



Nivedana

Jurnal Komunikasi dan Bahasa

E-ISSN: 2723-7664



@ the Author(s) 2024

Volume 5, Number 3, September 2024

Submitted: June 18, 2024

Revised: August 22, 2024

Accepted: Sept 02, 2024

DOI: <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i3.1285>

REVOLUSI AUDIO DIGITAL: TANTANGAN RADIO DI TENGAH GELOMBANG POPULARITAS *PODCAST*

**Adhi Kusuma¹, Salima Nurul Ghaniyya², Dea Wulan Saummi³, Amelia Febriyanti⁴,
Ripahiyah⁵, Julkifli⁶, Yoga Oka Saputra⁷, Muhammad Ahlun Firdaus⁸**

Abstrak

Penelitian ini menganalisis tantangan yang dihadapi radio tradisional di tengah meningkatnya popularitas podcast di era digital. Metode literatur review digunakan untuk mengkaji perubahan preferensi konsumen dalam konsumsi konten audio dan dampaknya terhadap eksistensi radio tradisional. Studi ini menemukan bahwa fleksibilitas dan kustomisasi konten podcast, diversitas dan spesialisasi topik, interaktivitas yang tinggi, serta model monetisasi yang lebih adaptif, menjadi faktor-faktor utama yang menarik pendengar dari radio tradisional ke podcast. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa radio tradisional perlu mengadopsi strategi digital yang lebih fleksibel dan berfokus pada diversifikasi konten serta peningkatan keterlibatan pendengar. Pemahaman terhadap tren dan dinamika ini diharapkan dapat membantu industri radio menemukan cara-cara baru untuk berkembang dan tetap kompetitif di tengah lanskap media yang terus berubah. Temuan penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana radio tradisional dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mempertahankan relevansinya dan memenuhi kebutuhan pendengar di masa depan.

Kata kunci: Radio konvensional, Podcast, Preferensi konsumen, Media digital, Keterlibatan pendengar

¹ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: adhi.kusuma@uinbanten.ac.id

² Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: salimaghanya@gmail.com

³ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: deawulansaummi27@gmail.com

⁴ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: ameliafb.03@gmail.com

⁵ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: ripahiyah2708@gmail.com

⁶ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: muhammadjulkifli87@gmail.com

⁷ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: yogaoka574@gmail.com

⁸ Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, email: cakdahlunstrng@gmail.com

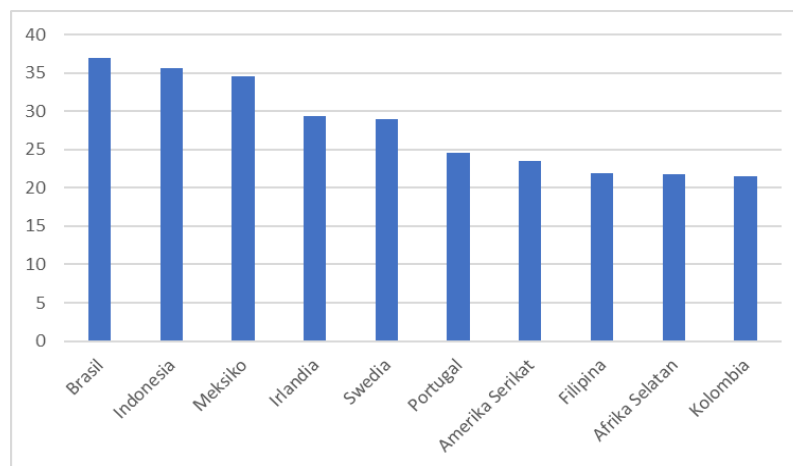
Abstract

This study analyzes the challenges faced by traditional radio amidst the increasing popularity of podcasts in the digital era. A literature review method is employed to examine changes in consumer preferences regarding audio content consumption and their impact on the existence of traditional radio. The study finds that the flexibility and customization of podcast content, diversity and specialization of topics, high interactivity, and more adaptive monetization models are key factors attracting listeners from traditional radio to podcasts. The research also identifies that traditional radio needs to adopt more flexible digital strategies focusing on content diversification and increased listener engagement. Understanding these trends and dynamics is expected to help the radio industry find new ways to thrive and remain competitive in a constantly evolving media landscape. The findings of this study are expected to provide in-depth insights into how traditional radio can leverage digital technology to maintain relevance and meet the needs of audiences in the future.

Keywords: *Traditional radio, Podcasts, Consumer preferences, Digital media, Listener engagement*

PENDAHULUAN

Teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek kehidupan, termasuk konsumsi media. Salah satu perubahan paling signifikan adalah dalam cara masyarakat mengonsumsi konten audio. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh GlobalWebIndex (2021), jumlah pendengar podcast telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Grafik di atas menunjukkan persentase pendengar podcast kuartal ketiga yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki persentase pendengar podcast bulanan yang tinggi, mencapai sekitar 35%. Grafik tersebut menempatkan Indonesia di posisi kedua setelah Brasil dalam kategori pendengar podcast terbanyak. Hal ini mencerminkan perubahan preferensi konsumen yang semakin condong pada konten audio yang fleksibel dan on-demand, dibandingkan dengan radio tradisional yang terikat oleh jadwal siaran tetap.



Gambar 1. Persentase pendengar *podcast*

Radio tradisional, yang selama beberapa dekade merupakan medium utama untuk berita, musik, dan hiburan, kini menghadapi tantangan besar. Berdasarkan laporan dari Liliyana (2017), meskipun radio tetap memiliki basis pendengar yang besar, ada penurunan signifikan dalam waktu yang dihabiskan oleh pendengar untuk mendengarkan radio. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dalam perilaku konsumsi media yang harus dihadapi oleh industri radio untuk tetap relevan. Tak hanya itu, Podcast memiliki potensi untuk menggantikan radio sebagai media audio yang serupa. Hal ini dibuktikan oleh survei Daily Social pada tahun 2018 yang membandingkan pilihan masyarakat Indonesia antara radio dan podcast. Hasil survei menunjukkan bahwa 17,98% masyarakat lebih memilih mendengarkan radio, 25,29% lebih memilih podcast, dan 56,73% mendengarkan keduanya. Data ini menegaskan adanya perubahan tren di era digital, terutama pada media berbasis audio digital (Daily Social, 2018).

Permasalahan perubahan preferensi konsumen terhadap eksistensi radio tradisional merupakan isu kompleks yang mencerminkan dinamika konsumsi media di era digital. Seiring dengan meningkatnya popularitas podcast, terdapat beberapa aspek yang harus dipertimbangkan dalam memahami dampaknya terhadap radio tradisional. Podcast menawarkan fleksibilitas yang signifikan bagi pendengar sehingga dapat memilih konten yang spesifik sesuai minat mereka dan mendengarkannya kapan saja dan di mana saja. Hal ini sangat berbeda dengan radio tradisional yang memiliki jadwal siaran tetap dan konten yang umumnya lebih general. Menurut sebuah

penelitian oleh Lestari (2019), pendengar lebih menyukai konten yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan waktu mereka, yang tidak selalu bisa dipenuhi oleh radio tradisional.

Podcast mencakup berbagai topik yang sangat luas dan sering kali mendalam, mulai dari pendidikan, kesehatan, hingga hiburan dan cerita pribadi. Radio tradisional, meskipun memiliki berbagai program, sering kali terbatas pada format yang lebih umum dan kurang mendalam. Penelitian dari Miranda dan Yuliati (2020), menunjukkan bahwa keragaman dan spesialisasi konten adalah salah satu alasan utama mengapa pendengar beralih ke podcast, yang menyediakan informasi dan hiburan yang lebih spesifik dan relevan dengan minat mereka. podcast menyediakan informasi dan hiburan yang lebih spesifik dan relevan dengan minat individu. Ketika pendengar dapat menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka dengan lebih mudah, mereka cenderung lebih tertarik dan terlibat dalam mendengarkan. Seseorang yang tertarik pada kesehatan mental mungkin akan menemukan podcast yang secara khusus membahas topik tersebut lebih menarik daripada program radio yang mencakup berbagai topik secara umum. Keberagaman dan spesialisasi konten memungkinkan pendengar untuk mendapatkan pengalaman mendengarkan yang lebih pribadi dan relevan dengan kebutuhan dan preferensi mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan keterlibatan mereka dalam media audio.

Podcast sering kali memberikan rasa kedekatan dan komunitas yang lebih kuat antara pembuat konten dan pendengar. Pendengar dapat berinteraksi langsung melalui komentar, media sosial, atau bahkan menjadi bagian dari komunitas pendukung yang lebih besar. Radio tradisional, di sisi lain, biasanya memiliki interaksi satu arah dengan pendengarnya. Penelitian oleh Nirwana dan Oktaviana (2020) menekankan bahwa interaktivitas adalah faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pendengar di era digital. Dalam jurnal *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, penelitian oleh Chitra dan Oktavianti (2019) menganalisis strategi digital public relations yang digunakan oleh podcaster dalam membangun brand engagement. Studi ini menunjukkan bahwa interaksi aktif melalui media sosial dan forum diskusi online memungkinkan pendengar merasa lebih terlibat dan menjadi bagian dari komunitas podcast tersebut. Pendengar tidak hanya sebagai konsumen pasif tetapi juga sebagai anggota aktif yang berkontribusi dalam konten dan diskusi.

Podcast, di sisi lain, memiliki berbagai model monetisasi, termasuk iklan yang disisipkan dengan lebih alami, sponsorship, dan donasi dari pendengar. Penelitian oleh Sinabariba (2023), menggarisbawahi bahwa radio perlu mengeksplorasi model monetisasi yang lebih fleksibel dan sesuai dengan preferensi konsumen masa kini untuk tetap kompetitif. radio perlu mencari cara baru untuk mendapatkan pendapatan yang lebih adaptif dan sesuai dengan keinginan pendengar zaman sekarang. Radio harus terus beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku dan kebutuhan konsumen untuk mempertahankan relevansi mereka di pasar.

Kemajuan teknologi telah memudahkan produksi dan distribusi podcast, memungkinkan siapa saja dengan perangkat sederhana untuk membuat dan menyebarkan konten podcast. Berbeda dengan radio tradisional, dengan infrastruktur yang lebih kompleks dan regulasi yang ketat, sering kali lebih lambat dalam mengadopsi teknologi baru. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani dkk, 2024), menyatakan bahwa inovasi teknologi adalah kunci dalam mempertahankan relevansi di pasar media yang terus berkembang. pentingnya penggunaan teknologi baru dan kreativitas dalam mengembangkan produk dan layanan media yang sesuai dengan tuntutan konsumen masa kini. Perusahaan media dapat tetap relevan dan berdaya saing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan platform media digital lainnya.

Tujuan artikel ini adalah untuk menyelidiki bagaimana preferensi konsumen terhadap media audio digital telah mengalami perubahan, terutama dengan terjadinya pergeseran dari radio tradisional ke podcast. Faktor-faktor yang memengaruhi pergeseran ini, seperti keberagaman konten, spesialisasi topik, interaktivitas, dan model monetisasi, akan dianalisis secara mendalam. Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup, konsumen cenderung mencari konten yang lebih personal, fleksibel, dan sesuai dengan minat mereka. Podcast memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan variasi konten yang lebih kaya dan bebas iklan yang mengganggu, berbeda dengan model bisnis radio tradisional yang sering dianggap terlalu bergantung pada iklan siaran.

Selain itu, peningkatan penggunaan platform digital dan smartphone semakin memberikan kemudahan konsumen dalam mengakses podcast, sehingga konsumen bisa mendengarkan kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, pergeseran ini tidak hanya mengubah pola konsumsi media audio tetapi juga memengaruhi industri periklanan dan model bisnis media. Penelitian ini menjadi penting untuk memahami dinamika pergeseran preferensi konsumen dan implikasinya

terhadap masa depan media audio, serta bagaimana industri radio tradisional dapat beradaptasi untuk tetap relevan di era digital. Tantangan utama yang dihadapi oleh radio tradisional dalam mempertahankan relevansi mereka di era digital yang terus berkembang juga akan diidentifikasi. Ini termasuk pemahaman perubahan perilaku konsumen, navigasi persaingan dengan platform media baru, serta menemukan cara-cara inovatif untuk mengelola strategi konten dan monetisasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian literatur review. Menurut Sugiyono (2019), literatur review digunakan untuk menemukan teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, menemukan variabel-variabel yang relevan, mengetahui hasil-hasil penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi atau pembandingan, menemukan metode-metode penelitian yang dapat digunakan, serta mengidentifikasi kekurangan dan kesenjangan dari penelitian sebelumnya yang bisa dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya. Pada penelitian ini literatur review bertujuan untuk menganalisis tantangan yang dihadapi radio tradisional akibat meningkatnya popularitas podcast serta memberikan dasar teoretis yang kuat terhadap topik yang diteliti.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah pencarian dan analisis dokumen literatur dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian terkait. Proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pencarian terhadap literatur yang relevan menggunakan kata kunci yang sesuai dengan topik penelitian, kemudian menyaring dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang memiliki hubungan langsung dengan tantangan yang dihadapi radio tradisional dalam menghadapi popularitas podcast.

Proses analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi pola-pola umum, tren, dan temuan-temuan signifikan yang muncul dari literatur yang telah dikumpulkan. Tahap pertama dalam proses analisis data adalah membaca dan memahami secara mendalam isi dokumen literatur yang telah dikumpulkan dengan melibatkan pengidentifikasian dan pemahaman terhadap berbagai konsep, teori, dan temuan yang disajikan dalam literatur terkait pergeseran preferensi konsumen dari radio tradisional ke podcast. Analisis dilakukan dengan teliti untuk menganalisis pendekatan metodologis yang digunakan oleh peneliti sebelumnya. Informasi dari literatur dikelompokkan berdasarkan tema atau konsep tertentu yang muncul secara konsisten. Misalnya, informasi tentang keberagaman konten dan spesialisasi topik dapat dikelompokkan bersama sebagai faktor yang memengaruhi

preferensi konsumen terhadap podcast. Pengelompokan ini membantu dalam mengidentifikasi pola-pola umum dan tren yang berkaitan dengan pergeseran preferensi konsumen.

Proses penyajian data dilakukan dengan mengorganisir temuan-temuan dari literatur review ke dalam format yang sistematis dan mudah dipahami. Ini termasuk penyusunan laporan atau artikel yang menggambarkan secara rinci tantangan yang dihadapi radio tradisional akibat popularitas podcast, serta pembahasan tentang kontribusi teori-teori dan temuan-temuan sebelumnya terhadap pemahaman kita tentang fenomena tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio adalah media komunikasi yang menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mengirimkan suara, seperti musik, berita, dan program hiburan, kepada pendengar (Chairunnisa, 2022). Proses terjadinya siaran radio merupakan suatu rangkaian kegiatan yang melibatkan berbagai tahapan yang kompleks dan terorganisir dimulai dari persiapan konten hingga pelaksanaan siaran secara langsung. Radio cenderung memiliki interaksi yang terbatas, sering kali hanya melalui panggilan telepon atau pesan singkat (Anggraeni, 2021).

Meski teknologi terus berkembang, radio tetap relevan berkat kemampuannya menjangkau audiens luas, baik di kota besar maupun daerah terpencil. Pada era digital saat ini, radio juga beradaptasi dengan menawarkan layanan streaming online dan aplikasi mobile, sehingga pendengar bisa menikmati siaran favorit mereka kapan saja dan di mana saja. Inovasi yang dilakukan memastikan bahwa radio tetap menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari dengan menggabungkan tradisi dan teknologi modern untuk memenuhi kebutuhan pendengar masa kini. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam perilaku konsumsi media yang harus dihadapi oleh industri radio untuk tetap relevan.

Stasiun radio tradisional perlu beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku konsumsi media (Ismed, 2020). Strategi inovatif yang diterapkan oleh salah satu stasiun radio dari Radio Andika FM di Kediri, Jawa Timur ialah memperluas jangkauan dengan menyediakan konten digital yang dapat diakses melalui internet. Radio Andika FM telah mengembangkan aplikasi mobile dan streaming online yang memungkinkan pendengar untuk mendengarkan siaran langsung di mana saja dan kapan saja. Inovasi yang dilakukan tersebut memberikan pendengar fleksibilitas yang sama seperti yang mereka dapatkan dari podcast.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 5, Number 3, September 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id



Gambar 1. Tangkapan Layar Aplikasi Radio Andika FM

Pendengar yang menggunakan aplikasi mobile dari Radio ANDIKA FM tetap dapat melakukan interaksi dengan mengirim pesan, request lagu, dan ikut serta dalam segmen. Pada platform yang disediakan oleh radio Andika, meskipun pendengar dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan seperti mengirim pesan, request lagu, dan berkontribusi dalam segmen, keterlibatan mereka seringkali tidak seintens interaksi dalam podcast.

Perbedaan mendasar antara radio dengan podcast adalah cara interaksi dengan pendengar (Sampurna dkk, 2012). Podcast cenderung lebih interaktif, dengan pembuat podcast merespons umpan balik pendengar melalui email atau media sosial. Selain itu, podcast lebih fleksibel dalam ketersediaan konten karena dapat didengarkan kapan pun dan sebanyak yang diinginkan oleh pendengar, sedangkan siaran radio terikat pada jadwal siaran tertentu, meskipun keduanya

menyediakan beragam konten, podcast sering kali menawarkan keanekaragaman yang lebih besar dalam topik dan gaya penyampaian.

Podcast memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam hal kreativitas konten (Zellatifanny, 2020). Karena tidak terikat oleh peraturan siaran seperti radio, podcast dapat menghadirkan iklan dan program dengan cara yang lebih organik dan kreatif, yang membuatnya lebih menarik bagi pendengar. Podcast telah menjadi media yang efektif tidak hanya karena konten yang beragam dan spesifik, tetapi juga karena fleksibilitas dan kemampuannya untuk terhubung dengan pendengar di berbagai situasi dan lokasi.

Keterlibatan pendengar dalam konteks podcast mengacu pada seberapa aktif dan terlibatnya mereka dalam mendengarkan dan berinteraksi dengan konten yang disajikan. Pendengar yang terlibat akan cenderung lebih aktif dalam memberikan umpan balik, berpartisipasi dalam diskusi, atau bahkan berbagi konten dengan orang lain (Martoredjo, 2014). Keterlibatan tersebut dapat tercermin dalam berbagai cara, seperti tingkat interaksi dalam komunitas pendengar, jumlah unduhan atau pemutaran, serta durasi waktu yang dihabiskan untuk mendengarkan podcast tersebut. Keterlibatan yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa pendengar merasa terhubung dengan konten yang disajikan, merasa bahwa konten tersebut relevan dengan minat dan kebutuhan mereka.

Kepuasan pendengar adalah ukuran seberapa puas pendengar dengan pengalaman mendengarkan podcast (Simanjuntak dan Harrie, 2020). Kepuasan pendengar mencakup beberapa faktor penting, seperti seberapa baik informasi atau hiburan yang disajikan, seberapa baik podcast memenuhi harapan dan kebutuhan pendengar, dan seberapa baik pembawa acara atau pembuat konten berkomunikasi dengan baik ide-ide atau gagasan mereka. Kepuasan pendengar dapat tercermin dalam umpan balik positif, tingkat retensi pendengar, atau kesediaan mereka untuk merekomendasikan podcast kepada orang lain.

Studi yang dilakukan oleh Imarshan (2021), menunjukkan bahwa interaktivitas dan keterlibatan pendengar berkontribusi pada kepuasan mereka terhadap podcast. Responden menemukan bahwa podcast yang menampilkan segmen interaktif, seperti tanya jawab dengan pendengar atau partisipasi dalam diskusi, cenderung mendapatkan umpan balik yang lebih positif dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dari pendengar mereka. Ini menegaskan bahwa keterlibatan

pendengar memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pendengar podcast.

Radio tradisional yang bergantung pada iklan sebagai sumber pendapatan utama menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan pengiklan di era digital. Iklan digital menawarkan keunggulan yang lebih terukur dan tersegmentasi, memungkinkan pengiklan untuk mencapai audiens yang lebih spesifik dengan analisis yang lebih akurat tentang efektivitas kampanye mereka. Hal ini membuat iklan digital lebih menarik bagi pengiklan yang mencari return on investment (ROI) yang lebih tinggi dan lebih mudah diukur. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Trinoviana (2017), radio harus beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap kompetitif.

Radio perlu memanfaatkan data analitik untuk menawarkan solusi iklan yang lebih terukur kepada pengiklan dengan menggunakan teknologi data analitik, sehingga radio dapat memberikan laporan yang lebih rinci tentang jangkauan dan efektivitas iklan mereka. Ini termasuk mengumpulkan data pendengar melalui aplikasi mobile atau platform streaming yang mereka kelola, serta mengintegrasikan data ini dengan alat analitik untuk memberikan wawasan yang lebih baik kepada pengiklan. Seperti yang disarankan dalam penelitian oleh Priliantini (2017), langkah ini tidak hanya membantu radio mempertahankan pengiklan yang ada, tetapi juga menarik pengiklan baru yang tertarik pada pendekatan berbasis data.

Pengembangan model bisnis merupakan kunci bagi radio untuk tetap menguntungkan di era digital (Fachrurazi dkk, 2023). Industri radio menghadapi berbagai tantangan, termasuk perubahan preferensi konsumen yang beralih ke platform digital serta meningkatnya kompetisi dari berbagai media digital. Selain pendapatan dari iklan tradisional, radio dapat mengeksplorasi berbagai sumber pendapatan lainnya seperti konten berlangganan, kemitraan dengan platform streaming, atau penjualan merchandise.

Contoh konkret adalah bagaimana beberapa stasiun radio mulai menawarkan layanan premium kepada pendengar setia, seperti akses eksklusif ke konten tambahan atau siaran bebas iklan. Beberapa stasiun radio di Indonesia telah mulai menawarkan layanan premium kepada pendengar setia, memberikan akses eksklusif ke konten tambahan atau siaran bebas iklan. Salah satu contohnya adalah RRI Play, platform yang dimiliki oleh Radio Republik Indonesia (RRI). RRI Play menawarkan berbagai fitur seperti mendengarkan kembali siaran favorit, akses ke podcast eksklusif, dan program-program khusus yang tidak ditayangkan di saluran reguler. Penelitian yang

dilakukan oleh Sadeli (2019), ditemukan bahwa pengembangan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga meningkatkan frekuensi pendengar.



Gambar 3. Display Aplikasi RRI

Radio perlu meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan pendengar untuk menawarkan nilai tambah kepada pengiklan. Dengan menciptakan segmen interaktif yang melibatkan pendengar secara langsung, seperti kuis atau acara bincang-bincang langsung, radio dapat menarik perhatian pengiklan yang tertarik pada keterlibatan audiens yang tinggi. Radio perlu menunjukkan bahwa interaktivitas dapat meningkatkan nilai iklan sehingga pendengar yang terlibat lebih cenderung untuk memperhatikan dan mengingat iklan yang disiarkan.

Dalam menghadapi era digital, radio tradisional harus beradaptasi dengan menggunakan teknologi data analitik, mendiversifikasi model bisnis, dan meningkatkan keterlibatan pendengar. Langkah-langkah ini memungkinkan radio untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lanskap media yang semakin didominasi oleh iklan digital. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, radio dapat menawarkan solusi iklan yang lebih menarik bagi pengiklan, menjaga keberlanjutan pendapatan, dan memastikan pertumbuhan di masa depan, sebagaimana disimpulkan dalam berbagai penelitian yang diterbitkan dalam dekade terakhir. Menurut jurnal yang ditulis oleh Stiyoputri dan Ajhuri (2023) di “Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi”, radio memiliki kemampuan untuk mempertahankan eksistensinya di era digital melalui beberapa strategi adaptif.

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri

Volume 5, Number 3, September 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

Salah satunya adalah pembaharuan staf dan perencanaan program baru yang dirancang untuk menarik minat audiens saat ini. Selain itu, penelitian ini juga mencatat bahwa radio telah berhasil memanfaatkan media sosial dan aplikasi streaming untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan audiens, yang menjadi kunci penting dalam bertahan di tengah persaingan dengan media audio lainnya. Lebih lanjut, penelitian dalam jurnal ini menyoroti bahwa meskipun ada banyak media baru yang muncul, keunikan radio sebagai media auditif yang mendorong imajinasi pendengar membuatnya sulit tergantikan. Radio memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan media berbasis visual, yang memungkinkan pendengar untuk fokus pada cerita dan informasi yang disampaikan secara eksklusif melalui audio.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa radio tradisional menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan relevansi dan menarik pengiklan di era digital. Perubahan preferensi konsumen menuju konten audio yang lebih fleksibel dan on-demand, seperti podcast, telah mengurangi waktu yang dihabiskan pendengar untuk mendengarkan radio tradisional. Meskipun radio masih memiliki basis pendengar yang besar, penurunan ini mencerminkan kebutuhan mendesak bagi industri radio untuk beradaptasi dengan perubahan dalam perilaku konsumsi media. Podcast menawarkan keunggulan dalam hal keberagaman konten, spesialisasi topik, interaktivitas, dan model monetisasi yang lebih bervariasi dan adaptif, yang semuanya berkontribusi pada keterlibatan dan kepuasan pendengar yang lebih tinggi.

Teknologi digital telah memungkinkan produksi dan distribusi konten audio yang lebih mudah dan efisien, memberikan keunggulan kompetitif bagi podcast dibandingkan dengan radio tradisional. Penelitian ini juga menemukan bahwa radio dapat tetap relevan dengan memanfaatkan data analitik untuk menawarkan solusi iklan yang lebih terukur, mendiversifikasi model bisnis mereka, dan meningkatkan interaktivitas dengan pendengar. Radio Andika FM merupakan contoh yang baik dalam mengadaptasi teknologi digital dengan menyediakan layanan streaming dan aplikasi mobile untuk meningkatkan fleksibilitas dan keterlibatan pendengar.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anggraeni, D. (2021). KONFLIK ANTAR GENERASI DALAM RADIO KOMUNITAS. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(1), 87. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v22i1.3398>
- Chairunnisa, M. R. 2022. Konvergensi Digital Radio Arbes Fm Padang Dalam Menyiarkan Program Magrib Mengaji. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 13(1), 27-39. p- ISSN : 2086-1303 e-ISSN : 2657-0521 <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Chitra, Oktavianti, “Strategi Digital Public Relations Podcaster dalam Membangun Brand Engagement,” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, Vol. 8, No. 1 (2019), 35.
- Dailysocial.id. (2018). Podcast User Research. Diakses pada Oktober, 2024. <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layananpodcast-2018>
- Fachrurazi, Arief Y. R., Supriyanto, Syamsulbahri, dan Iskandar. Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*. 2(3), 297-305.
- GlobalWebIndex. 2021. *Podcast*. <https://www.gwi.com/>. Diakses pada 29 Mei 2024.
- Iis, S., Kayyis F.A, “Strategi Radio Madya FM Kota Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Baru,” *Al-Idzaah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 5, No. 2 (2023), 10, <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/alidzaah/article/view/5059>.
- Ismed, M. 2020. Perubahan Dan Inovasi Media Radio Di Era Digital. *MEDIASI - Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*. 1(2), 92-102.
- Imarshan, I. 2021. Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*. 5(2), 213-221.
- Lestari, F. A., Sarwan, Syas, Mulianti, Prima, dan Hamzah, K. (2019). *Fitriani Ayu Lestari-Motives and Satisfaction... Motives and Satisfaction of Radio Listeners in The New Media Era (Cases Study on Dhara FM Radio Listenes in Pariaman)*. *AL MUNIR Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 10(1), 41-48. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Liliyana. 2017. Strategi Program Siaran Radio Dangdut Di Jakarta (Studi Kasus Pada Kenaikan Rating Radio Mersi Fm Tahun 2014). *Jurnal Komunikasi*. 8(2), 103-111.
- Martoredjo, N. T. (2014). Keterampilan Mendengarkan Secara Aktif dalam Komunikasi Interpersonal. *Humaniora*, 5(1), 501. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.3067>
- Nivedana: Journal of Communication and Language**
Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 5, Number 3, September 2024 / nivedana@radenwijaya.ac.id

- Miranda, P., & Yuliati, R. (2020). Eksistensi Radio Saat Ini: Studi Preferensi & Motivasi Khalayak Dalam Mendengarkan Radio. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 735. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2477>
- Nirwana, P., & Purnamasari, O. (2020). *KOMUNIKASI SIARAN RADIO UNTUK MEMPERTAHANKAN BUDAYA BETAWI DI ERA DIGITAL*. 4, 83–91.
- Priliantini, A. (n.d.). *Menilik Dilema Ideologi Radio Swasta Lokal dan Strategi Periklanannya*.
- Ramadhani, S. N., Lestari, M. D., Sianturi, A. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. 2024. Strategi Inovatif Dalam Menghadapi Daya Saing Bisnis Di Era Digital. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*. 3(1), 1-4. E-ISSN : 2828-0288
- Sadeli dan Edi A. S. Model Manajemen Bisnis dan Komunikasi Pemasaran Stasiun Radio di Era Digital dan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 17(3), 235-248.
- Sampurna, A., Fathurrahman, A., Pohan, D. S., Zaki, M. F., Lubis, H. A., Wulandari, S., Sayra Putri, S., & Islam, K. P. 2024. Eksistensi Radio dalam Program Podcast di Era Digital Konten. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 8(1), 4815-4820. ISSN: 2614-6754
- Sinabariba, S. C. (2023). Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19 (Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis). *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 7(2), 11–23. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4002>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yanto Rukmana, A. (2023). Revolusi Bisnis di Era Digital: Strategi dan Dampak Transformasi Proses Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Pertumbuhan Organisasi Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 03).
- Simanjuntak, Yuliarta S. dan Lutfie, H. Pengaruh Kualitas Layanan Kepada Kepuasan Pendengar Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pendengar Radio Cakra 90,5 Fm Bandung Tahun 2020. *e-Proceeding of Applied Science*. 6(2), 1242-1255.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Journal Pekommas*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>