

STRATEGI PENYIARAN RADIO: ANALISIS MASALAH DAN TANTANGAN *BROADCASTING* RADIO

Winda Kustiawan¹, Aulia Fathurrahman², M. Fajar Ramadhan³, Riska Aulia Firdianti⁴, Sabrina Sayra Putri⁵

Email: windakustiawan@uinsu.ac.id¹, aulfathurr@gmail.com²,
muhammadfajarrramadhan@gmail.com³, riskaauliafirdianti6@gmail.com⁴,
sayracantik69@gmail.com⁵

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi menjadi pertimbangan yang perlu diperhatikan berbagai macam Industri dalam mempertahankan eksistensi terutama di gempuran dunia digital. Radio sebagai salah satu media konvensional sejak tahun 1939, memerlukan strategi yang mampu mempertahankan media yang ada. Perubahan dan perkembangan dilakukan dalam penyiaran radio sebagai upaya mempertahankan audience dan stakeholder. Pada penelitian didapatkan hasil yang berupa solusi yang dapat diterapkan oleh media radio broadcasting dalam menghadapi masalah dan tantangan seperti ikuti strategi audiens, mengembangkan interaksi audiens, mempelajari kebiasaan audiens, konvergensi media, dan evaluasi.

Kata Kunci: Radio Broadcasting, Masalah, Tantangan.

Abstract: *The development of information technology is a consideration that needs to be considered by various industries in maintaining their existence, especially in the digital world. Radio as one of the conventional media since 1939, requires a strategy that is able to maintain existing media. Changes and developments are made in radio broadcasting as an effort to maintain audience and stakeholders. In the research, the results obtained are in the form of solutions that can be applied by radio broadcasting media in facing problems and challenges such as following audience strategies, developing audience interaction, studying audience habits, media convergence, and evaluation.*

Keywords: *Radio Broadcasting, Problems, Challenges.*

PENDAHULUAN

Zaman dewasa ini telah memasuki era digital 5.0, perkembangan teknologi menjadi hal yang berhasil mengubah kehidupan manusia. Salah satunya perubahan yang terjadi pada pola hidup manusia ialah proses penerimaan informasi. Pola sosial manusia dapat dipengaruhi oleh informasi yang diterima oleh suatu kelompok masyarakat tertentu (Yaumi, 2018).

Perkembangan era digital menjadi pertimbangan di berbagai macam industri. Perkembangan suatu era tentu saja membawa tantangan tersendiri, dimulai dari tantangan dehumanisasi, Artificial Intelligence, dan lahirnya new media. Salah satu media yang terkena dampak perkembangan era digital ialah radio, radio merupakan salah satu media terbesar. Perkembangan radio dimulai sejak tahun 1939 dengan fungsi sebagai media penyebar informasi non-visual menggunakan sistem FM yang mentransmisikan gelombang suara berbeda dengan modulasi amplitudo atau metode AM (Nurhadiansyah, 2023).

Dalam mengikuti perkembangan era digital yang telah merajalela, radio harus menentukan strategi penyiaran yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dan juga sesuai dengan pola kehidupan masyarakat. Konvergensi media merupakan salah satu

langkah yang diterapkan oleh media radio sehingga berhasil menghasilkan program-program yang mampu bertahan dalam gempuran dunia digital (Iskandar, 2018) Adapun langkah pertama yang dapat diambil oleh radio untuk mengikuti perkembangan era digital ialah melalui Streaming Online, dimana penyediaan media dilakukan melalui siaran langsung atau on-demand secara online dengan mengakses situs web atau aplikasi mobile. Hal ini dapat memungkinkan para audiens untuk mendapatkan akses penuh siaran radio kapan pun dan di mana pun menggunakan perangkat digital mereka.

Kemudian Podcast, Radio dapat Mengembangkan dan menghasilkan konten podcast yang menarik dan dapat menjangkau pendengar yang lebih luas. Podcast telah menjadi populer di era digital karena fleksibilitasnya dan kemampuannya untuk menguasai penuh topik tertentu. Selanjutnya, Radio juga harus Memfokuskan nilai Interaktivitas, Memanfaatkan berbagai platform media sosial dan teknologi interaktif lainnya untuk berinteraksi dengan para audiens. Hal Ini bisa termasuk diskusi secara langsung, melalui polling, maupun penayangan video live di platform seperti Facebook, Instagram, atau YouTube.

Strategi Pemasaran Digital juga merupakan pokok penting dalam perkembangan era digital pada saat ini, strategi ini menggunakan pemasaran melalui media digital untuk memperluas jangkauan dan menarik audiens baru. Hal ini bisa meliputi kampanye iklan online, kerjasama dengan influencer digital, atau pengoptimalan mesin pencari (SEO) untuk meningkatkan visibilitas. Mempertimbangkan strategi melalui Pengukuran dan Analisis juga penting, Menggunakan dan analisis data untuk memahami perilaku audiens dan menyesuaikan konten serta strategi siaran yang digunakan. Ini dapat membantu radio untuk lebih baik memahami preferensi audiens mereka dan memberikan konten yang relevan dan menarik.

Setelah itu Inovasi dan Teknologi yang menarik, dengan Menyelidiki dan mengadopsi teknologi baru yang memungkinkan penyiaran radio menjadi lebih efisien dan dapat memikat para audiens. Contohnya dengan memanfaatkan penggunaan teknologi AI untuk kurasi konten, penggunaan alat produksi dan penyiaran yang canggih, dan eksperimen dengan format baru atau pengalaman interaktif. Untuk menjaga eksistensi radio diperlukan pula Kemitraan Strategis, Bermitra dengan perusahaan teknologi atau platform digital untuk memperluas jangkauan dan menyediakan pengalaman audiens yang lebih baik. Ini bisa berupa integrasi dengan layanan streaming atau pengembangan konten bersama dengan brand-brand digital terkemuka (Hirschmeier et al., 2019).

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan library research (Kajian Keperpustakaan) dengan tujuan untuk mengembangkan konsep mendalam terkait masalah yang dibahas pada penelitian. Penelitian kualitatif membutuhkan pendalaman definisi sebagai data yang diperlukan. Oleh karena itu, untuk memenuhi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa sumber seperti artikel, jurnal, buku-buku yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melihat perkembangan yang terjadi di era digital, radio sebagai salah satu media penyiaran harus memperhatikan beberapa masalah dan tantangan sebagai bahan evaluasi mempertahankan bisnis media yang dimiliki. Adapun beberapa masalah dan tantangan broadcasting radio dalam perkembangan era digital salah satunya ialah Persaingan dengan Platform Digital, Radio menghadapi persaingan dari berbagai platform digital seperti streaming musik, podcast, dan layanan on-demand lainnya. Hal ini membuat radio harus berusaha keras untuk mempertahankan pendengar dan memperluas basis audiensnya.

Berikutnya Tren Konsumsi Konten, Perubahan dalam perilaku konsumen, terutama generasi muda, yang cenderung lebih memilih konten on-demand dan personalisasi. Radio harus beradaptasi dengan cara baru yakni menyajikan konten agar tetap relevan bagi audiens yang semakin terbiasa dengan kontrol pribadi atas apa yang mereka dengar. Monetisasi dan Pendapatan Iklan merupakan termasuk indikator yang penting, sementara audiens beralih ke platform digital, model bisnis tradisional radio yang mengandalkan iklan mungkin terpengaruh.

Radio harus menemukan cara untuk memonetisasi audiens digitalnya dengan efektif, yang mungkin memerlukan strategi iklan yang lebih terarah dan berbasis data. Konten yang Relevan dan Diversifikasi juga menjadi poin pertimbangan dengan menghadapi tantangan broadcasting radio, Untuk tetap menarik pendengar dalam era digital yang penuh dengan pilihan konten, radio perlu memperhatikan kebutuhan dan minat audiens serta menawarkan konten yang relevan dan beragam.

Hak Cipta dan Lisensi, Radio yang beroperasi secara online harus memastikan kepatuhan terhadap hukum hak cipta dan memiliki lisensi yang sesuai untuk konten musik dan materi lain yang mereka siarkan. Interaksi dan Keterlibatan Pendengar, Dalam era digital, pendengar mengharapkan interaksi yang lebih langsung dengan stasiun radio mereka melalui media sosial, pesan teks, dan platform lainnya. Radio perlu memperkuat upaya interaksi dan keterlibatan untuk mempertahankan loyalitas pendengar (Sampurna et al., 2024).

Dalam era digital 5.0, radio masih memiliki keuntungan dibandingkan dengan media massa lainnya. Radio memiliki sifat auditif kepada audiens yang tidak perlu berfokus kepada kemampuan membaca dan tidak perlu berfokus kepada kemampuan melihat. Menurut Frank Jefkins dalam Dhamayanti (2020) terdapat beberapa karakteristik media radio yang menguntungkan, anatara lain murah, waktu transmisi tidak terbatas, suara manusia dan music, tidak memerlukan perhatian terfokus, dan teman setia.

Dalam pemanfaatan yang lain, radio masih berperan sebagai Sumber Informasi Terpercaya, Radio tetap menjadi sumber informasi terpercaya bagi pendengarnya. Dalam era di mana informasi dapat tersebar dengan cepat dan sering kali tidak diverifikasi secara akurat, radio memiliki tanggung jawab untuk menyediakan berita yang dapat dipercaya dan terverifikasi kepada pendengarnya. Radio juga Dapat Membentuk Opini Publik, Radio memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik melalui program-program berita, wawancara, dan diskusi.

Dalam era digital di mana opini publik dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor online, radio memainkan peran penting dalam memberikan sudut pandang yang beragam dan mendalam tentang isu-isu yang relevan. Selanjutnya, radio sendiri dapat berperan dalam Mempromosikan Budaya Lokal dan Kekayaan Budaya, Radio sering kali menjadi platform untuk mempromosikan budaya lokal, musik, dan seni. Di

era digital 5.0, radio dapat menggunakan platform online untuk memperluas jangkauan dan memperkenalkan pendengarnya pada berbagai ekspresi budaya lokal. Fungsi radio sendiri dapat juga menjadi Media Hiburan, Meskipun dizaman sekarang banyak pilihan hiburan digital yang tersedia, radio tetap menjadi sumber hiburan yang populer bagi banyak orang. Dengan siaran langsung, program musik, dan segmen-segmen hiburan lainnya, radio dapat menghibur pendengarnya di mana pun mereka berada.

Melihat tantangan dan masalah yang dihadapi oleh radio, diperlukan strategi yang tetap dalam mempertahankan eksistensi yang dimiliki. Solusi dan strategi yang dapat dilakukan ialah Ikuti Strategi Audiens, yakni dengan mengikuti perubahan dan perkembangan seiring berjalannya perkembangan teknologi yang ada. Maka dari itu setiap industri media terkhususnya radio broadcasting harus mampu memahami strategi audiens. Lalu Mengembangkan Interaksi Audiens, Melakukan Interaksi audiens perlu untuk meningkatkan upaya mengikat ketertarikan terhadap siaran yang diberikan, dengan dilakukannya komunikasi dua arah, radio mampu memperluas jangkauan, keterlibatan, dan koneksi dengan audiens.

Mempelajari Kebiasaan Audiens. Ketika menyiarkan sesuatu, hal-hal yang relevan dengan audiens menjadikan siaran lebih nyaman untuk didengar karena adanya keterlibatan yang dirasa oleh audiens. Selanjutnya Konvergensi Media, yakni upaya menghindari ketertinggalan, radio broadcasting harus mampu beradaptasi terhadap media baru yang muncul pada era digital sekarang. Dengan Memanfaatkan berbagai kesempatan baru yang muncul bersama media baru seperti melakukan siaran digital, interaktif siaran, podcast, dan lain sebagainya. Evaluasi ialah indikator terpenting dari segala bentuk strategi. Setiap progress yang dimiliki oleh radio broadcasting harus dicatat kedalam data yang kemudian di evaluasi untuk menilai apakah setiap langkah yang dilakukan sudah memenuhi target yang diinginkan (Gogali & Tsabit, 2020).

KESIMPULAN

Dalam menghadapi perkembangan era digital, media penyiaran radio menghadapi beberapa masalah dan tantangan seperti perubahan keinginan dan kebutuhan konsumen, perebutan hak cipta dan hak lisensi, persaingan dalam mendapatkan iklan, dan persaingan dalam menentukan ide konten yang relevan dengan target audiens yang dituju.

Diperlukan manajemen strategi yang baik dalam mempertahankan eksistensi radio broadcasting. Maka dari itu, media radio dapat menerapkan beberapa solusi seperti ikuti strategi audiens, mengembangkan interaksi audiens, mempelajari kebiasaan audiens, konvergensi media, dan evaluasi.

Pada dasarnya media radio masih memiliki keunggulan yang bisa dipertahankan di era digital yang berkembang pesat ini. Terdapat beberapa karakteristik media radio yang menguntungkan, anatara lain murah, waktu transmisi tidak terbatas, suara manusia dan music, tidak memerlukan perhatian terfokus, dan teman setia.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Fernadi, A. A. (2022). Profesionalisme Penyiar Di Radio Reza 88.5 Fm Lubuk Sikaping Kabupaten Pasaman (Issue 5223). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio Dalam Program Podcast di Era Digital Konten. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1).
- Halik, A. (2013). *Buku Daras: Komunikasi Massa* (M. Amin (ed.)).
- Hirschmeier, S., Tilly, R., & Beule, V. (2019). Digital transformation of radio broadcasting: An exploratory analysis of challenges and solutions for new digital radio services. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2019-January, 5017–5026. <https://doi.org/10.24251/hicss.2019.602>
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbaruan Ideologi, Politik, dan Etika Jurnalisme* (E. Kurnia (ed.)). Penerbit ANDI.
- KPI. (2002). UU No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Undang - Undang Penyiaran, 26(2).
- Kustiawan, W., Agustias, E. J., Sapriadi, M. H., Sabilla, S., Lajuba, S., & Bahri, Z. H. (2023). Teknik Penyiaran Radio dan Bentuk-Bentuk Program Siaran dalam Radio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9574–9580.
- Nurhadiansyah, M. R. (2023). *Strategi Penyiar Siaran Berita Budaya Bens Radio Dalam Mempertahankan Pendengar*. Universitas Nasional.
- Sampurna, A., Ramadhan, F., Al, S., Sihombing, A., Balqis, A., & Ridha, A. (2024). Dampak Integrasi Platform Streaming Online dalam Transformasi Broadcasting Kontemporer. 8, 4821–4829.
- Stiyoputri, I. (2023). *Strategi Radio Masya FM Kota Madiun Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Gempuran Media Baru*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Sulvinajayanti. (2019). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*.
- Yaumi, M. (2018). *Media dan Teknologi Pembelajaran* (S. F. S. Sirate (ed.)). Prenadamedia Group.