



Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi

Winda Kustiawan¹, Yohani Putri Dinar², Khalishah Salsabila³, Tamara Apsyara⁴,
Muhammad Sholehuddin Al-Qadri⁵, Novendra Hariyadi Ritonga⁶

¹⁻⁶Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi,
UIN Sumatera Utara, Indonesia

Email: windakustiawan@gmail.com^{1*}, yohaniputridinar@gmail.com², salsabilakhalisah210804@gmail.com³,
tamaraapsyara@gmail.com⁴, mhdsqodry0311@gmail.com⁵, Vendrahariadi@gmail.com⁶,

Abstract. *This research aims to examine the strategies of commercial radio broadcasting in the digital age. Despite having a long history as one of the oldest mass media, radio remains relevant today. This research uses the literature study method. The findings show that the strategies of commercial radio broadcasting involve the use of digital platforms for streaming, content diversification including videos and podcasts, and the utilization of user data for personalization. The main challenges faced include retaining audience attention, improving content quality, cost-effectiveness, and maintaining privacy. However, the digital era also brings opportunities such as increased connectivity with listeners, content diversity, new advertising possibilities, and advancements in technologies like artificial intelligence.*

Keywords: *Broadcasting Strategies, Commercial Radio, Digitalization*

Anstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi penyiaran radio komersial di masa digitalisasi. Meskipun memiliki sejarah panjang sebagai salah satu media massa tertua, radio masih relevan hingga saat ini. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyiaran radio komersial melibatkan penggunaan platform digital untuk streaming, diversifikasi konten termasuk video dan podcast, serta pemanfaatan data pengguna untuk personalisasi. Tantangan utama yang dihadapi adalah mempertahankan perhatian pendengar, meningkatkan kualitas konten, efektivitas biaya operasional, dan menjaga privasi. Meskipun demikian, era digital juga membawa peluang seperti peningkatan konektivitas dengan pendengar, keanekaragaman konten, peluang periklanan baru, dan kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan.

Kata Kunci: Strategi Penyiaran, Radio Komersial, Digitalisasi

1. PENDAHULUAN

Radio adalah salah satu jenis media massa tertua yang pernah ada. Pada tahun 1887, J.C Maxwell dan Helmholtz Hertz berhasil menciptakan gelombang radio untuk pertama kalinya. Sejak itu, penemuan radio terus berkembang dan menjadi salah satu media massa yang masih dipercaya oleh masyarakat hingga saat ini.

Radio memiliki peran penting sebagai media konvensional yang menyebarkan informasi dengan cakupan yang luas, dibandingkan dengan media cetak. Meskipun radio adalah media massa tertua, ia tetap eksis dan relevan hingga saat ini, bahkan di era digital yang dikuasai oleh milenial. Hal ini membuktikan bahwa radio mampu berkembang dan beradaptasi dengan perkembangan zaman.¹

¹ Masduki, (2001), *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LKIS

Received Juni 12, 2024; Revised Juni 26, 2024; Accepted Juli 08, 2024 Online Available: Juli 10, 2024;

* Winda Kustiawan, windakustiawan@gmail.com

Komunikasi melalui radio menggunakan media audio, yang hanya dapat didengar oleh indera pendengaran. Kelebihan radio termasuk audiens yang lebih luas, biaya yang relatif rendah, dan kompleksitas yang semakin berkembang. Radio juga memiliki peran dalam mempertahankan nilai-nilai budaya bangsa Indonesia, serta sebagai media promosi dan penyebaran seni dan budaya lokal.²

Selain itu, radio juga menjadi salah satu sumber informasi yang dapat diandalkan dalam situasi darurat. Ketika terjadi bencana alam atau keadaan darurat lainnya, radio sering kali menjadi satu-satunya cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat yang terisolasi atau tidak memiliki akses ke media lainnya. Kecepatan penyebaran informasi melalui radio dapat membantu menyelamatkan nyawa dan mengurangi kerugian akibat bencana.

Dalam perkembangannya, radio juga telah mengalami berbagai transformasi teknologi. Dari radio konvensional yang menggunakan gelombang AM (*Amplitude Modulation*) dan FM (*Frequency Modulation*), kini telah muncul radio digital yang menawarkan kualitas suara yang lebih baik dan fitur interaktif bagi pendengarnya. Selain itu, kemajuan teknologi internet juga memungkinkan adanya siaran radio online yang dapat diakses melalui streaming di berbagai platform digital.³

Meskipun demikian, radio tetap memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Banyak orang yang masih mengandalkan radio sebagai teman setia di saat melakukan aktivitas sehari-hari, seperti berkendara, bekerja, atau beristirahat di rumah. Keberadaan radio juga turut menyokong industri musik dengan menyediakan wadah bagi musisi lokal maupun internasional untuk memperkenalkan karya-karya mereka kepada khalayak yang lebih luas.⁴

Di samping itu, radio juga menjadi sarana hiburan yang menyajikan berbagai program menarik, mulai dari acara musik, talk show, berita, hingga drama radio. Program-program ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan edukasi dan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai topik dan isu yang relevan.

Dalam konteks sosial dan budaya, radio juga memiliki peran yang sangat penting. Radio sering kali menjadi platform bagi berbagai kelompok masyarakat untuk menyuarakan pendapat, menyampaikan aspirasi, dan memperjuangkan hak-hak mereka. Selain itu, radio juga

² Khomsarial Romli, (2016), *Komunikasi Massa*, Jakarta: PT Grasindo

³ Nurhasanah Nasution, (2018), *Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital*, Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2 Nomor 2

⁴ Indriyo Margon, (2017), *Menjadi Broadcaster Radio*, Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera

dapat menjadi alat untuk mempererat persatuan dan kesatuan bangsa dengan menyediakan program-program yang mengangkat nilai-nilai persatuan dan kebhinekaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa radio tidak hanya sekedar merupakan media massa konvensional, tetapi juga memiliki peran yang sangat vital dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dari menyebarkan informasi, mempromosikan seni dan budaya, hingga menjadi alat untuk memperjuangkan hak-hak sosial, radio tetap menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita. Oleh karena itu, penting bagi kita semua untuk terus mendukung dan memelihara keberadaan serta perkembangan radio sebagai salah satu pilar utama dalam industri media massa.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan artikel jurnal ini, peneliti menggunakan studi pustaka. Metode penelitian studi kepustakaan merupakan pendekatan penelitian yang mengandalkan sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, laporan, dan dokumen-dokumen lainnya untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Setelah itu, peneliti melakukan penelaahan kritis terhadap literatur yang telah dikumpulkan, dengan tujuan untuk memahami berbagai perspektif, teori, dan temuan yang ada dalam bidang tersebut. Selanjutnya, peneliti menyusun dan mensintesis informasi yang diperoleh untuk merumuskan argumen atau kerangka teori yang mendukung tujuan penelitian. Metode ini sangat berguna untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan menyeluruh tentang topik tertentu, serta untuk mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan dasar untuk penelitian lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perkembangan Strategi Penyiaran Radio Komersial

Perkembangan strategi penyiaran radio komersial telah menjadi sorotan dalam menghadapi era digitalisasi yang terus berubah. Stasiun radio komersial di seluruh dunia terus berusaha untuk memodernisasi dan mengoptimalkan cara mereka berinteraksi dengan audiens dalam lingkungan digital yang semakin kompleks. Salah satu aspek utama dari perkembangan strategi ini adalah ekspansi online dan streaming. Stasiun radio telah menggunakan platform online untuk menyediakan siaran mereka secara streaming langsung dan melalui aplikasi seluler, memungkinkan pendengar untuk mengakses konten mereka di mana saja dan kapan

saja. Ini membuka kesempatan bagi stasiun radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara global dan mengoptimalkan pendapatan melalui iklan digital dan sponsor.⁵

Konten multichannel juga telah menjadi fokus penting dalam perkembangan strategi penyiaran radio komersial. Stasiun radio tidak hanya mengandalkan siaran audio, tetapi juga mengembangkan konten yang mencakup video, podcast, dan konten interaktif lainnya. Dengan menyediakan konten yang beragam dan fleksibel, stasiun radio dapat memenuhi preferensi konsumen modern yang menginginkan variasi dalam pengalaman mendengarkan mereka. Ini juga membuka peluang baru untuk kemitraan dan kolaborasi dengan merek, artis, dan influencer dalam menciptakan konten yang menarik dan memperluas jangkauan stasiun.⁶

Personalisasi konten dan pengalaman pengguna juga menjadi bagian penting dari perkembangan strategi penyiaran radio komersial. Dengan memanfaatkan data pengguna dan teknologi analitik, stasiun radio dapat menyediakan konten yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi pendengar. Ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga memperkuat loyalitas merek dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran. Inovasi teknologi dalam produksi dan penyiaran juga telah membantu meningkatkan kualitas siaran dan efisiensi operasional stasiun radio komersial. Dengan menggunakan teknologi seperti kecerdasan buatan dan kecerdasan analitik, stasiun radio dapat memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih baik dan lebih menarik bagi pendengar mereka.

Secara keseluruhan, perkembangan strategi penyiaran radio komersial mencerminkan transformasi yang signifikan dalam upaya stasiun radio untuk tetap relevan dan bersaing dalam era digitalisasi. Dengan mengadopsi strategi ini, stasiun radio komersial dapat terus berkembang dan memperkuat posisinya dalam industri penyiaran yang terus berubah.

3.2 Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi

Strategi penyiaran radio komersial telah mengalami evolusi yang signifikan di era digital. Di tengah perubahan lanskap media yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, stasiun radio komersial harus terus beradaptasi untuk tetap relevan dan bersaing. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah ekspansi online. Dengan menggunakan platform digital dan aplikasi streaming, stasiun radio dapat menjangkau pendengar di seluruh dunia secara real-

⁵ Hidajanto Djamal, (2017), *Dasar-Dasar Penyiaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media

⁶ Triartanto, (2010), *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*, Yogyakarta: Pustaka Book Publisher

time. Ini tidak hanya meningkatkan jangkauan stasiun, tetapi juga membuka peluang baru untuk monetisasi melalui iklan digital dan sponsor.⁷

Personalisasi konten juga menjadi kunci dalam strategi penyiaran radio di era digital. Dengan memanfaatkan data pengguna dan kecerdasan buatan, stasiun radio dapat menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pendengar mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar, tetapi juga memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiens mereka.⁸

Kolaborasi dengan merek, artis, dan influencer juga menjadi bagian penting dari strategi penyiaran radio komersial di era digital. Dengan bermitra dengan pihak-pihak tersebut, stasiun radio dapat menciptakan konten yang lebih menarik dan memperluas basis pendengar mereka. Kolaborasi ini juga dapat membuka peluang pendapatan tambahan melalui sponsor dan promosi.

Inovasi teknologi juga memainkan peran penting dalam strategi penyiaran radio komersial. Stasiun radio harus terus mengadopsi teknologi terbaru dalam produksi dan penyiaran untuk meningkatkan kualitas siaran dan memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih baik bagi pendengar mereka. Dengan menggunakan perangkat lunak otomatisasi dan perangkat keras yang canggih, stasiun radio dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi.

Secara keseluruhan, strategi penyiaran radio komersial di era digital ditandai dengan adopsi teknologi baru, personalisasi konten, dan kolaborasi dengan pihak eksternal. Dengan menerapkan strategi-strategi ini dengan baik, stasiun radio komersial dapat tetap relevan dan berhasil menghadapi tantangan dan peluang di era digital.⁹

3.3 Tantangan Radio Komersial dalam Era Digitalisasi

Radio komersial menghadapi tantangan yang signifikan dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas penyiaran di era digitalisasi. Tantangan pertama adalah bagaimana radio dapat mempertahankan perhatian pendengar yang semakin terbagi antara platform media digital

⁷ Geofakta Razali dan Deria Pradana, (2020), *Manajemen Penyiaran Radio dalam Menghadapi Persaingan Media di Era Digital pada Industri Penyiaran*, Jurnal Akrib Juara, Volume 5 Nomor 2

⁸ Kotaniartha, (2020), *Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia Dalam Membangun Eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik*, Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi Volume 20 Nomor 1

⁹ Anggi Aswan Prinaldi, (2017), *Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi Dalam Menarik Minat Pendengar*, Program Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

seperti sosial media, podcast, dan streaming musik. Radio harus beradaptasi dengan cara baru ini untuk tetap relevan dan menarik perhatian pendengar.¹⁰

Tantangan selanjutnya adalah meningkatkan kualitas konten yang disiarkan. Konten yang berkualitas dan relevan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan perhatian pendengar. Radio harus terus memantau dan menyesuaikan konten dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pendengar.

Efektivitas biaya operasional juga menjadi tantangan lainnya. Dalam era digitalisasi, biaya operasional radio bisa meningkat karena perluasan infrastruktur digital dan penggunaan teknologi canggih. Radio perlu mencari cara untuk menghemat biaya operasional tanpa mengorbankan kualitas penyiaran, serta meningkatkan efektivitas biaya operasional dengan menggunakan teknologi digital yang lebih efisien.

Tantangan terakhir adalah meningkatkan keamanan dan privasi pendengar. Dalam era digitalisasi, keamanan dan privasi pendengar menjadi sangat penting karena data pribadi disimpan dan diakses secara online. Radio harus memastikan keamanan dan privasi pendengar dengan menggunakan teknologi digital yang aman dan terpercaya. Dalam menghadapi tantangan ini, radio perlu beradaptasi dengan menggunakan cara baru dan teknologi digital yang lebih efisien dan aman. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, radio komersial dapat terus berkembang dan tetap relevan di era digitalisasi.¹¹

3.4 Peluang Penyiaran Radio Komersial di Era Digital

Dalam penyiaran radio komersial di era digital, terdapat peluang yang dapat diambil, diantaranya:

1. Konektivitas Pendengar. Radio mempunyai kemampuan untuk terhubung langsung dengan pendengar melalui audio. Hal ini menciptakan rasa komunitas dan interaksi unik yang sulit dicapai dengan platform streaming musik dan podcast.
2. Keanekaragaman Konten. Radio komersial memiliki keunggulan dalam menawarkan beragam konten yang menarik dan menghibur. Ini termasuk program wawancara, musik live, berita lokal dan segmen hiburan khusus.
3. Periklanan dan Pendapatan: Radio komersial tetap menjadi media yang menarik bagi pengiklan karena kemampuannya menjangkau khalayak luas secara bersamaan. Di era digital, radio juga dapat menggunakan strategi pemasaran online untuk menarik pengiklan dan meningkatkan penjualan.

¹⁰ Anwar Arifin, (1984), *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armico

¹¹ Asep Syamsul, (2017), *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*, Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia

4. Bekerja dengan platform digital. Stasiun radio komersial dapat memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan mereka. Misalnya, Anda dapat menyajikan konten radio dalam format podcast atau mengintegrasikan konten Anda dengan platform streaming musik.
5. Inovasi teknologi. Stasiun radio komersial dapat menggunakan teknologi baru seperti kecerdasan buatan dan analisis data untuk meningkatkan pengalaman mendengarkan dan mengoptimalkan program.
6. Pengembangan Podcast. Pengembangan podcast sebagai konten digital yang populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan kaum muda-mudi, dapat menjadi peluang bagi radio untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan pendengar. Dengan mengembangkan konten podcast yang menarik, radio dapat menarik perhatian pendengar yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas mereka.
7. Pemanfaatan New Media. Pemanfaatan new media seperti podcast dan media sosial memungkinkan radio untuk menawarkan konten yang lebih kreatif dan menarik.¹²

4. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, di era digitalisasi, strategi penyiaran radio komersial telah mengalami perubahan yang signifikan untuk tetap relevan dan kompetitif. Radio sekarang menggunakan teknologi digital untuk ekspansi online, personalisasi konten, dan kerjasama dengan berbagai pihak. Meskipun menghadapi tantangan seperti mempertahankan perhatian pendengar dan meningkatkan kualitas serta efektivitas biaya operasional, radio komersial juga memiliki peluang yang besar. Peluang tersebut meliputi kemampuan untuk terhubung langsung dengan pendengar, menawarkan beragam konten, memanfaatkan platform digital, serta menggunakan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan dan analisis data. Radio juga dapat memanfaatkan podcast dan media sosial untuk menciptakan konten yang lebih kreatif dan interaktif, sehingga dapat menarik perhatian pendengar yang lebih luas dan meningkatkan loyalitas mereka. Dengan mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, radio komersial dapat terus berkembang dan mempertahankan peran pentingnya dalam menyebarkan informasi, mempromosikan seni dan budaya, serta menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

¹² Suprapti Dwi Takariani, (2013), *Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi Observasi Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi* Volume 11 Nomor 2

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (1984). Strategi Komunikasi. Bandung: Armico.
- Djamal, H. (2017). Dasar-Dasar Penyiaran. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Kotaniartha. (2020). Strategi Manajemen Radio Republik Indonesia dalam Membangun Eksistensi sebagai Lembaga Penyiaran Publik. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 20(1).
- Margon, I. (2017). Menjadi Broadcaster Radio. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio*. Yogyakarta: LKIS.
- Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Prinaldi, A. A. (2017). Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar. *Program Ilmu Komunikasi*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Razali, G., & Pradana, D. (2020). Manajemen Penyiaran Radio dalam Menghadapi Persaingan Media di Era Digital pada Industri Penyiaran. *Jurnal Akrab Juara*, 5(2).
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Syamsul, A. (2017). *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Takariani, S. D. (2013). Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi: Observasi Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi. *Volume 11*(2).
- Triartanto. (2010). *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.