi, melainkan sebuah proses menyeluruh yang memengaruhi struktur industri, bentuk konten, serta

hubungan antara media dan audiensnya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, konsep strategi dianalisis secara spesifik melalui perspektif konvergensi media yang memetakan langkah adaptasi organisasi ke dalam empat dimensi utama menurut Henry Jenkins (2006), yaitu dimensi teknologi, industri, konten, dan audiens. Keempat dimensi tersebut saling memengaruhi satu sama lain dan membentuk satu kesatuan strategi yang utuh dalam operasional lembaga penyiaran.

Pada dimensi teknologi, strategi diwujudkan melalui keputusan organisasi dalam mengadopsi dan memanfaatkan platform digital guna mendukung aktivitas distribusi pesan. Pemanfaatan infrastruktur digital dan pengelolaan multiplatform menjadi basis utama bagi media lokal untuk memperluas jangkauan siaran di luar batasan teritorial konvensional. Langkah pemanfaatan teknologi ini kemudian berkaitan erat dengan dimensi industri, di mana strategi berfokus pada pengelolaan tata kelola organisasi, restrukturisasi internal, dan penyesuaian model bisnis agar media mampu bertahan secara ekonomi. Hal ini mencakup langkah taktis manajemen dalam menggeser model penjualan iklan konvensional yang mulai jenuh ke arah penawaran paket iklan terintegrasi demi menjaga keberlangsungan finansial perusahaan.

Selanjutnya, dimensi industri tersebut memengaruhi dimensi konten yang diwujudkan melalui proses produksi dan pengemasan informasi yang adaptif terhadap karakteristik tiap-tiap platform digital. Konten tidak lagi diproduksi secara kaku untuk satu saluran penyiaran saja, melainkan dimodifikasi dari segi durasi, format, dan estetika visualnya agar sesuai dengan logika media sosial tanpa kehilangan identitas utama media lokal tersebut. Terakhir, perubahan pada kemasan konten bermuara pada dimensi audiens, di mana strategi diarahkan untuk merespons pergeseran peran khalayak yang kini bermigrasi ke ruang digital dan menjadi lebih aktif. Strategi media dalam dimensi ini berfokus pada upaya membangun keterlibatan serta merespons timbal balik dari audiens digital secara interaktif guna menjaga loyalitas penonton sekaligus meningkatkan nilai tawar media di hadapan para pengiklan.

Dengan demikian, strategi media di era konvergensi merupakan satu kesatuan langkah dinamis yang mengintegrasikan aspek teknologi, pengelolaan industri, kreativitas konten, dan pengelolaan hubungan dengan audiens secara utuh tanpa terpisah-pisah. Keberlanjutan hidup dan eksistensi sebuah media lokal sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengelola keempat dimensi konvergensi tersebut secara berkesinambungan. Pembahasan mengenai bagaimana dimensi-dimensi strategi ini bermuara pada upaya memperkuat pendapatan komersial media akan diuraikan lebih mendalam pada subbab mengenai konsep periklanan digital berikutnya.

2.7.1 Periklanan Digital dalam Strategi Media

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi pemasaran, khususnya dalam aktivitas periklanan. Periklanan tidak lagi terbatas pada media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak, tetapi telah berkembang ke arah pemanfaatan berbagai platform digital yang memungkinkan penyampaian pesan secara lebih fleksibel dan interaktif. Dalam konteks ini, periklanan digital dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media berbasis internet untuk menyampaikan pesan komersial kepada audiens dengan dukungan teknologi digital.

Menurut Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick dalam buku *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (2019), periklanan digital merupakan bagian dari strategi pemasaran digital yang menggunakan berbagai kanal online untuk menjangkau audiens, serta didukung oleh kemampuan pengukuran kinerja secara real-time. Hal ini memungkinkan pelaku industri tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengevaluasi efektivitas komunikasi secara lebih terukur. Dengan demikian, periklanan digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat analisis yang membantu pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran.

Jika dibandingkan dengan periklanan konvensional, periklanan digital memiliki karakteristik yang berbeda. Periklanan konvensional cenderung bersifat satu arah, menjangkau audiens secara massal, serta memiliki keterbatasan dalam mengukur respons khalayak secara langsung. Sebaliknya, periklanan digital memungkinkan interaksi dua arah antara media dan audiens, serta menyediakan data yang dapat digunakan untuk memahami perilaku audiens secara lebih spesifik. Hal ini sejalan dengan pandangan Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan dalam buku *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital* (2017), yang menyatakan bahwa pemasaran digital memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih personal dan partisipatif antara pelaku industri dan konsumennya.

Dalam konteks industri media, periklanan digital menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung keberlangsungan ekonomi. Perubahan perilaku konsumsi audiens yang semakin beralih ke platform digital mendorong media untuk tidak lagi bergantung sepenuhnya pada model periklanan konvensional. Media dituntut untuk mampu mengembangkan pendekatan baru yang sesuai dengan karakteristik ekosistem digital, sehingga pesan komersial dapat disampaikan secara lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, periklanan digital tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai bagian dari strategi adaptasi media di tengah perubahan lanskap industri.

Secara konseptual, periklanan digital mencakup beberapa pendekatan utama. Pertama, periklanan digital terintegrasi (*integrated digital advertising*), yaitu pemanfaatan berbagai kanal digital secara terpadu dalam satu strategi komunikasi pemasaran. Pendekatan ini memungkinkan pesan yang disampaikan menjadi lebih konsisten dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Kedua, promosi lintas platform (*cross-platform promotion*), yang merujuk pada penyebaran pesan melalui berbagai platform media secara simultan untuk memperkuat eksposur dan efektivitas komunikasi. Ketiga, penargetan dan keterlibatan audiens (*audience targeting and engagement*), yang

menekankan pentingnya menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens serta membangun interaksi yang lebih aktif dalam proses komunikasi.

Ketiga pendekatan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas periklanan digital tidak hanya ditentukan oleh seberapa luas jangkauan pesan, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengintegrasikan berbagai platform, menyesuaikan konten dengan karakteristik audiens, serta membangun keterlibatan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, periklanan digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi media dalam menghadapi dinamika era digital.

Dengan demikian, konsep periklanan digital memberikan kerangka pemahaman yang penting dalam melihat bagaimana media mengelola aktivitas promosi secara adaptif dan terintegrasi. Pemahaman ini selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar analisis dalam melihat praktik yang dilakukan oleh media, khususnya dalam mengaitkan antara distribusi konten, pengelolaan audiens, serta pengembangan strategi untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan industri media yang semakin kompleks.

2.8 Konsep Eksistensi Media

Secara umum, eksistensi diartikan sebagai keberadaan suatu objek atau entitas yang mampu menunjukkan keberlangsungan keberadaannya dalam suatu lingkungan tertentu. Menurut Abidin (2007), eksistensi merupakan suatu proses keberadaan yang bersifat dinamis, di mana suatu individu atau lembaga berupaya mempertahankan keberadaannya melalui berbagai bentuk penyesuaian terhadap lingkungan sekitarnya. Dalam konteks organisasi, eksistensi tidak hanya dimaknai sebagai keberadaan secara fisik, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan untuk tetap bertahan, berkembang, dan diakui keberadaannya oleh masyarakat.

Dalam bidang komunikasi massa, eksistensi media dapat dipahami sebagai kemampuan suatu media untuk tetap menjalankan fungsi komunikasi,

mempertahankan operasional, serta menjaga keterhubungan dengan audiens di tengah perubahan lingkungan media. McQuail (2010) menjelaskan bahwa media massa harus mampu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, perubahan kebutuhan audiens, serta dinamika industri media agar tetap dapat mempertahankan keberadaannya dalam sistem komunikasi modern. Dengan demikian, eksistensi media tidak hanya ditentukan oleh keberadaan institusi media itu sendiri, tetapi juga oleh kemampuan media dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan industri dan perilaku konsumsi media masyarakat.

Perkembangan media digital menyebabkan eksistensi media, khususnya media lokal, menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Perubahan pola konsumsi media masyarakat yang mulai beralih ke platform digital membuat media lokal tidak lagi dapat bergantung sepenuhnya pada pola penyiaran konvensional. Flew (2014) menjelaskan bahwa perkembangan media digital telah mengubah cara produksi, distribusi, dan konsumsi media sehingga media dituntut untuk mampu beradaptasi dengan lingkungan media yang semakin terhubung dan kompetitif. Kondisi tersebut menyebabkan media lokal perlu melakukan berbagai bentuk penyesuaian agar tetap mampu mempertahankan keberlangsungannya di tengah persaingan media digital.

Dalam konteks media lokal, eksistensi media juga berkaitan dengan kemampuan media dalam mempertahankan audiens, menjaga aktivitas distribusi konten, serta mempertahankan keberlangsungan operasional dan ekonomi media. Doyle (2013) menjelaskan bahwa keberlangsungan industri media dipengaruhi oleh kemampuan media dalam mengembangkan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku pasar. Dengan demikian, media tidak hanya dituntut mampu memproduksi konten, tetapi juga harus mampu mengembangkan strategi distribusi dan promosi yang sesuai dengan perkembangan media digital.

Berdasarkan pendapat tersebut, eksistensi media dalam penelitian ini dipahami sebagai kemampuan Radar Lampung TV dalam mempertahankan

keberlangsungan operasional media melalui praktik konvergensi media, distribusi konten multiplatform, pengembangan layanan promosi digital, serta penyesuaian terhadap perubahan perilaku konsumsi media masyarakat di era digital. Eksistensi tersebut ditunjukkan melalui kemampuan Radar Lampung TV dalam tetap menjalankan siaran, mendistribusikan konten pada berbagai platform digital, mempertahankan hubungan dengan audiens, serta mengembangkan layanan promosi lintas platform sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan industri media digital.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pemilihan tipe penelitian kualitatif pada penelitian ini dilandasi kebutuhan untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, serta penafsiran subjek penelitian secara mendalam. Dengan tipe ini, peneliti dapat memahami realitas sosial secara holistik dan kontekstual, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi strategi adaptasi organisasi media. Fokus utamanya adalah mengungkap makna di balik tindakan dan keputusan yang diambil oleh pelaku media, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena yang dikaji.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial dalam konteks alaminya secara mendalam, holistik, dan kontekstual. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong (2007), penelitian kualitatif tidak berorientasi pada pengujian hipotesis atau generalisasi statistik, melainkan pada eksplorasi makna, interpretasi, dan pengalaman subjektif para pelaku yang terlibat langsung dalam fenomena tersebut. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan menggali strategi operasional, dinamika internal, serta logika adaptasi yang diterapkan oleh Radar Lampung TV dalam menghadapi disrupsi digital suatu proses yang kompleks, dinamis, dan tidak dapat direduksi menjadi angka-angka.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama. Oleh karena itu, kedekatan dengan objek penelitian, sensitivitas terhadap konteks,

serta kemampuan menginterpretasi data secara reflektif menjadi kunci keberhasilan penelitian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap nuansa-nuansa strategis yang tidak terlihat dalam data kuantitatif, seperti cara tim redaksi mengubah laporan warga terkait berbagai peristiwa aktual di Lampung, yang kemudian dikembangkan menjadi berita utama, atau bagaimana mereka menyesuaikan gaya penyampaian antara siaran televisi dan platform digital. Dengan demikian, pendekatan kualitatif dipandang paling tepat untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini secara utuh dan bermakna.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (case study). Menurut Yin (2014), studi kasus merupakan strategi penelitian yang digunakan untuk memahami suatu fenomena kontemporer secara mendalam dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika fenomena dan konteksnya tidak dapat dipisahkan secara jelas. Dalam penelitian ini, fenomena yang dikaji adalah strategi Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media lokal di tengah perkembangan media digital. Fenomena tersebut dipandang sebagai suatu kasus yang perlu dipahami secara mendalam karena berkaitan dengan berbagai proses adaptasi yang dilakukan media dalam menghadapi perubahan teknologi, industri, konten, dan audiens.

Radar Lampung TV dipilih sebagai kasus tunggal karena memiliki karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian. Di tengah persaingan media digital dan berbagai tantangan yang dihadapi media lokal, Radar Lampung TV masih mampu mempertahankan operasional penyiaran, menjalankan siaran selama 24 jam, mengembangkan distribusi multiplatform, serta menjalankan layanan promosi lintas platform sebagai bagian dari strategi medianya. Kondisi tersebut menjadikan Radar Lampung TV menarik untuk diteliti sebagai kasus yang dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana media lokal melakukan adaptasi dan mempertahankan keberlangsungannya di era digital.

Sejalan dengan tujuan penelitian untuk memahami fenomena tersebut secara mendalam, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan eksploratif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis temuan di lapangan yang meliputi aktivitas operasional media, distribusi konten, pengelolaan platform digital, serta interaksi dengan audiens. Sementara itu, pendekatan eksploratif digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai bentuk adaptasi yang dilakukan Radar Lampung TV hingga berkembang menjadi strategi dalam mempertahankan eksistensi media.

Pelaksanaan studi kasus dilakukan melalui pengumpulan data dari berbagai sumber, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan yang terlibat langsung dalam pengelolaan Radar Lampung TV untuk memperoleh informasi mengenai proses adaptasi dan strategi yang dijalankan. Observasi dilakukan terhadap aktivitas operasional media, distribusi konten digital, pengelolaan promosi, serta interaksi audiens pada platform digital. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk memperkuat temuan penelitian melalui berbagai dokumen, arsip, serta bukti visual yang berkaitan dengan aktivitas media.

Melalui proses pengumpulan data tersebut, peneliti memperoleh gambaran mengenai berbagai bentuk adaptasi yang dilakukan Radar Lampung TV pada aspek teknologi, industri, konten, dan audiens, serta bagaimana adaptasi tersebut berkembang menjadi strategi yang mendukung keberlangsungan media. Dengan demikian, pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti memahami fenomena secara kontekstual, mendalam, dan berdasarkan realitas empiris yang terjadi di lapangan.

3.3 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, penetapan fokus memiliki peranan penting untuk membatasi ruang lingkup kajian agar tetap berada dalam koridor yang sesuai dengan tujuan penelitian. Fokus penelitian membantu peneliti menentukan arah eksplorasi data sekaligus memastikan bahwa proses pengumpulan

informasi tidak berkembang terlalu luas dan kehilangan kedalaman analisis. Sebagaimana dijelaskan oleh Moleong (2017), fokus penelitian berfungsi sebagai pedoman konseptual yang mengarahkan peneliti dalam menggali fenomena secara sistematis dan kontekstual.

Penelitian ini berangkat dari fenomena perubahan lanskap industri media akibat perkembangan teknologi digital yang memengaruhi pola produksi, distribusi, dan konsumsi informasi. Perubahan tersebut mendorong media lokal untuk melakukan berbagai bentuk penyesuaian agar tetap mampu mempertahankan operasional, menjangkau audiens, dan menjaga keberlangsungan media di tengah persaingan industri media digital yang semakin dinamis. Radar Lampung TV sebagai salah satu media lokal di Provinsi Lampung menjadi objek penelitian untuk memahami bagaimana media lokal melakukan penyesuaian terhadap perubahan tersebut.

Penelitian ini menggunakan teori Konvergensi Media Henry Jenkins (2006) yang menempatkan teknologi, industri, konten, dan audiens sebagai dimensi penting dalam proses perubahan media. Keempat dimensi tersebut digunakan sebagai fokus analisis untuk memahami berbagai bentuk adaptasi operasional yang dilakukan Radar Lampung TV dalam menghadapi perkembangan media digital.

Dimensi teknologi difokuskan pada pemanfaatan teknologi digital yang mendukung proses produksi, pengelolaan, dan distribusi informasi di Radar Lampung TV. Kajian pada dimensi ini mencakup platform distribusi yang memungkinkan integrasi penyiaran televisi dengan media digital dalam aktivitas operasional media.

Dimensi industri difokuskan pada penyesuaian organisasi dan operasional media dalam menghadapi perubahan industri penyiaran. Kajian ini mencakup pola kerja, pengelolaan sumber daya, koordinasi antarbagian, serta berbagai bentuk penyesuaian yang dilakukan untuk menjaga keberlangsungan operasional media.

Dimensi konten difokuskan pada perubahan bentuk pengemasan dan distribusi konten yang dilakukan Radar Lampung TV agar sesuai dengan karakteristik platform digital dan kebutuhan audiens. Fokus ini mencakup proses adaptasi format, penyajian, serta pengembangan konten pada berbagai platform media. Dimensi audiens difokuskan pada keterhubungan antara media dan audiens dalam lingkungan digital. Kajian ini mencakup bentuk interaksi, respons audiens, keterlibatan pengguna media digital, serta pemanfaatan umpan balik audiens dalam aktivitas media.

Melalui keempat dimensi tersebut, penelitian ini berupaya memahami bagaimana berbagai bentuk adaptasi operasional yang dilakukan Radar Lampung TV kemudian berkembang menjadi strategi promosi lintas platform yang mengintegrasikan televisi dan media digital sebagai upaya mempertahankan operasional, jangkauan audiens, dan eksistensi media lokal di era digital.

Dengan demikian, fokus penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk adaptasi yang dilakukan pada aspek teknologi, industri, konten, dan audiens, tetapi juga menganalisis bagaimana keterhubungan antar dimensi tersebut dimanfaatkan sebagai strategi dalam mempertahankan eksistensi Radar Lampung TV sebagai media lokal di era digital.

3.4 Lokasi Penelitian

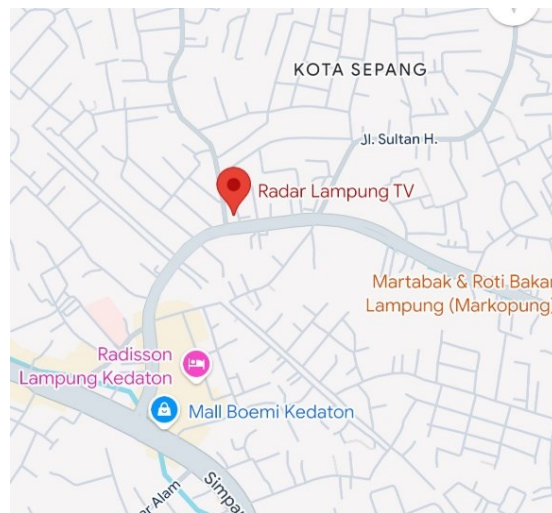
Penelitian ini dilaksanakan di kantor Radar Lampung TV yang berlokasi di Jl. Sultan Agung No. 18 Sepang Jaya, Kota Bandar Lampung. Radar Lampung TV merupakan salah satu stasiun televisi lokal yang telah mengudara sejak 18 Oktober 2008 dan memiliki peran dalam lanskap penyiaran daerah di Provinsi Lampung. Keberadaannya selama lebih dari satu dekade menunjukkan bahwa stasiun ini telah melalui berbagai dinamika perubahan industri media, termasuk pergeseran dari sistem penyiaran konvensional menuju era digital dan

multiplatform.

Dengan dukungan tower pemancar berdaya 5 kilowatt yang ditempatkan pada posisi strategis, Radar Lampung TV memiliki jangkauan siaran yang luas di wilayah Lampung. Jangkauan tersebut memperkuat posisinya sebagai media lokal yang menjangkau masyarakat lintas kabupaten/kota dengan menyajikan informasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat daerah.

Radar Lampung TV memosisikan diri sebagai televisi keluarga (*all segment*) dengan menitikberatkan konten pada isu-isu lokal, budaya daerah, informasi publik, serta program interaktif yang melibatkan masyarakat. Karakteristik audiens Lampung yang dinamis, memiliki solidaritas sosial yang kuat, serta kedekatan dengan identitas budaya daerah menjadikan stasiun ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang representasi sosial dan kultural.

Dalam konteks transformasi digital, berdasarkan hasil pengamatan lapangan, Radar Lampung TV berada pada situasi adaptasi antara sistem penyiaran konvensional dan platform digital. Sebagai media lokal, stasiun ini menghadapi perubahan pola konsumsi media, kompetisi dengan platform digital, serta kebutuhan untuk mengintegrasikan teknologi dalam proses produksi dan distribusi konten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Radar Lampung TV menjalankan berbagai upaya adaptasi untuk mempertahankan keberlangsungan operasionalnya di tengah disrupsi digital. Dengan demikian, lokasi penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai dinamika strategi media lokal dalam menghadapi perubahan ekosistem industri media.



Gambar 8. Lokasi Radar Lampung TV

Sumber : Google Maps

3.5 Jenis data

3.5.1 Jenis Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber utama melalui interaksi dan pengamatan di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi di lingkungan kerja Radar Lampung TV.

Penentuan informan dilakukan dengan teknik *key informan*, yaitu memilih individu yang memiliki pengetahuan mendalam serta keterlibatan langsung dalam proses operasional dan pengambilan keputusan di Radar Lampung TV. Informan dalam penelitian ini meliputi pihak manajemen dan tim operasional yang terlibat dalam produksi, distribusi konten, serta pengelolaan media digital dan periklanan. Melalui wawancara mendalam, peneliti memperoleh informasi mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi yang dijalankan dalam menghadapi perubahan industri media.

Selain wawancara, observasi dilakukan secara langsung di lingkungan kerja Radar Lampung TV untuk mengamati aktivitas produksi, distribusi konten, serta dinamika kerja tim. Observasi ini mencakup pola interaksi antarpegawai,

penggunaan teknologi dalam proses produksi dan distribusi, serta bentuk adaptasi yang dilakukan dalam kondisi keterbatasan sumber daya.

Hasil observasi digunakan untuk memperkuat dan memverifikasi data yang diperoleh dari wawancara, sehingga data yang dihasilkan lebih akurat dan kontekstual. Melalui kombinasi wawancara dan observasi, penelitian ini memperoleh gambaran empiris mengenai praktik strategi yang dijalankan oleh Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

3.5.2 Jenis Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber yang telah tersedia sebelumnya, baik dalam bentuk cetak maupun digital, dan tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti di lapangan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas dan operasional Radar Lampung TV. Dokumentasi yang digunakan meliputi arsip siaran, konten digital pada platform seperti YouTube dan media sosial, serta dokumen pendukung seperti profil perusahaan dan materi publikasi yang relevan dengan praktik konvergensi media dan strategi keberlangsungan media lokal. Data tersebut digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi, khususnya dalam melihat bentuk distribusi konten multiplatform dan praktik periklanan yang dijalankan.

Selain itu, dokumentasi juga digunakan untuk menelusuri keterkaitan antara konsep konvergensi media dengan praktik yang terjadi di lapangan. Melalui data sekunder ini, peneliti memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai bagaimana Radar Lampung TV mengintegrasikan aspek teknologi, industri, konten, dan audiens dalam menjalankan strategi mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan ekosistem media digital. Dengan demikian, data sekunder berperan sebagai pendukung dalam memperkuat temuan penelitian, sekaligus menjadi bagian dari proses triangulasi untuk memastikan kesesuaian antara data hasil wawancara, observasi, dan bukti dokumentasi yang ditemukan di lapangan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan tiga teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan ketiga teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang komprehensif, mendalam, serta relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, kombinasi teknik ini juga digunakan sebagai bentuk triangulasi untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh di lapangan.

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh informasi yang mendalam dan kontekstual. Menurut Kriyantono (2010), wawancara digunakan untuk menggali data secara lebih rinci mengenai pengalaman, pandangan, serta pemahaman informan terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung (tatap muka) dengan pendekatan semi-terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti menggali informasi secara fleksibel namun tetap terarah sesuai fokus penelitian.

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *key informan sampling*, yaitu pemilihan informan kunci yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam proses adaptasi dan strategi konvergensi media di Radar Lampung TV. Informan yang dipilih merupakan pihak yang berperan dalam aspek manajerial, produksi, serta teknis operasional media.

Pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung di Kantor Radar Lampung TV pada tanggal 15 Januari 2026. Wawancara melibatkan tiga informan kunci, yaitu Informan 1 Jefri Ardi sebagai Deputy General Manager, Informan 2 Dimas Eri Sucipta berjenis kelamin laki-laki sebagai Koordinator Kameramen & Program Digital, serta Informan 3 Tessa Anggara sebagai Teknisi MCR (*Master Control Room*). Wawancara informan pertama dilakukan pada pukul 17.00 WIB, wawancara informan

kedua pada pukul 18.30 WIB, dan wawancara informan ketiga pada pukul 19.40 WIB di lokasi yang sama.

Wawancara kedua dilakukan kembali pada tanggal 13 Mei 2026 di Kantor Radar Lampung TV pada pukul 14.00 WIB secara langsung (*offline*) dengan satu informan tambahan, yaitu Kunang Masmuroh berjenis kelamin perempuan yang merupakan staf marketing Radar Lampung TV.

Dalam pelaksanaan wawancara, setiap informan diwawancarai sesuai dengan ruang lingkup tugas dan perannya di dalam organisasi. Informan pertama sebagai Deputy General Manager diwawancarai terkait kebijakan strategis, arah pengembangan media, serta keputusan dalam mengintegrasikan platform televisi dan digital. Informan kedua sebagai Koordinator Kameramen & Program Digital diwawancarai mengenai implementasi strategi pada level operasional, khususnya dalam pengelolaan konten, distribusi multiplatform, serta pengembangan media digital. Sementara itu, informan ketiga sebagai Teknisi MCR (*Master Control Room*) diwawancarai untuk memperoleh informasi terkait aspek teknis operasional siaran, proses monitoring program televisi, serta dukungan teknis dalam integrasi sistem penyiaran dengan platform digital. Adapun informan keempat sebagai staf marketing diwawancarai untuk memperoleh informasi terkait aktivitas promosi dan periklanan digital, pelaksanaan promosi lintas platform, serta pengelolaan kerja sama iklan yang dilakukan melalui televisi dan platform digital Radar Lampung TV.

Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses adaptasi operasional yang terjadi, strategi yang dihasilkan dari konvergensi media, serta bagaimana implementasi strategi tersebut dalam mendukung keberlangsungan media. Melalui wawancara ini, peneliti memperoleh data terkait siapa yang terlibat dalam strategi, apa bentuk strategi yang diterapkan, kapan dan di mana strategi tersebut dijalankan, mengapa strategi tersebut dipilih, serta bagaimana proses implementasinya di lingkungan Radar Lampung TV.

2. Wawancara

Wawancara Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas dan dinamika kerja di lingkungan penelitian. Menurut Kriyantono (2010), wawancara digunakan untuk menggali data secara lebih rinci mengenai pengalaman, pandangan, serta pemahaman informan terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan di Kantor Radar Lampung TV dengan fokus pada aktivitas yang berkaitan dengan strategi yang dijalankan oleh Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya.

Observasi pertama dilakukan pada bulan Januari 2026 dengan durasi pengamatan rata-rata selama 1-2 jam, yaitu sekitar pukul 17.30 hingga 19.30 WIB. Pada tahap ini, peneliti mengamati aktivitas monitoring program televisi di ruang MCR (*Master Control Room*), termasuk proses pengendalian siaran, penjadwalan program, serta koordinasi antar tim produksi. Aktivitas ini diamati karena berkaitan langsung dengan strategi operasional dalam menjaga kualitas siaran televisi sebagai bagian dari eksistensi media.

Selain itu, observasi juga dilakukan pada aktivitas produksi konten digital, seperti proses editing berita, pengelolaan konten media sosial, serta aktivitas tim digital dalam mendistribusikan konten ke platform online. Peneliti juga mengamati aktivitas di ruang kerja tim produksi dan tim magang yang terlibat dalam pengolahan konten berita digital. Aktivitas-aktivitas tersebut diamati karena berkaitan dengan strategi konvergensi media dalam mengintegrasikan platform televisi dan digital.

Observasi lanjutan dilakukan pada tanggal 13 Mei 2026 pada pukul 15.00 WIB hingga 16.00 WIB di lokasi yang sama, dengan fokus pada aktivitas produksi konten digital, interaksi tim digital, serta proses distribusi konten ke media sosial sebagai bagian dari strategi periklanan digital dan perluasan jangkauan audiens.

Melalui observasi ini, peneliti memperoleh data mengenai bagaimana strategi diterapkan dalam praktik sehari-hari, termasuk pola kerja, interaksi antar tim, serta aktivitas yang mendukung keberhasilan strategi yang digunakan oleh Radar Lampung TV.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai teknik pendukung untuk memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Menurut Kriyantono (2010), dokumentasi dapat berupa arsip, catatan, maupun bukti visual yang mendukung analisis penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai bukti yang berkaitan dengan aktivitas strategi konvergensi media di Radar Lampung TV.

Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi foto kegiatan observasi di lingkungan kerja, seperti aktivitas monitoring program televisi, proses produksi konten, serta aktivitas tim digital. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan bukti dokumentasi digital berupa tangkapan layar (*screenshot*) akun media sosial resmi Radar Lampung TV (Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube), yang menunjukkan aktivitas distribusi konten dan strategi digital yang diterapkan.

Peneliti juga mengakses dan mengumpulkan dokumen pendukung seperti data publikasi online, serta informasi terkait paket iklan atau kerja sama media yang menggambarkan strategi bisnis dan periklanan yang dijalankan. Dokumentasi ini bertujuan untuk menjawab bagaimana strategi dijalankan secara nyata serta memperkuat temuan dari wawancara dan observasi.

Proses dokumentasi dilakukan bersamaan dengan kegiatan observasi dan wawancara, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi aktual di lapangan. Dengan demikian, dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai bukti empiris yang memperkuat validitas data serta membantu peneliti dalam menganalisis strategi yang diterapkan oleh Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

3.7 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam bidang yang sedang diteliti. Mereka dipilih karena menduduki posisi strategis yang relevan dengan fokus penelitian, sehingga mampu memberikan informasi yang akurat dan mendalam terkait proses transformasi digital media di Radar Lampung TV. Dalam penelitian ini, jumlah informan utama yang dipilih sebanyak tiga orang, terdiri dari Deputi General Manager, Koordinator Kameramen & Program Digital dan Teknisi MCR (*Master Control Room*). Pemilihan ketiga informan tersebut didasarkan pada peran strategis mereka yang mencerminkan tiga dimensi penting, yaitu dimensi manajerial kebijakan, dimensi operasional kreatif dan dimensi teknis infrakstruktural.

Adapun pihak yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Deputi General Manager Radar Lampung TV

Dipilih karena berperan dalam perumusan kebijakan strategis dan pengambilan keputusan tingkat tinggi. Sebagai pemegang otoritas manajerial, mereka memiliki wawasan luas mengenai arah pengembangan bisnis media dan strategi konvergensi yang diterapkan oleh Radar Lampung TV. Informasi dari jabatan ini krusial untuk memahami bagaimana kebijakan organisasi mempengaruhi proses produksi dan distribusi konten secara keseluruhan.

2. Koordinator Kameramen & Program Digital

Dipilih karena bertanggungjawab atas manajemen konten, perencanaan program, serta integrasi distribusi multiplatform. Mereka bertindak sebagai penghubung antara visi strategis manajemen dengan eksekusi teknis di lapangan, khususnya dalam adaptasi konten untuk platform digital. Melalui wawancara dengan koordinator ini, peneliti dapat memperoleh data mendalam mengenai tantangan dan strategi dalam mengelola aliran konten di berbagai saluran media.

3. Teknisi MCR (*Master Control Room*) Radar Lampung TV

Dipilih karena memiliki kompetensi teknis dalam mengoperasikan infrastruktur penyiaran dan memastikan kelancaran alur distribusi konten secara *real-time*. Posisi ini sangat vital karena MCR merupakan jantung dari proses penyiaran

yang mengontrol kualitas sinyal sebelum disiarkan ke publik. Data dari MCR diperlukan untuk memahami aspek teknis serta kendala infrastruktur yang mungkin terjadi selama proses produksi.

4. Marketing Radar Lampung TV

Dipilih karena memiliki peran dalam aktivitas promosi, kerja sama periklanan, serta pengelolaan layanan promosi lintas platform di Radar Lampung TV. Informan ini diperlukan untuk memperoleh data mengenai praktik promosi digital, pola kerja sama dengan klien, serta penerapan paket iklan terintegrasi yang memadukan televisi, media sosial, YouTube, dan media online. Selain itu, data dari informan marketing juga membantu memahami bagaimana Radar Lampung TV memanfaatkan konvergensi media dalam mendukung aktivitas periklanan dan mempertahankan eksistensi media lokal di era digital.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan untuk mengolah serta menginterpretasi informasi yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga komponen utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Model ini dipilih karena mampu memberikan kerangka kerja yang fleksibel, mendalam, dan adaptif terhadap dinamika lapangan.

1. Reduksi Data

Tahap reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, menyederhanakan, serta mengorganisasi data yang diperoleh dari wawancara dengan *key informan*, yaitu informan yang terlibat langsung dalam proses produksi, pengelolaan, dan distribusi konten di Radar Lampung TV, seperti pihak manajerial, tim produksi, dan tim digital. Selain itu, reduksi juga dilakukan terhadap data hasil observasi aktivitas kerja di lingkungan Radar Lampung TV serta dokumentasi berupa arsip siaran dan konten digital pada platform media. Data yang terkumpul kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema utama, seperti praktik konvergensi multiplatform, tantangan dan peluang media

lokal, serta strategi yang dijalankan dalam mempertahankan eksistensi. Proses ini menghasilkan pemetaan data yang lebih terarah sehingga analisis difokuskan pada informasi yang relevan dengan rumusan masalah penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi, data disusun dan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel tematik, serta kutipan langsung dari *key informan*. Penyajian data dilakukan secara sistematis untuk memperlihatkan keterkaitan antar temuan, sehingga pola strategi yang dijalankan oleh Radar Lampung TV dapat terlihat dengan jelas. Melalui penyajian ini, hubungan antara aspek operasional, strategi, dan praktik konvergensi media dapat diidentifikasi secara lebih terstruktur, baik pada dimensi teknologi, industri, konten, maupun audiens.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap akhir analisis dilakukan melalui penarikan kesimpulan secara bertahap berdasarkan data yang telah disajikan, kemudian diverifikasi melalui teknik triangulasi sumber dan metode. Verifikasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antar *key informan*, mengaitkannya dengan hasil observasi lapangan, serta mencocokkannya dengan data sekunder berupa arsip dan dokumentasi digital Radar Lampung TV. Proses ini memastikan konsistensi dan keabsahan temuan penelitian, sehingga kesimpulan yang dihasilkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif dan kontekstual sesuai dengan kondisi empiris di lapangan. Seluruh rangkaian analisis ini menekankan pada kredibilitas data sebagai dasar dalam menghasilkan temuan yang valid.

3.9 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, keabsahan data menjadi aspek penting untuk memastikan hasil penelitian akurat, kredibel, dan dapat dipercaya. Keabsahan data dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa *key informan* yang memiliki peran berbeda dalam organisasi Radar Lampung TV, seperti pihak manajerial, koordinator kameramen & program digital, serta pihak yang

terlibat dalam proses produksi dan pengelolaan konten. Informasi mengenai strategi media, khususnya terkait praktik periklanan digital, distribusi konten multiplatform, dan pengelolaan operasional, tidak hanya diperoleh dari satu informan, tetapi dikonfirmasi kembali kepada informan lain untuk memastikan konsistensi data yang diperoleh.

Selain itu, keabsahan data juga dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi lapangan dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas produksi program, monitoring siaran, distribusi konten ke platform digital, serta pengelolaan media sosial dan konten promosi. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk memperkuat data berupa tangkapan layar media sosial, arsip pemberitaan, struktur organisasi, konten promosi digital, serta dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan strategi konvergensi media Radar Lampung TV. Melalui proses tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya berasal dari pernyataan informan, tetapi juga didukung oleh kondisi lapangan dan bukti dokumentasi.

Untuk menjaga reliabilitas data, peneliti melakukan pencatatan secara sistematis selama proses pengumpulan data, mulai dari wawancara, observasi, hingga analisis data. Peneliti juga menjaga netralitas selama proses penelitian dengan melakukan refleksi terhadap hasil temuan dan menghindari subjektivitas dalam proses interpretasi data. Selain itu, hasil wawancara yang dianggap memerlukan penegasan kembali dikonfirmasi kepada informan terkait agar tidak terjadi kesalahan pemaknaan data.

Proses analisis data dilakukan secara bertahap berdasarkan model analisis interaktif Miles dan Huberman (1994), yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Seluruh proses tersebut dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan untuk memastikan bahwa hasil penelitian memiliki tingkat kepercayaan yang kuat serta mampu menjelaskan fenomena strategi konvergensi media Radar Lampung TV secara mendalam dan kontekstual.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai praktik konvergensi media di Radar Lampung TV, dapat disimpulkan bahwa konvergensi media mendorong transformasi pada aspek teknologi, industri, konten, dan audiens yang saling terintegrasi dalam operasional media. Pada aspek teknologi, Radar Lampung TV memanfaatkan teknologi platform digital sebagai sistem distribusi konten secara multiplatform. Pada aspek industri, terjadi koordinasi dan fleksibilitas kerja lintas divisi. Pada aspek konten, siaran televisi dikembangkan ulang menjadi konten digital, sedangkan pada aspek audiens terjadi peningkatan interaksi dan partisipasi melalui platform digital.

Implementasi keempat dimensi tersebut menjadi dasar terbentuknya strategi paket iklan terintegrasi yang menggabungkan penayangan iklan di televisi dengan distribusi konten promosi melalui media sosial, YouTube, dan media online. Strategi ini memperluas jangkauan promosi melalui integrasi multiplatform, meskipun masih menghadapi tantangan berupa koordinasi internal, perubahan algoritma media sosial, dan persaingan media digital. Secara keseluruhan, konvergensi media di Radar Lampung TV tidak hanya mengubah proses operasional media, tetapi juga membentuk strategi bisnis yang mendukung eksistensi media lokal di era digital.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Radar Lampung TV:

Radar Lampung TV diharapkan dapat menggeser model bisnis perusahaan dari sekadar menjual ruang iklan konvensional (seperti *spot* atau jeda iklan televisi) menjadi penyedia solusi pemasaran digital yang komprehensif. Langkah strategis ini dapat diwujudkan dengan membentuk unit bisnis baru yang bertindak sebagai *creative/digital agency* lokal, serta membangun jaringan kolaborasi taktis dengan para *content creator* dan *influencer* di Lampung untuk memproduksi kampanye pemasaran terpadu bagi klien. Dampaknya, Radar Lampung TV tidak hanya berhasil menciptakan sumber pendapatan baru yang mandiri di luar iklan televisi, tetapi juga mampu mereposisi perannya menjadi mitra strategis pertumbuhan bisnis bagi para pelaku usaha lokal di era digital, sekaligus mengamankan keberlanjutan finansial perusahaan dalam jangka panjang.

2. Bagi Televisi Lokal Lainnya :

Media televisi lokal lainnya diharapkan dapat mengubah strategi penjualan ruang iklan mereka dari metode konvensional (hanya menjual durasi tayang televisi) menjadi strategi monetisasi berbasis data. Langkah ini dilakukan dengan mengelola dan menyusun data performa media sosial mereka secara rapi seperti jumlah interaksi, jangkauan konten, dan demografi penonton. Data akurat inilah yang nantinya ditunjukkan kepada calon mitra sebagai bukti efektivitas beriklan. Dampaknya, televisi lokal akan memiliki nilai jual yang jauh lebih profesional dan terpercaya di mata pengiklan, sehingga mampu membuka peluang kerja sama baru dan menjaga keberlangsungan bisnis media di era digital.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya:

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menguji secara empiris model konvergensi media ini melalui pendekatan kuantitatif, khususnya pada

pengaruh langsung dari strategi konvergensi dan periklanan digital terhadap minat beli pengiklan serta retensi audiens digital. Langkah ini penting untuk mengisi celah keterbatasan penelitian ini yang baru memotret fenomena dari perspektif internal media melalui pendekatan kualitatif. Dampaknya, penelitian masa depan akan mampu memberikan kontribusi teoritis yang lebih kokoh berupa model konvergensi media lokal yang dapat digeneralisasikan, sekaligus menyediakan data prediktif yang valid bagi akademisi maupun praktisi industri media dalam mengukur efektivitas investasi digital secara riil.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Cresswell, J. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*.
- Flew, T. (2014). *New media*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.475>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. <https://nyupress.org/9780814742952/convergence-culture>
- Kitley, P. (2014). *Television, nation, and culture in Indonesia*. Ohio University Press.
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media.
- Lotz, A. D. (2014). The television will be revolutionized. In *The Television Will Be Revolutionized, Second Edition*. New York University Press. <https://nyupress.org/9781479898817/the-television-will-be-revolutionized/>
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/book/audience-evolution/9780231150364>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2015). *Media now: Understanding media, culture, and technology* (10th ed.). Cengage Learning. <https://www.cengage.com/c/media-now-10e-straubhaar>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). sage.

- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Cambridge: Polity Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Picard, R. G. (2011). *The economics and financing of media companies (2nd ed.)*. Fordham University Press
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory (6th ed.)*. Sage Publications.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. MIT Press.
- Andrews, K. R. (1980). *The concept of corporate strategy (2nd ed.)*. Richard D. Irwin.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases (13th ed.)*. Pearson.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy (13th ed.)*. Pearson.
- Doyle, G. (2013). *Understanding media economics (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Abidin, Z. (2007). *Analisis eksistensial: Sebuah pendekatan alternatif untuk psikologi dan psikiatri*. RajaGrafindo Persada.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing (3rd ed.)*. Sage Publications.

Jurnal/Artikel Ilmiah :

- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The qualitative report*, 13(4), 544-559. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2008.1573>
- Jean, N., & Ispandriano, L. S. (2021). Digitalization strategy and convergence of media adaptation in the digital era (case study on TVRI yogyakarta). In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1737, No. 1, p. 012015). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1737/1/012015>
- Paralihan, H., Setiawan, E. B., Al-Farabi, B. F., Amelia, C., Fadillah, A., Kusniadi, A. I., & Sayani, T. P. (2024). Inovasi Penyiaran TVRI Sumatera Utara dalam Mempertahankan Pendengar Di Era Digital. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 5568-5577. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11039>
- Prayogo, M. D., & Agustin, E. N. (2023). Transformasi strategi media televisi lokal JTV Surabaya di era digitalisasi dan konvergensi media. *Relasi: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 3(2), 112-123. <https://aksiologi.org/index.php/relasi/article/view/1270>
- Thalib, M. A. (2022). Optimalisasi strategi media lokal dalam menghadapi era digital. *Komunal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9-15. <https://journal.scimadly.com/index.php/kjpm/article/view/17>
- Tressyalina, T., Noveria, E., & Arief, E. (2023). Strategi adaptasi media lokal di era konvergensi digital. *Educaniora: Journal of Education and Learning*, 1(1), 1-8. <https://educaniora.org/index.php/ec/article/view/1>
- Widagdhaprasana, M., & Dahana, A. S. B. (2024). Strategi transformasi bisnis media di era digitalisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Audiovisual*, 11(2), 59-64. <https://ejurnal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika/article/download/23038/pdfEjo>
- Setiawan, A., & Andari, N. (2024). Efektivitas iklan di Radar TV Lampung terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Revitalisasi*, 12(3), 45-58.
- Singer, J. B. (2004). A sea-change in journalism: Convergence, journalists, their audiences and sources. *Convergence*, 10(4), 21-29.
- Lawson-Borders, G. (2003). Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations. *International Journal on Media Management*, 5(2), 91-99.
- Latzer, M. (2013). Media convergence. In T. Flew (Ed.), *Handbook of the digital creative economy* (pp. 123-133). Edward Elgar.

- Kafedjiska, V. (2024). *Convergence of digital media and Management of production in new conditions*. *Knowledge International Journal*, 63(1), 215–220.
- Vukanovic, Z. (2018). The influence of digital *convergence* on media business models. In *Digital media and the economics of convergence* (pp. 233–252). Springer.
- Yoedtadi, M. G., & Ronda, A. M. (2021). Television and social media *convergence*: *Convergence continuum and journalistic convergence analysis at Indosiar*. *Journal of Arts & Humanities*, 10(10), 1–10.
- Baranova, E. A., Zheltukhina, M. R., & Shnaider, A. A. (2020). New media business philosophy in conditions of mass media *convergence*. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(4).
- Aguado, J. M., & Martínez, I. J. (2009). Mobile media and advertising: A new *convergence* scenario. *Observatorio (OBS) Journal*, 3*(2).

Skripsi :

- Alisty, R. (2022). *Mediamorfosis Radar Lampung TV dalam mempertahankan eksistensi di era digital* [Skripsi, Universitas Sriwijaya]. <https://repository.unsri.ac.id/123285>
- Aprilya, D. (2023). *Transformasi media lokal Radar Bekasi di era konvergensi media* [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74575/1/DEWI%20APRILYA-FDK.pdf>
- Danu Irawan. (2022). *Kesiapan TV lokal di Lampung menghadapi migrasi penyiaran dari analog ke digital (Studi kasus kesiapan Tegar TV Lampung migrasi ke siaran TV digital)* [Skripsi, Universitas Lampung]. [Selamat Datang - Digital Library](#)
- Lusyana Dewi. (2016). *Pengaruh kepribadian dan kecerdasan emosional terhadap kinerja karyawan (Studi pada stasiun TV lokal di Lampung)* [Skripsi, Universitas Lampung]. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. [Selamat Datang - Digital Library](#)

Website/Portal Berita :

- ABC News. (2025, Mei 9). *Dampak PHK pekerja media di Indonesia mengancam demokrasi*. ABC News Indonesia. <https://www.abc.net.au/indonesian/2025-05-09/dampak-phk-pekerja-media-di-indonesia-terhadap-demokrasi/105268566> (Diakses 15 Mei 2025, 09.15 WIB)

- Lombok Post. (2025, Mei 2). *Daftar perusahaan media yang melakukan PHK karyawan hingga awal 2025*. JawaPos – Lombok Post. <https://lombokpost.jawapos.com/aneka/1505956274/daftar-perusahaan-media-yang-melakukan-phk-karyawan-hingga-awal-2025> (Diakses 17 Mei 2025, 14.22 WIB)
- Siregar, C. H. (2024, Februari 7). *Profil Radar TV: Televisi lokal terbaik di Provinsi Lampung, sejarah, program, dan prestasi*. Radar TV. <https://radartv.disway.id/read/19706/profil-radar-tv-televisi-lokal-terbaik-di-provinsi-lampung-sejarah-program-dan-prestasi/45> (Diakses 20 Mei 2025, 11.40 WIB)
- TVMU. (2025). *Konvergensi media dan regulasi komunikasi: Menimbang ulang demokrasi di era digital Indonesia*. TV Muhammadiyah. <https://www.tvmu.tv/konvergensi-media-dan-regulasi-komunikasi-menimbang-ulang-demokrasi-di-era-digital-indonesia> (Diakses 25 Mei 2025, 10.10 WIB)
- Wardiana, D. S. (2025, Mei 6). *PHK besar-besaran di industri televisi: Dampak disrupsi media sosial & solusi konvergensi*. Pikiran Rakyat. <https://koran.pikiran-rakyat.com/opini/pr-3039303576/phk-besar-besaran-di-industri-televisi-dampak-disrupsi-media-sosial-solusi-konvergensi> (Diakses 27 Mei 2025, 13.50 WIB)
- Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). *Mapping the landscape of the media industry in contemporary Indonesia*. Centre for Innovation Policy and Governance. <https://cipg.or.id/2012/07/31/mapping-the-landscape-of-the-media-industry-in-contemporary-indonesia/> (Diakses 10 Juni 2025, 16.05 WIB)
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> (Diakses 2 Agustus 2025, 08.25 WIB)
- Data akun media sosial Radar Lampung TV. Diakses pada 15 Mei 2025 dari screenshot resmi pengguna.
- p2k.stekom.ac.id. (2025). *Radar Lampung TV*. Diakses dari https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Radar_Lampung_TV
- Radar Lampung. (2019, Desember 16). *Radar Lampung TV sabet tiga penghargaan di KPID Award*. Radar Lampung Disway. Diakses dari <https://radarlampung.disway.id/read/206352/radar-lampung-tv-sabet-tiga-penghargaan-di-kpid-award>
- Radar TV. (2025). *About Us & Redaksi Radar Lampung TV*. Diakses dari <https://radartv.co.id/about-us/> dan <https://radartv.co.id/redaksi-radar-lampung-tv/>