

Analisis Resepsi Crew Budi Luhur TV tentang Youtube Channel Radio 101.8 Bahana FM Jakarta #VLOGBODJO

Muhammad Iqbal Naufal

Universitas Budi Luhur
 Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan
 Iqbalnaufal93@gmail.com

Submitted: 27 October 2022, Revised: 30 November 2022, Accepted: 07 December 2022

ABSTRACT

Radio is a medium that is broadcast through a transmitter within a certain distance. The invention of digital technology has completely changed the way humans communicate, including radio broadcasting. Radio is required to adapt to the environment, especially the way communicating with its audience. This study aims to determine audience acceptance of the Youtube channel Bahana 101.8 FM Jakarta #VLOGBODJO. This research focuses on how the audience accepts video shows on the Bahana FM youtube channel #VLOGBODJO playlist. Stuart Hall's Reception Analysis Theory was used as an analytical tool in this study. This theory divides audience acceptance into 3 categories: Dominant, Negotiated, Opposition. The method used is reception analysis. The research subjects are the producer of Bahana 101.8 FM Jakarta VlogBodjo and 10 YouTube content activists who are members of the Budi Luhur TV community. The results of the data analysis of this study showed that 7 out of 10 informants had dominant acceptance, 3 were negotiated with the Youtube channel of Bahana Radio 101.8 FM Jakarta. In terms of broadcast consistency, 5 out of 10 informants had the meaning Negotiation and 5 informants had the meaning Opposition. Regarding the host in this vlog, 8 out of 10 informants have the Dominant meaning and 2 have the Negotiation meaning. Related to content, 4 informants have the meaning of Dominant, 4 have the meaning of Negotiation, and 2 have the meaning of Opposition.

Keywords: audience, online media, reception analysis, vlog, youtube.

ABSTRAK

Radio merupakan media yang disiarkan melalui alat pemancar dalam jarak tertentu. Penemuan teknologi digital telah mengubah total cara manusia berkomunikasi, termasuk penyiaran radio. Radio dituntut untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, terutama dengan cara berkomunikasi khalayaknya. Agar khalayak mau bertahaan, radio harus beradaptasi dengan cara komunikasi khalayaknya. Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui penerimaan khalayak terhadap tayangan youtube channel Bahana 101,8 FM Jakarta #VLOGBODJO. Rumusan masalah berfokus pada bagaimana penerimaan khalayak tentang tayangan video pada youtube channel Bahana FM playlist #VLOGBODJO. Teori Analisis Resepsi versi Stuart Hall digunakan sebagai alat analisis dalam penelitian ini. Teori ini membagi penerimaan khalayak dalam 3 kategori: Dominan, Negosiasi, Oposisi. Metode yang digunakan adalah Analisis Resepsi. Subyek penelitian adalah produser Bahana 101,8 FM Jakarta VlogBodjo dan 10 orang orang penggiat konten youtube yang tergabung dalam komunitas Budi Luhur TV. Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan 7 dari 10 informan memiliki penerimaan Dominan, 3 Negosiasi terhadap youtube channel Radio Bahana 101,8 FM Jakarta. Berkaitan dengan konsistensi penayangan, 5 dari 10 informan memiliki pemaknaan Negosiasi dan 5 informan memiliki pemaknaan Oposisi. Berkaitan dengan host dalam vlog ini, 8 dari 10 informan memiliki pemaknaan Dominan dan 2 memiliki pemaknaan Negosiasi. Berkaitan dengan konten, 4 informan memiliki pemaknaan Dominan, 4 memiliki pemaknaan Negosiasi, dan 2 memiliki pemaknaan Oposisi.

Kata kunci : analisis resepsi, khalayak, media online, vlog, youtube

LATAR BELAKANG

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal menggunakan modulasi dan gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melewati dan merambat dari ke udara dan juga merambat melalui ruang kekosongan udara karena gelombang ini tidak memerlukan media pembawa (seperti molekul udara) tersebut (Dhamayanti, 2020). Radio, awalnya digunakan lembaga militer dan pemerintahan untuk menyampaikan informasi dan untuk tujuan yang berkaitan dengan ideologi dan politik secara umum (Rivaldi, 2018). Kemudian radio dijadikan media penyiaran dan hiburan yang dapat dinikmati oleh pendengar pada lokasi yang berdekatan dengan stasiun radio tersebut. Dengan fungsi ini, radio menjadi media yang memiliki ciri khas “sebagai teman” untuk menemani aktivitas sehari-hari pendengar (Wiriyanto & Toni, 2021).

Penemuan teknologi digital telah melahirkan perkembangan media. Media berbasis internet ini disebut media baru karena memiliki karakteristik baru dalam aktivitas, praktik, dan penggunaan; serta tatanan dan organisasi sosial yang terbentuk di sekitar alat dan praktik ini (McQuail, 2011). Perubahan ini mempengaruhi makna pesan dalam teks pesan. Ini juga menunjukkan bagaimana media lama mengikuti tren perkembangan media baru. (Putranto & Utoyo, 2019). Perubahan dalam internet ada di 3 wilayah yang dikenal sebagai konsep 3C. Itu adalah: *Computing* (memasukkan data ke dalam komputer); *Communication* (komunikasi); *Content* (Asy'ari, 2018).

Kekuatan media baru adalah perolehan teknologi (terutama internet) yang dapat membuat perbedaan cara berkomunikasi di masyarakat. (Indrawan et al., 2020). Kekuatan media di era digital memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan lebih cepat. (Pancawati et al., 2018). Hal ini terjadi karena penggunaan internet yang saat ini dilakukan radio, memungkinkan stasiun radio untuk memperluas jangkauannya dan berinteraksi dengan khalayak dimana khalayak saat ini hidup dalam jejaring media sosial dan bersifat interaktif. (Nasrullah, 2017). Berpadunya media radio penyiaran dengan media internet dikenal dengan istilah media konvergen. Yang dimaksud media konvergen adalah perpaduan teknologi komunikasi tradisional dengan komputer atau internet, yang akan merevolusi pemrosesan, distribusi, distribusi, dan pemrosesan semua bentuk informasi, termasuk gambar, audio, dan data (Romli, 2016). Konvergensi media juga bermanfaat dalam perluasan jaringan iklan radio, menjadi iklan dengan berbagai bentuk media baru. Konvergensi media adalah penggabungan atau integrasi media yang ada yang digunakan secara bersamaan untuk tujuan tertentu. Istilah integrasi media sering digunakan dalam perkembangan teknologi digital, integrasi teks, angka, gambar, video dan suara. (Asy'ari, 2018).

Setelah munculnya media baru, interaksi radio dengan pendengar tentunya akan berbeda. Demikian juga dari telepon interaktif hingga interaksi melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, Instagram bahkan YouTube. Penggunaan teknologi internet ini menjadikan pesan dan umpan balik terjadi dengan cepat karena pengirim dan penerima dapat berkomunikasi secara bersamaan di lingkungan digital saat ini. (Trinoviana, 2017).

Radio Bahana 101.8 FM (selanjutnya disebut Bahana Fm) adalah stasiun radio dengan jangkauan siaran Jabodetabek. Radio ini memiliki segmen khalayak dengan Strata Ekonomi Sosial kelas A-B-C, dan usia 25-35 tahun yang disebut “Teman Bahana”. Dengan penggunaan teknologi digital yang masif di masyarakat, Radio Bahana FM telah melakukan pengembangan siaran melalui *website*, aplikasi telepon pintar, facebook, twitter dan youtube. Youtube menempati media sosial paling aktif dan sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia

karena dapat digunakan sebagai *platform* distribusi untuk pembuat konten dan pengiklan dari semua ukuran. (A. Putra & Patmaningrum, 2018). Salah satu program radio Bahana FM yang memiliki format penggabungan siaran radio dan youtube adalah "TikaUdjoOnBahana FM" dimana Tika dan Udjo yang merupakan anggota *band* populer "project pop" yang menjadi penyiarinya. Dalam format siaran radio, program ini sudah ada sejak tahun 2015, sedangkan format youtube dimulai tahun 2018. Pihak produser menyampaikan bahwa alasan pemilihan penyiar yang juga menjadi *host* dalam format youtube adalah kedekatan dua sosok ini dengan pendengar Radio Bahana.

Produser menjelaskan bahwa Tika dan Udjo termasuk kelas *legend*. Tika dan Udjo kurang lebih 25 atau 26 tahun berkecimpung di dunia hiburan. Orang pasti akan mencari-cari nama artis yang mereka kagumin. Karakter *Host* Bahana FM ini juga dapat dilihat dari kedekatannya dengan khalayak. Tika yang masih membintangi beberapa film dan Udjo yang sering tampil di berbagai *event* sebagai pembawa acara. Adapun *basic* mereka drama musikal sehingga lebih menjiwai dalam membawakan acara Bahana FM di Youtube. Data yang didapat dari hasil wawancara peneliti dengan Produser Bahana FM terkait karakter host #VlogBodjo menunjukkan Project Pop termasuk Tika masih sering main film, dan Udjo masih sering menjadi pembawa acara beberapa *event*. Hal ini menjadikan mereka populer dan dekat dengan khalayak Radio Bahana Fm. Dengan banyak kegiatan ini, pasti kedekatan dengan khalayak Tika-Udjo akan lebih tercipta. Dengan demikian, *viewers*-nya akan lebih banyak, dibandingkan dengan yang belum dikenal masyarakat. Mereka juga memiliki kurang lebih 10 tahun jam terbang siaran. Mereka pernah siaran di Radio Cosmopolitan, pernah jadi *host* juga di stasiun televisi RCTI. Jadi sudah punya *basic* untuk ngobrol, ditambah lagi di *youtube* kalau mau buat *challenge* sama artis lain, seru aja gitu. "Apalagi mereka kan juga *basic*-nya drama musical juga jadi lebih "greget" di Youtube", demikian sang produser menjelaskan.

Analisis Resepsi

Teori Analisis Resepsi yang disusun Stuart Hall, mengkategorikan 3 bentuk pemaknaan khalayak atas pesan yang dikirim oleh seseorang, yaitu:

1. Pemaknaan dominan, yaitu posisi dimana pesan yang disampaikan diterima dan tidak terjadi perbedaan penafsiran antara pengirim dan penerima pesan.
2. Pemaknaan Negosiasi, yaitu posisi dimana penerima pesan mengkompromikan kepercayaan dan keyakinannya dengan pesan yang disediakan pengirim pesan.
3. Pemaknaan Oposisi, yaitu posisi dimana penerima teks memahami pesan secara berbeda dengan kode yang disampaikan produser pesan (Eriyanto, 2009).

Analisis resepsi merupakan kajian yang menitikberatkan pada penerimaan dan interpretasi terhadap isi pesan yang disampaikan oleh media. Hal ini dikarenakan khalayak berpikir aktif memaknai isi teks daripada berdiam diri saat menerima pesan dari media. (R. W. Putra & Annissa, 2022). Interpretasi diartikan sebagai keadaan aktivitas seseorang dalam proses berpikir dan aktivitas kreatif dalam mencari makna. (Siregar, 2019). Khalayak di sini adalah khalayak yang menerima dan menginterpretasikan pesan yang disampaikan oleh komunikator, dan pengertian khalayak adalah "pencipta aktif makna yang berkaitan dengan teks (pesan) dan kemampuan budaya yang diperoleh. Teks yang tereduksi berbeda, memiliki arti yang berbeda bagi audiens."(R. W. Putra, 2021). Analisis resepsi dipilih sebagai alat analisis karena penelitian ini ingin melihat bagaimana penerimaan informan tentang perubahan

format Radio Bahana FM yang semula adalah radio penyiaran, media baru, dalam hal ini youtube.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis melihat menganggap realitas itu ada, tetapi realitas itu plural dan maknanya bervariasi dari orang ke orang. Realitas sosial yang diamati satu orang tidak dapat digeneralisasikan untuk semua orang. Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018), penelitian kualitatif menggunakan metode ilmiah untuk memahami fenomena pengalaman subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan perilaku, secara keseluruhan dan melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam konteks alami. Sedangkan metode penelitian ini adalah analisis resepsi. Teknik pencarian data kepada produsen pesan menggunakan wawancara mendalam. Teknik pengumpulan data menggunakan cara diberikan tontonan youtube *channel* radio 101,8 Bahana Fm #vlogbodjo pada informan, kemudian dilakukan wawancara mendalam.

Penelitian ini menggunakan teori analisis resepsi, untuk menganalisis dan menjawab masalah penelitian. Analisis resepsi ialah studi yang berfokus pada penerimaan dan interpretasi khalayak terhadap isi pesan yang disampaikan media. Interpretasi didefinisikan sebagai kondisi aktif seseorang dalam proses berpikir dan kegiatan kreatif pencarian makna. Setiap teks (informasi) yang diberikan oleh media massa akan dimaknai oleh khalayak. Hal ini dikarenakan khalayak tidak diam saja saat menerima pesan dari media tetapi akan secara aktif memaknai isi teks tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah Untuk mengetahui pemaknaan terhadap video konten youtube yang sudah di buat oleh Bahana FM mengenai konvergensi yang mereka lakukan (R. W. Putra, 2021).

Subyek sebagai pengirim pesan dalam penelitian ini ialah produser Bahana FM dari program Tika Udjo On Bahana FM yakni Ugi Widya Bahari. Subyek sebagai penonton tayangan Vlog Bodjo terdiri dari 10 informan, yaitu: 1. Aldi; 2. Yuliana; 3. Ketut; 4. Reza; 5. Diah; 6. Mila; 7. Dila; 8. Agra; 9. Bela. 10. Sisca. Sepuluh orang ini dipilih karena merupakan penggiat konten kreator untuk *youtube*, yang kebetulan tergabung dalam komunitas media streaming Budiluhur.tv. Obyek penelitian ini adalah youtube *channel* Radio 101,8 Bahana FM Jakarta #Vlogbodjo. Pertimbangan pemilihan vlog ini adalah *host* pada vlog ini merupakan *legend* di Radio Bahana 101,8 FM. Dari sini akan dilihat apakah *host* yang tampil dalam format media baru tetap dapat diterima dengan baik oleh khalayak Radio Bahana 101,8 FM Jakarta.

Penelitian dilakukan pada Nopember – Desember 2019 di ruang produksi Budi Luhur TV. Kepada 10 penerima pesan ini diberikan tayangan youtube channel Radio 101,8 Bahana FM Jakarta #Vlogbodjo. Kemudian diberikan pertanyaan terkait: bentuk media baru Radio Bahana 101,8 Fm Jakarta, konsistensi tayangan, *host* dan konten. Setelah didapat data dari seluruh nara sumber, kemudian dilakukan pengolahan data dengan mengkategorikan jawaban dalam 3 kelompok jawaban, yaitu: dominan, negosiasi dan oposisi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara mendalam dari berbagai latar belakang yang berbeda dari setiap informan perbedaan ini dari segi usia, pendidikan dan pekerjaan dalam menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana penerimaan khalayak tentang tayangan video pada youtube *channel* Bahana FM playlist #VLOGBODJO. Pertanyaan diberikan berkaitan dengan 4 hal, yaitu: bentuk media baru Radio Bahana 101,8 FM yang ditayangkan dalam format youtube; pemilihan *host*; konsistensi tayangan; dan konten. Dari wawancara mendalam dengan penerima pesan, didapat pemaknaan khalayak yang sebagai berikut:

Tabel 1. Penerimaan Informan
Tentang Youtube *Channel* Radio Bahana 101,8 FM #VLOGBODJO

No	Penerima Pesan	Bentuk Media Baru			Konsistensi			<i>Host</i>			Konten		
		D	N	O	D	N	O	D	N	O	D	N	O
1	Aldi		v				v		v				v
2	Yuliana	v				v		v					v
3	Ketut		v				v		v			v	
4	Reza	v				v		v				v	
5	Diah	v				v		v			v		
6	Mila	v					v	v				v	
7	Dila	v					v	v				v	
8	Agra	v					v	v			v		
9	Bela	v				v		v			v		
10	Sisca		v			v		v			v		

Penerimaan Khayalak Tentang Bentuk Media Baru Radio Bahana 101,8 FM Jakarta.

Konvergensi media, bukan sekadar tentang penyatuan media massa dengan media baru, tetapi dalam manajemen pun akan ada beberapa yang berubah. Publikasi yang dilakukan oleh radio pun tentu akan memiliki perbedaan. Interaksi yang dilakukan oleh radio dengan pendengar pun tentu berbeda setelah munculnya media baru dari telepon interaktif menjadi interaksi melalui media sosial seperti twitter, facebook, instagram, bahkan youtube. Dalam hal ini Bahana Fm telah melakukan konvergensi terhadap medianya. Seperti yang dikatakan oleh produser Bahana FM yang telah menggunakan media baru yaitu Instagram, twitter, facebook, youtube, website dan aplikasi (Trinoviana, 2017). Istilah media baru atau *new media*, menurut *Handbook of New Media*, terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi dengan konteks sosial yang berhubungan yang menyatukan tiga elemen, yakni alat dan artefak teknologi; aktivitas, praktik dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk di sekeliling alat dan praktik tersebut (Trinoviana, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 Informan, terdapat 7 informan yang memaknai bentuk media baru Radio Bahana 101, 8 FM melalui tayangan channel youtube dengan pemaknaan dominan. Informan 2 melihat bahwa penggunaan media youtube pada Bahana Fm, cukup menarik karena berawal dari radio dan mereka mengikuti perkembangan jaman dimana beralih ke media *online* dengan menggunakan youtube yang saat ini memang sering digunakan

oleh masyarakat. Informan 4 melihat media sangat efektif, karena Bahana Fm merupakan stasiun radio yang pendengarnya anak muda. Dengan menggunakan media *youtube* sangat tepat karena langsung menuju segmentasinya. Informan 5 melihat penggunaan media daring menurut lebih efektif dalam menyampaikan informasi, karena zaman sekarang pasti anak muda mengakses *youtube* untuk mencari beragam informasi.

Informan 6 melihat penggunaan media *youtube* bagus dan efektif, karena informasi yang disampaikan cepat tersampaikan ke masyarakat dapat langsung memberi komentar terkait tayangan tersebut. Di sini informan 7 melihat peralihan radio ke *youtube* bagus dan mengikuti perkembangan zaman, bukan berarti radio itu jelek, tapi disini Bahana Fm melakukan inovasi dalam mendekati kepada pendengarnya dengan menggunakan media *youtube* dan membuat vlog untuk disaksikan khalayak. Informan 8 melihat peralihan dari radio ke media daring yakni *youtube*, sudah cukup efektif karena sesuai dengan target dari Bahana Fm dan mengikuti perkembangan zaman, yang selalu identik dengan digital atau daring. Informan 9 melihat media *youtube* sudah sesuai dengan jaman saat ini, dikarenakan generasi saat ini lebih sering mencari informasi dengan media internet, salah satunya *youtube* karena informasi yang dibutuhkan langsung didapat. Di sini Bahana Fm ingin dekat dengan targetnya sehingga mereka menggunakan media *youtube* untuk menyampaikan informasi. Berdasarkan hasil pemaknaan terkait dengan konvergensi media, maka dapat disimpulkan bahwa konvergensi yang dilakukan Bahana Fm dapat diterima khalayaknya karena pendengarnya ialah anak muda. Dengan menggunakan media *youtube* sangat tepat karena langsung menuju segmentasinya. Selain itu Bahana Fm melakukan inovasi dalam mendekati kepada pendengarnya dan juga mengikuti perkembangan zaman.

Selain terdapat makna dominan didapati juga makna negosiasi dalam hal tampilan Radio Bahana Fm dalam format *youtube*. Terdapat 3 informan yang memaknai tampilan Radio Bahana 101,8 Fm Jakarta dalam melalui *youtube channel* dengan pemaknaan negosiasi. Informan 1 menyatakan bahwa sudah cukup baik menggunakan media daring dalam menyampaikna informasi ke targetnya, tapi bukan berarti media radio tidak bisa bersaing dengan media daring. Justru Bahana Fm berawal dari radio karena berinovasi dan ingin mendekati ke audiensnya maka menggunakan media daring. Informan 3 menyatakan bahwa media online yang dipakai Bahana Fm cukup bagus dan efektif, tapi ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam media daring ini. Kadang kalau daring itu terjadi *down* pada internet sehingga terjadi gangguan dalam menyampaikan informasi. Kemudian informan 10 menyatakan bahwa Radio Bahana 101,9 Fm dalam format *youtube* cukup bagus dan mengikuti kondisi saat ini. Tetapi ada hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan media *online* ini yakni *youtube* harus diseleksi lagi informasi yang ingin disampaikan karena semua usia bisa mengakses media daring, dalam hal ini *youtube*.

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media baru yang digunakan Bahana Fm dapat diterima oleh khalayak. Berkaitan dengan hal ini produser Bahana FM. Ia menyatakan bahwa program Tika-Udjo sudah ada dari 2015, jadi sekarang total udah 5 tahun. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pemaknaan informan terkait format media baru Radio Bahana 101,8 Fm, dimana didapatkan hasil pemaknaan dominan berjumlah tujuh informan.

Penerimaan Khalayak Tentang *Host Youtube Channel Bahana 101,8 FM Jakarta.*

Fenomena vlog telah mengubah peran dan sikap khalayak terhadap media. Khalayak yang semula pasif menjadi aktif karena dorongan atau hasrat dan eksistensi diri. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan produser mengenai *Host Vlog Bodjo* pada youtube *channel Bahana FM* didapat data bahwa pemilihan *host* dilakukan karena Tika dan Udjo adalah penyiar Bahana FM dan mereka merupakan seorang *Public Figure* yang mempunyai pengalaman di bidang dunia hiburan. Tidak hanya Tika dan Udjo, semua penyiar di Bahana akan menjadi *talent* di dalam *channel Youtube Bahana Fm*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 Informan, terdapat 8 informan yang menerima *Host Vlog Bodjo* dengan pemaknaan dominan. Menurut informan 2 melihat video Vlog Bodjo cukup menarik informasi yang disampaikan sambil diselengi humor dari Tika dan Udjo. Informasi yang disampaikan juga bisa dipahami penonton. Informan 4 melihat video Vlog Bodjo ini informatif, isi informasi yang disampaikan mudah dipahami. Kedua *host* membawakan acaranya cukup seru dan asyik. Sedangkan informan 5 melihat Informasi yang disampaikan seru, karena walaupun mereka bercanda dalam membawakan acara tapi infonya tersampaikan dengan baik. Informan 6 melihat informasi yang disampaikan bagus dan menarik, ditambah dengan *host*-nya Tika dan Udjo yang informatif. Informan 7 melihat Informasi yang disampaikan seru dan lucu bagi, walapun begitu informasinya tetap bisa dipahami. Menurut informan 8 melihat *host* dalam menyampaikan informasi bagus, menarik dan mudah dipahami karena *host*-nya santai dan “*ngocol*” dalam membawakan acara. Informan 9 melihat *host* dalam menyampaikan informasi sangat informatif dimana mereka membawakan program tersebut dengan *gimmik-gimmik* yang lucu tanpa mengurangi isi dari informasi dan menurut informan 10 melihat *host* dalam menyampaikan informasi bagus, seru dan asik, sehingga yang nonton itu tidak bosan dan jadi paham. Berdasarkan hasil pemaknaan video vlog terkait dengan pemilihan *host*, maka dapat disimpulkan bahwa *host* Tika dan Udjo dapat diterima khalayaknya dengan ciri khas yang mereka punya yakni humoris dan natural, kemudian informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak. Karena penjelasan yang mereka bawakan dengan menggunakan bahasa sehari-hari, sehingga masyarakat lebih mudah menerima isi pesan yang disampaikan.

Selain terdapat makna dominan didapati juga makna negosiasi. Terdapat 2 informan yang menerima *host Vlog Bodjo* dengan pemaknaan negosiasi. Informan 1 melihat *host* dalam menyampaikan informasi sudah cukup baik karena mereka memang lucu, tapi memang tidak semua bisa menerima dengan penyampaian seperti itu. Menurut informan 3 *host* dalam menyampaikan informasi bagus dan menarik. Pemaknaan oposisi terkait pemilihan *host* tidaklah ada. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pemilihan *host* pada video Vlog Bodjo, *host* dapat diterima khalayak karena memiliki ciri khas dalam membawakan acara tersebut.

Penerimaan Khalayak Tentang Konsistensi Penayangan Vlog Youtube Radio Bahana 101,8 FM Jakarta.

Dalam hal industri media sangat penting sekali dengan adanya konsistensi dalam membuat program atau konsistensi dalam frekuensi tayangan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan produser Bahana Fm didapat informasi bahwa penayangan Vlog Bodjo belum konsisten. Kendala ada dalam pembuatan konten karena tim memiliki jadwal yang padat. Akan tetapi saat ini sudah mulai stabil karena sudah adanya penambahan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui *freelancer*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 informan, terdapat 5 informan yang memaknai konsistensi Vlog Bodjo dengan pemaknaan negoisasi. Informan 2 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm sudah lumayan, tapi memang harus lebih ditingkatkan lagi konsistensinya. Informan 4 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm sudah lumayan dan paham pembuatan konten video itu tidak mudah proses produksinya panjang. Informan 5 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm sudah lumayan tapi harus lebih ditingkatkan lagi agar lebih konsisten dalam jadwal penayangan. Menurut informan 9 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm sudah lumayan tapi untuk host harus dilihat jadwal mereka agar Vlog Bodjo lebih konsisten. Informan 10 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm sudah lumayan tapi memang harus diperbanyak lagi videonya supaya *viewers*-nya juga naik.

Selain pemaknaan negosiasi terdapat juga pemaknaan oposisi dan berdasarkan hasil wawancara dengan 10 informan, terdapat 5 informan yang memaknai konsistensi Vlog Bodjo dengan pemaknaan oposisi. Informan 1 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm tidak konsisten dalam pengunggahan video. Tidak ada hari yang jelas. Informan 3 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm masih kurang karena video yang di-*upload* masih sedikit. Informan 6 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm masih kurang. Informan 7 melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm masih kurang. Informan 8 juga melihat konsistensi vlog yang dibuat oleh Bahana Fm masih kurang. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa penayangan Vlog Bodjo tidak konsisten, dan informan kurang menyukai penayangan Vlog Bodjo yang tidak konsisten ini.

Penerimaan Khalayak Tentang Konten Youtube Radio Bahana 101,8 FM Jakarta #VLOGBODJO.

Konten merupakan bagian penting dalam sebuah media. Maka tidak heran jika sering kita dengar "*content is king*". Orang akan menerima media karena adanya konten. Konten bisa berupa teks, gambar, video, dan lainnya. Sebagai *Content Management Systems* sangat mendukung pengaturan konten, seperti membuat, mempublikasikan, dan mengelola konten. Di era digital ini isi konten dari sebuah pesan sangatlah penting. Penerimaan khalayak tentang konten ini didapat data 1 informan memiliki penerimaan Dominan, yaitu informan 10. Informan 10 melihat konten Vlog Bodjo yang dibuat oleh Bahana Fm mengandung informasi yang sangat membantu dirinya sebagai pencita sepak bola yang sering ke stadion Gelora Bung Karno (GBK). Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa informan sangat menyukai konten yang disampaikan karena informasi yang disajikan sangat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan informan itu sendiri.

Terdapat 4 informan yang menerima konten Vlog Bodjo dengan pemaknaan negoisasi. Informan 3 melihat konten Vlog Bodjo yang dibuat oleh Bahana Fm pada edisi GBK cukup menarik. Tetapi ada beberapa hal yang tidak disampaikan, salah satunya rute. Informan 4 melihat konten Vlog Bodjo edisi GBK ada beberapa informasi yang tidak disampaikan. Tetapi isi dari edisi kali ini cukup mudah dipahami. Informan 6 melihat konten Vlog Bodjo yang dibuat oleh Bahana Fm informasi yang disampaikan bagus, menarik dan mudah dipahami, tapi lebih kurang dieksplor. Ada beberapa info yang tidak disampaikan. Informan 7 melihat konten Vlog Bodjo yang dibuat oleh Bahana fm informasi yang disampaikan pada episode GBK cukuplah bagus, tapi masih ada beberapa hal yang masih bisa dieksplor. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan dapat disimpulkan bahwa informan menyukai konten yang disajikan, akan tetapi masih terdapat beberapa informasi yang tidak disampaikan secara terperinci sehingga informan tidak menerima informasi tersebut secara jelas.

Selain pemaknaan dominan, negosiasi juga terdapat pemaknaan oposisi berdasarkan hasil wawancara dengan 10 Informan, terdapat 2 informan yang memaknai konten Vlog Bodjo dengan pemaknaan oposisi. Informan 1 melihat konten vlog bodjo yang dibuat oleh Bahana Fm masih kurang karena ada beberapa informasi yang tidak disampaikan, seperti rute kereta dan fasilitas *Mass Rapid Transportation (MRT)*. Menurut informan 2 melihat konten Vlog Bodjo yang dibuat oleh Bahana Fm informasi yang disampaikan masih kurang karena ada beberapa informasi yang tidak disampaikan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan dapat disimpulkan bahwa informan tidak setuju atau tidak menyukai konten Vlog Bodjo dikarenakan menurut informan, informasi yang disampaikan tidak menyeluruh, seperti masih banyaknya fasilitas yang terdapat di MRT tetapi tidak diekslore dengan baik.

SIMPULAN

Dari analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bentuk baru media digunakan Bahana Fm dapat diterima oleh para khalayak. Konvergensi yang dilakukan Radio Bahana Fm dengan media youtube sangat tepat karena sesuai pola konsumsi media pada segmen khalayaknya. Berkaitan dengan *host*, pemilihan Tika dan Udjo sangat tepat. Tika dan Udjo adalah penyiar Bahana FM dan mereka merupakan seorang *Public Figure* yang mempunyai pengalaman di bidang dunia hiburan. Dari pernyataan para informan menyatakan bahwa *host* Tika dan Udjo memiliki ciri khas yang mereka punya yakni humoris dan natural, dan informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak. Terkait konsistensi video youtube Bahana FM, dapat disimpulkan bahwa informan tidak menyukai penayangan Vlog Bodjo yang tidak konsisten dan tidak adanya *notification* tersendiri dalam *channel youtube* Vlog Bodjo, sehingga informan tidak mengetahui bila ada penayangan baru Vlog Bodjo di *channel youtube* Bahana FM. Berkaitan dengan konten, dapat disimpulkan bahwa informan menyukai konten yang disajikan, akan tetapi masih terdapat beberapa informasi yang tidak disampaikan secara terperinci sehingga informan tidak menerima informasi tersebut secara jelas.

DAFTAR PUSTAKA

- Asy'ari, N. A. S. (2018). Broadcasting Radio Ponorogo dalam Kajian Konvergensi Media. *Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1, 41.
- Dhamayanti, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82. <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Eriyanto. (2009). *Analisis Wacana, Eriyanto.pdf*. LKIS Pelangi Aksara.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 1–17. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (edisi 6). Salemba Humanika.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pancawati, N. P., Y, Y. T. S., & Rahmat, L. A. (2018). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam Era Digital. *Journal Of Media And Communication Science*, 1(3), 109–119.
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159–172. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>
- Putra, R. W. (2021). Analisis Resepsi “Unsur Kekerasan” dalam Video Game Among Us. *Kartala*, 1(1). <https://doi.org/10.36080/ka.v1i1.1523>
- Putra, R. W., & Annissa, J. (2022). Analysis of Player’s Reception in the Video Game “Among Us.” *Propaganda*, 2(1), 32–38. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.455>
- Putranto, A., & Utoyo, A. W. (2019). Simbiosis TV free to air dengan Situs Web Berbagi Video (Studi kasus TV Jakarta yang mengalihkan konten ke saluran YouTube). *Journal Visioner : Journal of Television*, 4(1), 30–40. http://journal.atvi.ac.id/index.php/jurnal_visioner/article/view/10
- Rivaldi, T. (2018). *Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik hubungan internasional : 1945*(September), 1–3.
- Siregar, D. (2019). ANALISIS PRESTASI ATLET DI PERGURUAN KEI SHIN KAN KARATE-DO SUMATERA UTARA. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 07(1), 53–60.
- Sugiyono, P. . (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabet (ed.)).
- Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 35–50. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol12.iss1.art3>
- Wiriyanto, K., & Toni, A. (2021). Kendali Komunikasi Tim Produksi Program “Tikaudjo” pada Radio Bahana 101.8 FM Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 21–29. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1679>