

**RADIO KONVERGEN DALAM MEMBANGUN LITERASI INFORMASI  
KESEHATAN PENDENGAR  
(Studi Kasus Program Talkshow Healthy Lite di Radio K-lite 107.1 FM  
Bandung/www.1071klitefm.com)**

**Oleh:**

Rini Anisyahrini<sup>1</sup> Atwar Bajari<sup>2</sup>  
Direktur Program Radio K-Lite dan Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung<sup>1</sup>  
Dosen di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung<sup>2</sup>

[atwarbajari@gmail.com](mailto:atwarbajari@gmail.com)<sup>1</sup> [riniariniku@gmail.com](mailto:riniariniku@gmail.com)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Radio konvensional mengalami perkembangan dan perubahan format teknologi dari linier menuju interaktif yang dikenal dengan radio streaming. Salah satu radio yang melakukan transformasi konvergen adalah Radio K-lite 107.1 FM dengan websitenya [www.1071klitefm.com](http://www.1071klitefm.com). Program unggulan yang dikembangkan K-Lite secara konvergensi adalah layanan informasi kesehatan dengan format talkshow, diskusi interaktif, dan materi tentang sejarah, fakta dan penetalaksanaan salah satu jenis penyakit oleh dokter ahli. Acara dilaksanakan satu minggu satu kali selama 45 menit. Konvergensi dilakukan dengan menggabungkan siaran konvensional, media sosial, dan streaming pada situs radio K-Lite. Radio dengan format penggabungan konvensional dan konvergen memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan format tunggal. Pendengar akan memiliki peluang lebih besar untuk menerima materi siaran tanpa terikat waktu dan jarak. Seperti yang dikemukakan Friedman dengan Teori *The World is Flat*, bahwa media konvergensi telah membangun keserempakan, kecepatan dan efek asimetrik yang kuat. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini berusaha menggali data melalui wawancara dengan narasumber dan analisis rekaman data interaktif secara digital dengan pendengar. Ada tiga tujuan penelitian yang dikembangkan; pertama, mengetahui proses diseminasi informasi kesehatan terkait dengan program acara Healthy Lite di radio K-lite FM. Kedua memahami peran narasumber dalam penyebaran informasi kesehatan. Ketiga mengukur tingkat kunjungan dan respon pendengar melalui website personal narasumber.

Kata kunci: *Jonathan L. Friedman, konvergensi, kesehatan Radio, streaming.*

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi ICT sangatlah pesat. Dampaknya pun sangat terasa di berbagai aspek kehidupan. Begitu pula halnya dalam industri media. Internet membawa dampak yang sangat signifikan terhadap industri media. Pola perilaku konsumsi media masyarakat pun mengalami perubahan. Semua karena perkembangan internet yang semakin mudah digunakan karena *real time* dan *online*. Setiap orang saat ini menggunakan smartphone yang terkoneksi dengan jaringan internet. Dampaknya semakin mudah mendapatkan informasi karena kecepatan akses informasi.

Semakin mudahnya akses internet menjadikan semakin tingginya pengguna jaringan data seluler. Selain itu berdampak pula pada pola perilaku konsumsi media. Perilaku konsumsi media berdasarkan data dari AC Nielsen di kota-kota baik Jawa maupun luar Jawa

menunjukkan Televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), di susul oleh internet (33%), Radio (20%), surat kabar (12%), tabloid (6%) dan majalah (5%). Sementara itu, di Jawa hanya konsumsi Internet yang sedikit lebih tinggi yaitu sebanyak 34%. Khusus mengenai Internet, penggunaan media ini mengalami pertumbuhan tertinggi dalam 4 tahun terakhir, hingga mencapai dua kali lipat baik di Jawa maupun luar Jawa.<sup>1</sup>

Masih dari data AC Nielsen tahun 2014 untuk radio diketahui bahwa konsumsi Radio, konsumen di luar Jawa tercatat lebih banyak mendengarkan radio (37%) dibandingkan dengan konsumen di Jawa (18%). Konsumen di luar Jawa rata-rata mendengarkan Radio melalui pesawat radio, namun konsumen di Jawa lebih banyak mendengarkan radio melalui telepon genggam.<sup>2</sup>

Radio konvensional mengalami perkembangan dan perubahan format teknologi dari linier menuju interaktif yang dikenal dengan radio streaming. Salah satu radio yang melakukan transformasi konvergen adalah Radio K-lite 107.1 FM dengan website-nya [www.1071klitefm.com](http://www.1071klitefm.com). Transformasi konvergen Radio K-lite 107.1 FM dilakukan mulai pada sekitar tahun 2000.

Program-program acara pun disesuaikan dengan kebutuhan dan *life style* pendengar. Dari berbagai program acara yang ada, pada acara talkshow tertentu terdapat interaksi pendengar. Kebutuhan pendengar dengan informasi kesehatan pun sangat diminati. Program talkshow kesehatan yang diminati diantaranya tentang konsultasi kesehatan anak atau KONTAK dan tentang kesehatan umum dalam Healthy Lite. Khusus untuk Healthy Lite tayang pada setiap Sabtu jam 09.15-10.00. Healthy Lite menghadirkan nara sumber dokter dr. Indra K. Muhtadi.

Program unggulan yang dikembangkan K-Lite secara konvergensi adalah layanan informasi kesehatan dengan format talkshow, diskusi interaktif, dan materi tentang sejarah, fakta dan penatalaksanaan salah satu jenis penyakit oleh dokter ahli. Acara dilaksanakan satu minggu satu kali selama 45 menit. Konvergensi dilakukan dengan menggabungkan siaran konvensional, media sosial, dan streaming pada situs radio K-Lite. Pendengar pun bisa berinteraksi ketika acara berlangsung atau on air, melalui media sosial, dan melalui blog pribadi dokter Indra K Muhtadi.

Radio dengan format penggabungan konvensional dan konvergen memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan format tunggal. Pendengar akan memiliki peluang lebih besar untuk menerima materi siaran tanpa terikat waktu dan jarak. Seperti yang dikemukakan Friedman dengan Teori *The World is Flat*, bahwa media konvergensi telah membangun keserempakan, kecepatan dan efek asimetrik yang kuat.

Melihat perkembangan media saat ini yang konvergen maka radio K-lite pun melakukan konvergensi dengan melakukan radio konvergen. Sementara itu informasi kesehatan dalam talkshow *Healthy lite* pun menjadi bahan referensi oleh pendengar dalam mencari informasi kesehatan. Berdasarkan hal tersebut maka fokus penelitian ini yaitu Bagaimana Radio Konvergen dalam Membangun Literasi Informasi Kesehatan Pendengar? Berdasarkan dari permasalahan utama yang ada dalam fokus kajian penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses diseminasi informasi kesehatan terkait dengan program acara Healthy Lite di radio K-lite FM?
2. Bagaimana peran narasumber dalam penyebaran informasi kesehatan?

---

<sup>1</sup> AC NIELSEN (2014). NIELSEN: KONSUMSI MEDIA LEBIH TINGGI DI LUAR JAWA. Diakses pada 1 Juli 2016. <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>

<sup>2</sup> *Ibid*

3. Bagaimana tingkat kunjungan dan respon pendengar melalui website personal narasumber?

Tujuan Penelitian untuk mengetahui :

1. Proses diseminasi informasi kesehatan terkait dengan program acara Healthy Lite di radio K-lite FM?
2. Peran narasumber dalam penyebaran informasi kesehatan?
3. Tingkat kunjungan dan respon pendengar melalui website personal narasumber?

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Studi Kasus dengan pendekatan *Single Cases* yang berupaya menjelaskan Radio Konvergen dalam Membangun Literasi Informasi Kesehatan Pendengar. Objek penelitian adalah Radio K-lite 107.1 FM (PT Radio Lintas Kontinental). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi literasi. Adapun *Key informan* yang dapat menjelaskan mengenai fenomena ini yaitu Station Manager Radio K-lite FM Adil Maulana dan Nara sumber *Healthy Lite* dokter Indra K. Muhtadi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Proses diseminasi informasi kesehatan terkait dengan program acara Healthy Lite di radio K-lite FM**

Radio konvergen menjadi salah satu strategi bisnis media yang dilakukan oleh Radio K-lite FM. Dalam menjalankan bisnisnya Radio K-lite pun melakukan transformasi bisnis yaitu pada bisnis on air, off air dan online. Hal ini dilakukan karena melihat kecenderungan perubahan pola konsumsi media di kalangan masyarakat saat ini. Transformasi bisnis dilakukan untuk menjaga eksistensi radio dan profit perusahaan. Berdasarkan Company Profile Radio K-lite 107.1 FM diketahui: Profil radio K-lite FM yaitu berlokasi di Jl. Sumur Bandung no. 12 Bandung. Radio K-lite FM memiliki visi: “ Menjadi Penyedia Jasa Informasi, Hiburan dan kegiatan Kreatif Berorientasi Ekonomi dan Bisnis Paling utama dan Terpercaya di Indonesia.” Dan Misi Radio K-lite FM: “ Bersinergi dalam jaringan Grup Telkom Foundation dan Grup Telkom dan secara aktif mendukung rencana strategis Grup Telkom Foundation dan Grup Telkom. Menyelenggarakan usaha jasa informasi,hiburan, dan kegiatan kreatif berkualitas tinggi yang diminati oleh khalayak dan pengiklan. Melakukan konvergensi. Memberikan kontribusi optimal bagi stakeholder. Motto Radio K-lite FM yaitu Bandung’s Inspiring Sound dan bersegmentasi dewasa.

Sementara itu, profil pendengar radio K-lite FM yaitu:

Usia : 14-24 tahun (24%), 25-34 tahun (38%), 35-44 tahun (21%),  
45 tahun ke atas (17%).  
Pendidikan : S2/S3 (4%), S1(27%), Akademi/Diploma (15%), SMA/Sederajat (40%),  
SMP& SD (14%).  
Pekerjaan : Top Manajemen (6%), Pegawai Negeri/Swasta (26%),  
Pengajar/Tenaga Ahli (4%), Wiraswasta (25%), Mahasiswa/Pelajar (12%),  
Ibu Rumah Tangga (13%), Lainnya (4%).  
SES : A1(21%), A2 (55,3%), B (18,4%), C (5,2%).  
Jenis Kelamin : Wanita (55%) dan Pria (45%)

Dengan profil pendengar dewasa dan dengan demografi tersebut, maka program acara pun disesuaikan dengan kebutuhan pendengar Sahabat K-lite. Diturunkan oleh Station Manager Radio K-lite FM Adil Maulana:

*“Informasi kesehatan menjadi konten yang dibutuhkan oleh pendengar. Oleh karena itu, program acara yang terkait kesehatan dibuat untuk memenuhi kebutuhan*

*pendengar. Ada dua talkshow kesehatan di radio K-lite yaitu tentang kesehatan anak dalam talkshow KONTAK atau konsultasi kesehatan anak dan kesehatan umum dalam Healthy Lite”*

Berdasarkan penuturan tersebut jelas bahwa informasi kesehatan ini bermanfaat untuk memenuhi informasi kesehatan bagi pendengar. Untuk jenis informasi kesehatannya terdiri dari kesehatan anak dan kesehatan umum. Healthy Lite merupakan talkshow yang ada di program acara Healthy Lite.

Program talkshow Healthy Lite yang tayang setiap sabtu jam 09.15-10.WIB di Radio K-lite FM. Talkshow Healthy Lite tayang perdana pada 13 Februari 2010 menampilkan nara sumber yang sangat aktif dalam proses diseminasi informasi atau konten kesehatan di media on air, online dan media sosial. Hal ini seperti diungkapkan Adil :

*“Nara sumber Healthy Lite yaitu Dokter Indra K. Muhtadi adalah nara sumber yang memiliki keunikan tersendiri dalam membawakan program talkshow yang ada di K-lite FM. Beliau aktif dalam menyebarkan informasi kesehatan di Healthy Lite tak hanya on air. Ia pun aktif di media online dengan membuat webpersonal di [www.indramuhtadi.com](http://www.indramuhtadi.com) dan juga di media sosial seperti Facebook dan juga memiliki FanPage Facebook, Youtube, Twitter dan LinkedIn.”*

Lebih lanjut mengenai proses diseminasi informasi talkshow Healthy Lite dijelaskan Adil Maulana Station Manager Radio K-lite:

*“Narasumber dalam proses diseminasi informasi kesehatan dalam talkshow HealthyLite ini sebelumnya membuat perencanaan tentang materisiaran yang akan tayang setiap minggunya. Proses selanjutnya nara sumber memposting materi talkshow ini sebelum penayangan talkshow di hari Sabtu pagi pada akun media sosialnya yaitu Facebook dan di dalam promo talkshow nya tersebut akan di arahkan ke web personalnya dengan menampilkan link web personal. Nara sumber datang ke studio K-lite FM untuk live on air talkshow Healthy Lite yang tayang pada Sabtu jam 09.00 WIB. Pada saat talkshow pun diinformasikan pendengar bisaberinteraksi langsung melalui telepon, black berry messenger, WhatsApp, dan web personal nara sumber dan media sosialnya atau mengirim email.”*

Sementara itu, mengenai konten Healthy Lite materi siaran dan materi yang diposting di media sosial dan web personal dijelaskan Adil Maulana Station Manager Radio K-lite:

*Materi siaran yang akan ditayangkan pada siaran live talkshow Healthy Lite struktur materinya antara lain terdiri dari pendahuluan, sejarah, fakta mengenai suatu penyakit tertentu, penyebab, faktor resiko, kapan mencari pertolongan medis, penegakan diagnosis, penanganan, pencegahan. Materi ini pula yang nantiya akan diposting di web personal nara sumber. Sementara itu di media sosial Facebook akan diposting informasi singkat dan menarik mengenai penyakit tertentu, dan mengajak untuk mendengarkan siaran baik konvensional dan radio streaming, serta mengajak berinteraksi baik lewat telepon, SMS dan menyertakan pertanyaan pada kolom comment di Facebook.*

## **2. Peran narasumber dalam penyebaran informasi kesehatan**

Dalam acara talkshow Healthy Lite peran nara sumber sangat penting. Hal ini seperti diungkapkan Adil Maulana Station Manager Radio K-lite:

*“Pelaksanaan talkshow Healthy Lite ini ada penyiar dan nara sumber yang memaparkan dengan jelas topic kesehatan yang dibahas. Talkshow kesehatan ini otomatis memerlukan nara sumber dokter. Dokter Indra K. Muhtadi yang menjadi nara sumber dipilih karena sebagai dokter dan keunikannya dalam memaparkan*

*informasi medis disampaikan dengan bahasa yang lugas dan ringan serta diselingi humor. Sehingga akan lebih mudah dimengerti oleh pendengar.”*

Adapun profil dari dokter Indra yaitu merupakan seorang *public speaker* dan konsultan pada berbagai *professional training*, seminar dan workshop di Indonesia untuk topik-topik di dunia medis, gaya hidup sehat (*healthy life style*), psikologi, dan management; yang diadakan oleh *event organizers* ternama di Indonesia. Sebagai konsultan kesehatan, dokter Indra K. Muhtadi biasa menyampaikan informasi kesehatan dengan bahasa ringan sehingga membuat masalah medis menjadi sesuatu yang mudah untuk dipahami. Beliau juga seorang Konsultan Pengembangan Bisnis dan Produk untuk ABN Group, sebuah grup produsen alat-alat kesehatan yang berbasis di Bandung.<sup>3</sup>

Dokter Indra K. Muhtadi, pada Oktober 2014 menerbitkan dua buku. Buku pertama berjudul "SEHAT untuk HEBAT" berisi sepuluh kiat sehat yang paling diminati, kumpulan kasus medis yang paling sering ditanyakan pasien kepada dokternya. Sedangkan buku kedua dan ketiga berjudul "REVOLUSI MENTAL" yang ditulis bersama dua puluhan penulis besar lainnya termasuk Presiden Indonesia, Bapak Joko Widodo. Buku ini mengemukakan betapa Indonesia harus melakukan revolusi mental skala nasional agar menjadi lebih baik. Selain itu, aktivitasnya di media sosial bisa ditemui melalui beberapa akun media sosial dokter Indra K. Muhtadi yaitu di Facebook, Twitter, Youtube dan LinkedIn.<sup>4</sup>

Pada proses diseminasi informasi kesehatan dalam talkshow Healthy Lite ini, dokter Indra K. Muhtadi juga berperan sebagai perencana dan penyebar informasi. Mengenai perannya ini, diungkapkan Adil Maulana Station Manager Radio K-lite:

*“Nara sumber pada talkshow ini berperan mulaidari tahap perencanaan dan pelaksanaan penyebaran informasi. Nara sumber merencanakan materi siaran yang akan tayang setiap minggunya. Materi talkshow tentunya menjadi panduan juga bagi penyiar selaku pewawancara agar bisa memandu acara talkshow. Di sabtu pagi sebelum dilaksanakan talkshow on air Healthy Lite, nara sumber memposting terlebih dahulu materi siaran di media sosial Facebook sebagai informasi awal mengenai tema yang dibahas. Pada pukul 09.15 WIB live talkshow Healthy Lite dan pendengar bisa berinteraksi untuk bertanya lewat SMS, telepon, WhatsApp, dan Facebook.”*

### **3. Tingkat kunjungan dan respon pendengar melalui website personal narasumber**

Interaksi pada talkshow Healthy Lite ini bisa dilakukan pada saat talkshow berlangsung melalui telepon, SMS, WhatApps, Facebook. Selain itu jika talkshow telah selesai maka pendengar pun bisa berkonsultasi langsung via email, web personal, Facebook atau melalui no telepon pribadi dokter Indra K. Muhtadi. Beberapa media yang bisa digunakan oleh pendengar untuk bisa berinteraksi ini tentunya menjadi bahan acuan dalam mencari informasi kesehatan yang dibutuhkan.

Sementara itu diungkapkan dr Indra K Muhtadi mengenai web personal [www.indramuhtadi.com](http://www.indramuhtadi.com) bahwa:

*“Healthy Lite pertama kali tayang pada 13 Februari 2010 dan hingga 29 Oktober 2016 sudah ada 245 episode. Adapun website personal saya yaitu [www.indramuhtadi.com](http://www.indramuhtadi.com) dan di dalamnya terdapat blog tentang artikel kesehatan sesuai dengan tema yang sedang dibahas di radio (<http://www.indramuhtadi.com/blog-index.html>) dan pertama kali dipublished yaitu pada 21 November 2010.”*

<sup>3</sup><http://www.indramuhtadi.com/> diakses pada 19 Oktober 2016

<sup>4</sup>Ibid

Selain web personal dokter Indra K. Muhtadi pun sangat aktif di media sosial Facebook. Selain account FB personalnya juga terdapat FanPage FB yang di-launched pada November 2011. Fan Page nya beralamatkan di <https://www.facebook.com/DrIndraMuhtadi>.

- Face book fan page DrIndraMuhtadi di: <https://www.facebook.com/DrIndraMuhtadi>  
 Di launched pertama kali: **November 2016**  
 Jumlah like sd. tgl. 29 Oktober 2016: **1.894 likes**  
 Fan page ini ter-link langsung dengan website.

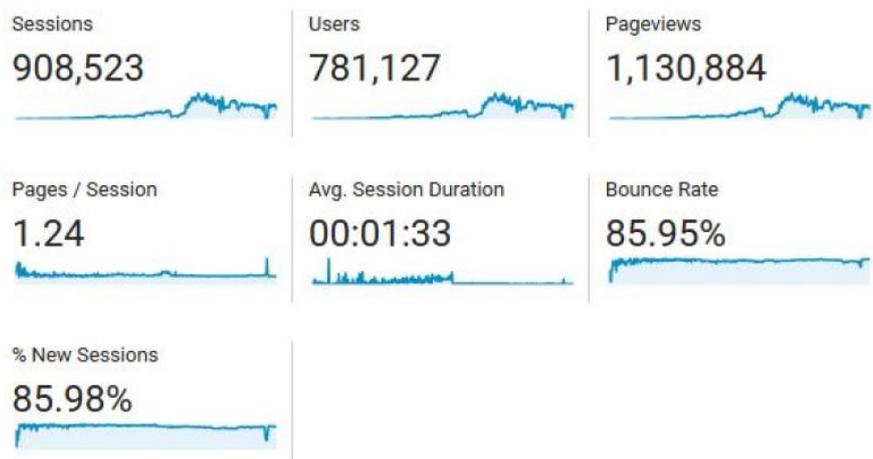


Gambar 1. Fanpage <https://www.facebook.com/DrIndraMuhtadi>.

(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Web personal [www.indramuhtadi.com](http://www.indramuhtadi.com) di-published pada 21 November 2010. Diketahui bahwa terdapat grafik akumulasi dari pertama di published hingga saat ini yaitu:

- **Grafik akumulasi** (21 November 2010 sd. sekarang):



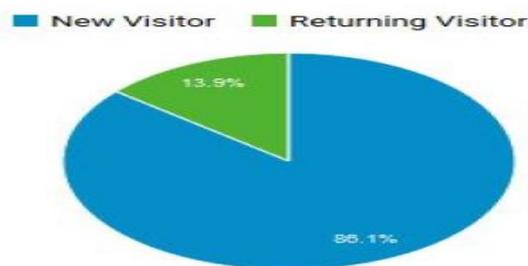
Gambar 2. Grafik akumulasi web berdasarkan google analitics

(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Sessions pada web ini merupakan kunjungan atau visit ini dari 21 November 2010 hingga 29 Oktober 2016 yaitu 908,523. Sessions ini dapat dikatakan seseorang yang berinteraksi dengan website kita akan dihitung sebagai sessions. Sessions akan kadaluarsa jika dalam waktu 30 menit tidak ada aktivitas apapun di website kita. Jadi jika baru membuka halaman home dan ditinggal setelah 30 menit kemudian dan membuka halaman kontak, maka akan dihitung sebagai 2 sessions.

Users atau mereka yang pernah mengunjungi website kita setidaknya 1 kali. Masih dalam periode yang sama yaitu 781,127. Pageviews web nya atau setiap halaman website yang terbuka dan halaman yang sama namun dibuka berulang-ulang kali yaitu 1,130,884. Page/Session atau jumlah laman yang dilihat dalam satu sesi yaitu 1,24. Avarage Session Duration yaitu 00.01.33. Bounce Rate atau persentase pengunjung yang membaca hanya satu halaman yaitu 85.95%. % New Sessions taksiran persentase kunjungan kali pertama yaitu 85.98%.

Pengunjung baru pada web ini 13,9% dan pengunjung yang kembali lagi ke web personal ini diketahui 86,1%.



Gambar 3: returning visitor dan new visitor  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Dijelaskan mengenai kunjungan web personal nara sumber dalam suatu wawancara dengan dr. Indra K. Muhtadi diungkapkan:

*“Sampai saat ini rata-rata kunjungan website [www.indramuhtadi.com](http://www.indramuhtadi.com) 800-100per hari dan sekitar 25.000 kunjungan per bulannya. Sedangkan jumlah konsultasi via website dan Facebook rata-rata 900 konsultasi per tahun.”*

Pengguna yang berkunjung ke web personal ini dilihat dari kota pengunjung berdasarkan google analytics pada web ini 20% atau jumlah sessions nya 183,303 dari kota Jakarta, kota lainnya di Indonesia yaitu pada urutan ke 4 Surabaya jumlah sessions 87,394 atau 9,62%. Urutan kelima yaitu Medan sessions 44,562 atau 4,90% sedangkan Bandung sessions 28,754 atau 3,16%. Data selengkapnya sebagai berikut:

- Kunjungan berdasarkan Kota (21 November 2010 sd. sekarang):

City	Sessions	% Sessions
1. Jakarta	183,303	20.18%
2. (not set)	147,343	16.22%
3. (not set)	90,319	9.94%
4. Surabaya	87,394	9.62%
5. Medan	44,562	4.90%
6. Bandung	28,754	3.16%
7. New Delhi	27,264	3.00%
8. Yogyakarta	21,558	2.37%
9. Mumbai	18,445	2.03%
10. Makassar	17,018	1.87%

Gambar 4. Kunjungan berdasarkan kota  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Negara yang aktif dalam mengakses web personal dokter Indra K. Muhtadi berdasarkan Google analytics yaitu tertinggi adalah Indonesia dengan sessions 673,913 atau 74,18%. Kedua yaitu Amerika Serikat dengan sessions 74.609 atau 8,21% dan India di urutan ketiga dengan jumlah sessions 53,749 atau 5,92%.

- Kunjungan berdasarkan **Negara** (21 November 2010 sd. sekarang):

Country	Sessions	% Sessions
1.  Indonesia	673,913	74.18%
2.  United States	74,609	8.21%
3.  India	53,749	5.92%
4. (not set)	49,339	5.43%
5.  Malaysia	21,110	2.32%
6.  United Arab Emirates	6,731	0.74%
7.  Singapore	3,011	0.33%
8.  Netherlands	2,121	0.23%
9.  Vietnam	1,830	0.20%
10.  Hong Kong	1,522	0.17%

Gambar 5. Kunjungan berdasarkan negara  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Para pengunjung web dokter Indra K. Muhtadi pun diidentifikasi berdasarkan Google Analytic sejumlah 443,288 atau 48,79% menggunakan browser dengan operating system dari Android. Urutan kedua windows 226,299 sessions atau 24,91%. Dan IOS dengan sessions 76,416 atau 8,41%. Data lengkapnya ada pada gambar dibawah ini

- Kunjungan berdasarkan **Browser** (21 November 2010 sd. sekarang):

Operating System	Sessions	% Sessions
1. Android	443,288	48.79%
2. Windows	226,299	24.91%
3. iOS	76,416	8.41%
4. (not set)	75,764	8.34%
5. BlackBerry	57,971	6.38%
6. Series40	8,025	0.88%
7. Macintosh	6,885	0.76%
8. Linux	4,762	0.52%
9. Windows Phone	3,485	0.38%
10. Nokia	2,571	0.28%

Gambar 6. Kunjungan berdasarkan Browser Operating System  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Data para pengunjung web dokter Indra K. Muhtadi pun diidentifikasi berdasarkan Google Analytic sejumlah 308,136 sessions atau 33,92% menggunakan browser dari Chrome. Urutan kedua windows 136,541sessions atau 15,03%. Dan Opera Mini dengan sessions 131,544 atau 14,48% Opera Mini Data lengkapnya ada pada gambar dibawah ini

- Kunjungan berdasarkan **Browser** (21 November 2010 sd. sekarang):

Browser	Sessions	% Sessions
1. Chrome	308,136	33.92%
2. Firefox	136,541	15.03%
3. Opera Mini	131,544	14.48%
4. Android Browser	98,235	10.81%
5. UC Browser	79,112	8.71%
6. Safari	78,502	8.64%
7. BlackBerry	39,629	4.36%
8. Opera	11,053	1.22%
9. Internet Explorer	10,226	1.13%
10. S40 Ovi Browser	8,042	0.89%

Gambar 7. Kunjungan berdasarkan Browser  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Sementara itu berdasarkan Service Provider dari 21 November 2010 hingga 30 Oktober 2016 masih Google analitic web dokter Indra K. Muhtadi diketahui bahwa pada urutan pertama yaitu PT. Telkom Indonesia 144,053 Sessions atau 15.86%, selanjutnya dari PT Telekomunikasi Seluler atau Telkomsel Indonesia 115,254 sessions atau 12,69%. Sementara yang ketiga yaitu PT Hutchinson CP Telecommunications 88,597 atau 9,75%. Sedangkan data lengkapnya sebagai berikut:

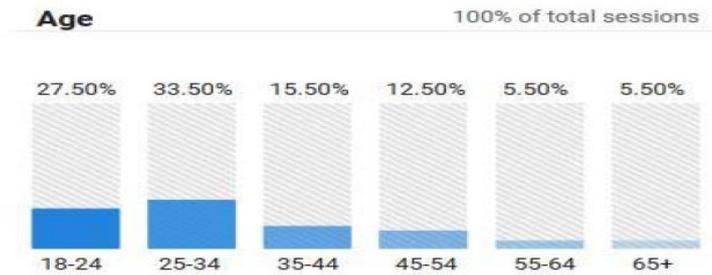
- Kunjungan berdasarkan **Service Provider** (21 November 2010 sd. sekarang):

Service Provider	Sessions	% Sessions
1. pt telkom indonesia	144,053	15.86%
2. pt. telekomunikasi selular (telkomsel) indonesia	115,254	12.69%
3. pt hutchison cp telecommunications	88,597	9.75%
4. opera software asa	83,347	9.17%
5. pt excelcomindo pratama	54,854	6.04%
6. opera software americas llc	47,798	5.26%
7. research in motion limited	31,336	3.45%
8. ggsn 3g	25,467	2.80%
9. mileweb inc.	23,775	2.62%
10. quantil inc	22,249	2.45%

Gambar 8. Kunjungan berdasarkan Service Provider  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Demografis pengunjung berdasarkan usia diketahui berdasarkan 100% sessions dari 21 November 2010 sampai 30 Oktober 2016 diketahui bahwa pada rentang usia 25-34 diketahui jumlahnya tertinggi di 33,50% kemudian di rentang usia 18-24 sebanyak 27%, sedangkan di usia 35-44 tahun 15,50% dan usia 45-54 sebesar 12,50%.

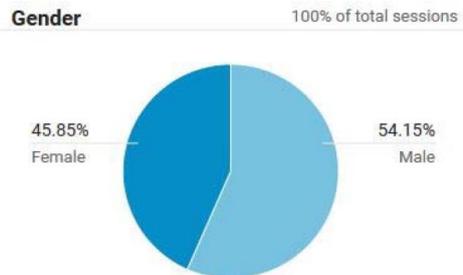
- Demografis pengunjung berdasarkan usia:



Gambar 9. Demografis berdasarkan usia  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Sementara berdasarkan gender pengunjung website personal dokter Indra K. Muhtadi diketahui dari 100% total sessions 45,85% adalah perempuan dan laki-laki 54,15%. Diketahui dari grafik berikut:

- Demografis pengunjung berdasarkan gender:



Gambar 10. Demografis berdasarkan gender  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Topik-topik yang paling sering dikunjungi berdasarkan google Analytics pada web personal ini diketahui sebagai berikut:

- Top 10 halaman yang paling sering dikunjungi:

Page	Pageviews	% Pageviews
1. <a href="#">/scripts-2011/topik-ke-71-nyeri-bahu-leher</a>	63,713	5.63%
2. <a href="#">/scripts-2013/topik-ke-121-ganglion</a>	54,399	4.81%
3. <a href="#">/scripts-2012/topik-ke-84-radang-tenggorokan</a>	46,142	4.08%
4. <a href="#">/abn-group-blog-page/tips-menggunakan-tensi-meter-yang-benar</a>	37,316	3.30%
5. <a href="#">/scripts-2012/topik-ke-107-bronchitis</a>	35,244	3.12%
6. <a href="#">/scripts-2011/topik-ke-41-meningitis-pada-dewasa</a>	33,271	2.94%
7. <a href="#">/4/post/2012/04/topik-ke-84-radang-tenggorokan.html</a>	33,131	2.93%
8. <a href="#">/scripts-2014/topik-ke-152-cacar-air-pada-dewasa</a>	31,766	2.81%
9. <a href="#">/scripts-2012/topik-ke-94-keloid</a>	28,672	2.54%
10. <a href="#">/blog-articles-2011/topik-ke-71-nyeri-bahu-leher</a>	28,473	2.52%

Gambar 11. Top 10 halaman yang paling sering dikunjungi  
(Sumber: Dokter Indra K. Muhtadi)

Penggunaan media on-line meningkat tajam dan menggantikan media konvensional yang sebelumnya memiliki peran besar. Seperti dikatakan oleh Herbert Blumer dalam McQuail (1998), dengan efek media massa bahwa masyarakat akan memenuhi kebutuhan informasi melalui media massa sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemudian dalam Teori Uses and Gratification yang juga diangkat oleh Blumer, Katz dan Hass dalam Ardianto et al ( bahwa khalayak dianggap aktif dalam mencari informasi. Uses dan Gratification mengasumsikan khalayaklah yang aktif memanfaatkan isi media. Mereka memilih isi media sesuai dengan harapan yang diperlukan.

Saat ini, teori tersebut bisa dikonversikan ke dalam gejala pencarian informasi oleh khalayak melalui media *on-line* yang dikombinasikan dengan media massa. Hal ini akan memudahkan harapan yang dimunculkan oleh media. Kombinasi antara media konvensional (radio dalam penelitian ini) dengan web on-line dan layanan media sosial, telah menumbuhkan literasi dan pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan oleh masyarakat atau pendengar. Penggunaan dan gratifikasi khalayak terhadap informasi, di dapatkan melalui radio dengan penjelasan yang langsung tentang gejala penyakit, jenis obat dan tindakan yang harus dilakukan. Di lain pihak, web, media sosial (facebook) dan layanan pesan singkat memberikan kemudahan pencarian informasi lanjutan. Model interaktivitas adalah keunggulan media konvergensi. Masyarakat pemakai akan bekerja sama atau berinteraksi dan membangun benefit secara bersama-sama tanpa harus saling mengenal satu sama lain secara mendalam.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Proses diseminasi informasi kesehatan terkait dengan program acara Healthy Lite di radio K-lite FM melibatkan media konvensional radio melalui ruang/program kesehatan,

streaming program kesehatan, media sosial, dan blog pribadi dari dokter yang menjadi nara sumber.

2. Peran nara sumber cukup dominan dalam menyusun perencanaan isi pesan, produksi pesan, penanggulangan umpan balik, dan penyediaan layanan informasi lanjutan melalui on-line, on-air dan off air. Di samping peran penyelenggara siaran (programer dan broadcaster) bertindak sebagai penatalaksana siaran dan auditing terhadap isi pesan melalui on-air.
3. Tingkat kunjungan dan respon pendengar melalui website personal narasumber meningkat setiap waktu untuk seluruh media.
4. Efek konvergensi media terhadap bentuk interaksi antar pihak telah melahirkan bentuk hubungan saling kepentingan antar nara sumber, pengelola media, dan masyarakat melalui media konvergensi dan media radio siaran.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku**

Ardianto, Elvinaro, dkk. (2009). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

McQuail, Denis, (1998), *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta.

Friedman, Thomas L., (2006), *The World is Flat*, Jakarta: Dian Rakyat.

### **Blog/Digital**

<https://www.facebook.com/DrIndraMuhtadi>.

<https://www.indramuhtadi.com>,