



At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Institut Agama Islam Negeri Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <https://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v11i1.27281>

Vol. 11 No. 1 Tahun 2024 | Hal. 83-98

<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Strategi Komunikasi Radio Star dalam Upaya Keberlanjutan dan Efektivitas Siaran di Era Digital

Shinta Ika Wulandari¹, Muhammad Ibadurrohman²

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

¹*214110102135@mhs.uinsaizu.ac.id*, ²*214110102079@mhs.uinsaizu.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi Radio Star UIN Saizu Purwokerto dalam menjaga keberlanjutan dan efektivitas siaran di era digital. Perkembangan teknologi telah menghadirkan tantangan bagi radio konvensional, yang harus beradaptasi untuk mempertahankan relevansinya di tengah munculnya media baru, seperti internet. Radio Star menghadapi tekanan signifikan karena perubahan perilaku konsumen dan kemajuan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap crew Radio Star. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Star telah mengadopsi internet sebagai sarana penyiaran tambahan, memungkinkan akses siaran melalui streaming. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook juga digunakan untuk berkomunikasi dengan pendengar. Meskipun demikian, transformasi digital ini belum sepenuhnya optimal karena masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan media yang ada. Radio Star juga menerapkan konsep konvergensi dengan menggabungkan media tradisional dan platform digital untuk menyampaikan informasi, sebagai upaya beradaptasi di era digital.

Kata Kunci: Radio Star, Era Digital, Strategi Komunikasi

Abstract

RADIO STAR'S COMMUNICATION STRATEGY IN EFFORTS FOR SUSTAINABILITY AND BROADCAST EFFECTIVENESS IN THE DIGITAL ERA. This research examines the communication strategy of Radio Star UIN Saizu Purwokerto in maintaining the sustainability and effectiveness of its broadcasts in the digital era. Technological advancements have posed challenges for conventional radio, which must adapt to remain relevant amidst the rise of new media, such as the internet. Radio Star faces significant pressure due to changes in consumer behavior and technological advancements. This research employs a descriptive qualitative method, with primary data obtained through interviews and observations of the Radio Star crew. The findings show that Radio Star has adopted the internet as an additional broadcasting platform, allowing access to broadcasts via streaming. Social media platforms such as Instagram, YouTube, and Facebook are also used to communicate with listeners. However, this digital transformation is not yet fully optimized, as there are still limitations in the utilization of available media. Radio Star also implements the concept of convergence by combining traditional media with digital platforms to disseminate information as an effort to adapt in the digital era.

Keywords: Radio Star, Digital Era, Communication Strategy

A. Pendahuluan

Perkembangan pesat dalam teknologi dan informasi telah memunculkan berbagai media baru yang mengambil alih peran yang sebelumnya dipegang oleh media tradisional, termasuk radio. Radio sebagai media konvensional dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang untuk beradaptasi dan mempertahankan relevansinya dalam era digital. Pada dasarnya, setiap stasiun radio menghadapi tantangan tidak hanya dalam menciptakan program siaran, tetapi juga dalam menjaga program tersebut agar tetap diminati dan dinikmati oleh pendengarnya, sehingga dapat mempertahankan eksistensi dan keberlanjutan serta efektivitas program yang disiarkan kepada pendengar.

Radio Star, sebagai salah satu lembaga penyiaran radio komunitas milik UIN Saizu Purwokerto menghadapi masalah utama dalam menarik dan mempertahankan audiens dalam lingkungan media yang semakin bersaing. Ini termasuk dampak dari era digital dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, analisis tentang strategi komunikasi radio star dalam mempertahankan eksistensi sekaligus efektivitas komunikasi dengan audiens dalam menghadapi era digital menjadi penting.

Secara spesifik penulis mendasarkan penelitian dan pembahasan pada teori ekologi media. Teori Ekologi Media berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi itu akan tetap menjadi sentral di

hampir semua lapisan masyarakat (West, Richard; Turner, Lynn H, 2009 : 429). Teori ini mampu membuktikan fenomena masyarakat dalam penggunaan media baru di era digital yang cenderung lebih diminati daripada media tradisional termasuk radio.

Menurut data yang dirilis oleh Nielsen dalam studi media habit, terlihat bahwa minat mendengarkan radio terus menurun seiring berjalannya waktu, dengan angka partisipasi pada tahun 2015 mencapai hanya 15,77%, sementara penggunaan internet justru meningkat drastis mencapai 37,845%. Pertumbuhan internet ini juga menyebabkan penurunan belanja iklan pada radio. Oleh karena itu, dalam menghadapi era new media, radio dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif. Daripada menentang atau menolak new media, radio diharapkan untuk bersinergi dan berintegrasi dengan fenomena tersebut. Saat ini, banyak industri radio memilih untuk melakukan konvergensi media, yaitu menggabungkan diri dengan new media dalam segala aspek penyiarannya (Asy'ari, 2018 : 38).

Tindakan konvergensi media ini tidak hanya dilakukan oleh radio besar di kota-kota besar, tetapi juga oleh radio komunitas, termasuk Radio Star. Penelitian mengenai strategi komunikasi media radio sebagai lembaga penyiaran jarang dilakukan oleh peneliti atau akademisi. Bahkan, penelitian tentang media radio secara keseluruhan juga tidak terlalu banyak. Namun, terdapat beberapa penelitian yang relevan yang dapat dijadikan referensi. Salah satunya adalah jurnal (Setiawan, Darmastuti, 2021 : 1-16). Artikel ini menggambarkan radio memiliki tiga kekuatan yang tidak dimiliki oleh media lain, yaitu mobilitas tinggi, realitas, dan kesegaran, termasuk dalam era digitalisasi pada saat ini. Kekuatan inilah yang membuat radio tidak ditinggalkan oleh pendengarnya. Selain itu, ada juga penelitian (Ilma, 2019 : 52). Karya ilmiah ini menyoroti perubahan era digital yang telah memberikan dampak besar, terutama bagi radio yang pada dasarnya adalah media komunikasi massa berbasis analog. Perubahan ini tidak hanya menciptakan perubahan gaya hidup, tetapi juga mengubah kebutuhan dan preferensi khalayak. Meskipun radio pernah menjadi populer, minat khalayak beralih ke teknologi komunikasi massa yang lebih canggih, seperti televisi dan internet. Namun, beberapa stasiun radio masih bertahan meskipun era telah berubah.

Dari berbagai referensi tersebut, penelitian ini menekankan pada strategi komunikasi yang dilakukan radio star dalam upaya keberlanjutan serta efektivitas dalam melakukan siaran di era digital ini. Radio Star merupakan salah satu contoh stasiun radio yang telah memperlihatkan keberhasilan dalam menghadapi era digital. Dengan

memahami dinamika perubahan yang terjadi, Radio Star telah mengembangkan berbagai strategi komunikasi yang bertujuan untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan efektivitas siarannya. Penelitian ini akan mengulas lebih lanjut tentang strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Star dalam upaya menjaga eksistensinya di tengah arus perubahan digital.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (library research) yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka. Menurut Abdul Rahman Sholeh, penelitian kepustakaan (library research) ialah penelitian yang menggunakan cara untuk mendapatkan data informasi dengan menempatkan fasilitas yang ada di perpustakaan seperti buku, majalah, dokumen, catatan kisah-kisah sejarah atau penelitian kepustakaan murni yang terkait dengan obyek penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif (QD) adalah istilah yang

digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggambarkan suatu studi yang bersifat deskriptif. Biasanya, jenis penelitian ini digunakan dalam konteks fenomenologi sosial (Polit & Beck, 2009, 2014). Deskriptif kualitatif (QD) bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang berkaitan dengan siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi, yang kemudian dikaji secara mendalam untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul pada peristiwa tersebut (Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C., 2016). Secara singkat, deskriptif kualitatif (QD) dapat dijelaskan sebagai metode penelitian yang mengadopsi pendekatan kualitatif sederhana dengan pendekatan induktif. Pendekatan induktif ini mengacu pada proses atau peristiwa yang dijelaskan dalam penelitian deskriptif kualitatif (QD), yang akhirnya mengarah pada generalisasi atau kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Jurnal ini disusun berdasarkan metode literature review dari artikel yang mengkaji terkait penelitian deskriptif kualitatif. Data primer juga diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap informan yang terlibat dalam proses siaran Radio Star UIN Saizu Purwokerto, termasuk general manager beserta jajaran crew Radio Star.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pengakuan akan pentingnya stasiun radio sebagai medium komunikasi yang tetap relevan di tengah persaingan dengan media baru seperti televisi dan internet. Meskipun perhatian publik cenderung beralih, radio tetap memiliki peran yang penting dalam menyediakan informasi, hiburan, dan

koneksi dengan audiens. Oleh karena itu, memahami bagaimana stasiun radio seperti Radio Star dapat bertahan dan berkembang di era digital menjadi sangat relevan.

Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi inovasi apa saja yang dilakukan oleh Radio Star untuk tetap berfungsi dan relevan di era digital. Inovasi ini mungkin mencakup penggunaan teknologi baru dalam produksi dan penyiaran, pengembangan program-program kreatif yang menarik, atau kemitraan strategis dengan entitas lain dalam industri media.

Dengan memahami strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Star, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi media, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri radio. Informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini akan membahas peran penting strategi komunikasi dalam menjaga keberlanjutan dan efektivitas siaran stasiun radio di era digital. Dengan mengambil studi kasus Radio Star, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman dan deskripsi tentang strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Star UIN Saizu Purwokerto sekaligus menyimpulkan masalah utama Radio Star dalam upaya mempertahankan keberlanjutan serta efektivitas siaran di tengah persaingan dengan radio komersial sebagai sarana informasi dan hiburan bagi komunitasnya.

B. Pembahasan

Radio Star, seperti banyak stasiun radio lainnya, menghadapi tantangan signifikan dalam era digital. Munculnya platform streaming, podcast, dan layanan musik digital mengubah cara audiens mengonsumsi konten audio. Untuk tetap relevan dan efektif, Radio Star harus mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif dan adaptif.

1. Radio Star sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas

Radio star merupakan lembaga penyiaran komunitas milik Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto. Radio Star didirikan pada tahun 2004 oleh Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, yang saat itu masih merupakan Jurusan Dakwah STAIN

Purwokerto. Tujuan pendirian komunitas ini adalah untuk mengembangkan Komunitas keterampilan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam bidang penyiaran. Lembaga Penyiaran Komunitas (LPK) adalah jenis penyiaran yang berbeda dari penyiaran komersial dan penyiaran publik. LPK beroperasi sebagai media yang dimiliki dan dikelola oleh komunitas tertentu dengan tujuan utama untuk melayani kepentingan dan kebutuhan komunitas tersebut. Menurut (Harliantara & Rustam, 2021) lembaga penyiaran radio komunitas adalah badan hukum Indonesia yang dibentuk oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan non-komersial, dengan daya pancar rendah dan jangkauan wilayah terbatas, serta berfungsi untuk melayani komunitasnya. Seiring bertambahnya minat mahasiswa dalam bidang ini, keanggotaan radio diperluas mencakup seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah.

Dikutip dari website resmi Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto <https://dakwah.uinsaizu.ac.id/profile-komunitas-radio/> pada awalnya, Radio Star terdaftar sebagai radio komunitas dan mengudara di frekuensi 107.7 FM. Namun, penggunaan frekuensi ini sering menghadapi masalah, termasuk seringnya pemancar tersambar petir. Oleh karena itu, pada tanggal 30 September 2017, Radio Star beralih dari Frekuensi Modulation (FM) menjadi streaming. Radio Star berfungsi sebagai platform komunikasi yang memperkuat jaringan sosial dalam komunitas.

Sebagai lembaga penyiaran di lingkungan kampus, Radio Star dikelola oleh beberapa crew yang merupakan mahasiswa fakultas dakwah UIN Saizu Purwokerto. Crew-crew ini dibagi menjadi beberapa divisi diantaranya Badan Pengurus Harian (General Manager, Vice General Manager, Sekretaris I, Sekretaris II, Bendahara I dan Bendahara II). Divisi Broadcasting yang bertanggung jawab dalam seluruh produksi penyiaran Radio Star. Divisi Hunting sebagai divisi yang bergerak sebagai reporter untuk mencari informasi dan berita, serta melakukan wawancara dan observasi di lapangan. Divisi Programming yang bertanggungjawab atas segala bentuk dokumentasi serta desain untuk menunjang promosi digital program Radio Star. Dan terakhir, Divisi Public Relations yang bergerak untuk menjalin mitra dan mencari pendanaan dengan pihak luar.

Gambar 1. Crew of Radio Star Sumber :

https://www.instagram.com/radiostaruinsaizu?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzI xNw==

Radio star memiliki sapaan pendengar, sobat star. Beberapa peran penting yang dimainkan oleh Radio Star sebagai LPK antara lain meningkatkan partisipasi sobat star yakni mengajak pendengar dan anggota komunitas untuk berpartisipasi langsung dalam produksi dan penyiaran. Hal ini dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam berbagai isu lokal. Radio Star juga menyediakan informasi yang bermanfaat melalui berbagai program dan agenda yang dapat membantu meningkatkan literasi dan pengetahuan komunitas. Program-program ini sering kali mencakup topik-topik seperti kesehatan, pendidikan, hingga lifestyle. Sebagai Lembaga penyiaran komunitas di fakultas dakwah, Radio Star tidak berorientasi pada laba atau keuntungan. Pembiayaan lembaga ini berasal dari kontribusi komunitas tersebut dan menjadi milik komunitas tersebut. Lembaga penyiaran komunitas dapat menerima dana dari sumbangan, hibah, sponsor, dan sumber sah lainnya yang tidak mengikat. Dalam konteks ini, Radio Star dapat dikategorikan sebagai LPK karena memenuhi beberapa karakteristik utama dari LPK, yaitu :

- a. Non-komersial: Radio Star beroperasi tanpa tujuan mencari keuntungan finansial. Fokus utamanya adalah memberikan layanan informasi, pendidikan, dan hiburan yang relevan bagi komunitasnya, yakni mahasiswa fakultas dakwah UIN Saizu Purwokerto.
- b. Berbasis Komunitas: Radio Star dimiliki dan dikelola oleh anggota komunitas lokal yakni mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto. Partisipasi aktif dari komunitas dalam pengelolaan dan produksi konten menjadi ciri khas utama LPK.
- c. Konten Lokal: Konten yang disiarkan oleh Radio Star cenderung lebih lokal dan relevan dengan kebutuhan serta isu-isu yang dihadapi oleh komunitasnya. Hal ini mencakup berita lokal, program pendidikan, budaya, dan hiburan yang dihasilkan oleh dan untuk anggota komunitas.

2. Tantangan Siaran Radio Star di Era Digital

Di era digital yang semakin maju, Radio Star sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas menghadapi berbagai tantangan yang kompleks dan dinamis. Tantangan ini tidak hanya berasal dari perkembangan teknologi, tetapi juga dari perubahan perilaku audiens dan dinamika ekonomi yang mempengaruhi operasi penyiaran.

a. Perkembangan Teknologi dan Konvergensi Media

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi Radio Star adalah konvergensi media, di mana berbagai bentuk media tradisional seperti radio, televisi, dan cetak bergabung dengan platform digital. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara informasi dikonsumsi oleh masyarakat. Menurut Jenkins (2006), konvergensi media menciptakan ekosistem media baru di mana batas antara media lama dan baru menjadi kabur, dan audiens memiliki akses yang lebih mudah dan lebih beragam terhadap konten. Bagi Radio Star, hal ini berarti mereka harus bersaing dengan berbagai platform digital seperti podcast, streaming musik, dan media sosial yang menawarkan konten yang lebih interaktif dan personal. Kemampuan untuk mengadopsi teknologi baru dan mengintegrasikannya dalam operasi siaran menjadi sangat penting. Misalnya, Radio Star perlu mengembangkan aplikasi mobile atau platform streaming online untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih muda yang semakin beralih ke media digital.

b. Perubahan Perilaku Audiens

Audiens saat ini semakin menginginkan konten yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, yang sering disebut sebagai "media on-demand". Tren ini dipicu oleh kemunculan layanan seperti Spotify, Apple Music, dan platform podcasting yang menawarkan fleksibilitas tinggi. Menurut studi yang dilakukan oleh Edison Research dan Triton Digital (2021), konsumsi podcast dan musik streaming terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda. Bagi Radio Star, ini berarti mereka harus mempertimbangkan strategi konten yang lebih fleksibel dan sesuai dengan preferensi audiens. Mereka perlu menawarkan program yang dapat diunduh dan didengarkan kapan saja, serta meningkatkan interaktivitas dengan audiens melalui media sosial dan platform digital lainnya.

c. Pendanaan dan Sumber Daya

Sebagai lembaga penyiaran komunitas yang non-komersial, Radio Star sering kali menghadapi tantangan dalam memperoleh pendanaan yang cukup untuk operasional dan pengembangan teknologi. Di era digital, kebutuhan akan peralatan yang lebih canggih dan biaya operasional yang meningkat dapat menjadi beban. Menurut teori ekosistem media oleh Anderson (2008), media komunitas harus menemukan model pendanaan yang berkelanjutan untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat dengan media komersial.

Radio Star menghadapi berbagai tantangan di era digital yang memerlukan adaptasi dan inovasi. Dari perkembangan teknologi dan konvergensi media, perubahan perilaku audiens, hingga masalah pendanaan. Setiap tantangan ini memerlukan pendekatan strategis yang komprehensif. Dengan mengadopsi teknologi baru, memahami perilaku audiens, mencari model pendanaan yang berkelanjutan, dan terlibat dalam advokasi kebijakan, Radio Star dapat terus berperan penting sebagai media komunitas yang relevan dan berdaya guna.

3. Strategi Komunikasi Radio Star

Radio Star sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas memiliki peran vital dalam membangun dan memperkuat komunitas lokal melalui penyediaan konten yang relevan dan partisipatif. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, potensi positif dari LPK seperti Radio Star dalam mendorong keterlibatan masyarakat, pendidikan, dan pelestarian budaya membuatnya menjadi komponen penting dalam lanskap media lokal. Dengan dukungan yang tepat, Radio Star dapat terus berkontribusi signifikan bagi komunitasnya.

Radio Star memilih untuk beradaptasi dengan era digital melalui strategi komunikasi yang berfokus pada inovasi dan kreativitas. Hal ini termasuk penggunaan platform digital untuk menyebarkan konten, keterlibatan aktif dengan audiens melalui media sosial, dan peningkatan konten yang relevan dan menarik. Radio Star dihadapkan pada tantangan berupa perubahan preferensi audiens, meningkatnya persaingan dari platform digital lainnya, dan penurunan minat mendengarkan radio konvensional. Hingga di era digital ini siaran Radio Star dapat

diakses secara online melalui website resmi radio star <https://radiostar.uinsaizu.ac.id/> . Radio Star juga dapat diakses melalui aplikasi yang dapat diunduh di Google Play Store dengan nama aplikasi Radio Star Fakda. Anggota Komunitas Radio Star adalah mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, yang dipilih melalui proses open recruitment yang diadakan setiap tahun.

a. Penggunaan Teknologi dalam Komunikasi Radio Star

Perkembangan teknologi digital dan konvergensi media merupakan tantangan signifikan bagi Radio Star. Teknologi digital telah mengubah cara informasi dikonsumsi oleh masyarakat, memaksa media tradisional seperti radio untuk beradaptasi. Menurut Ismiyati (2021) dalam jurnalnya, konvergensi media mengharuskan lembaga penyiaran untuk mengintegrasikan berbagai platform digital agar tetap relevan di mata audiens. Dalam menghadapi era digital yang dipenuhi fenomena konvergensi media ini radio star perlu untuk menerapkan strategi komunikasi dalam upaya mempertahankan efektivitas siarannya. Radio Star harus bersaing dengan platform digital seperti podcast dan streaming musik yang menawarkan konten yang lebih interaktif dan personal. Ini diperlukan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang semakin beralih ke media digital. Radio Star mengintegrasikan teknologi dalam strategi komunikasinya dengan memanfaatkan internet dan platform digital lainnya. Penggunaan streaming online, podcast, dan aplikasi seluler menjadi bagian penting dari upaya Radio Star untuk tetap relevan dan dapat diakses oleh audiens di era digital.

Selain itu audiens saat ini menginginkan konten yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Menurut penelitian dari Yulianti (2021), tren konsumsi media on-demand terus meningkat di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih mendengarkan podcast dan musik streaming daripada siaran radio tradisional. Radio Star perlu menawarkan konten yang lebih fleksibel dan sesuai dengan preferensi audiens. Ini termasuk menyediakan program yang dapat diunduh dan didengarkan kapan saja, serta meningkatkan interaktivitas melalui media sosial dan platform digital lainnya untuk menjaga keterlibatan audiens.

Zaini, A., & Rahmawati, D. (2023) dalam jurnalnya bahwa dengan kemajuan teknologi informasi dan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan, muncul media baru yang disebut media interaktif atau internet. Internet adalah sistem jaringan komputer yang terhubung ke seluruh dunia. Bersamaan dengan itu, media sosial juga muncul sebagai media baru dan menjadi bagian dari internet. Media sosial menarik minat besar dari semua lapisan masyarakat, baik anak-anak maupun orang dewasa, karena praktis dan mudah digunakan. Selain itu, media sosial juga mendukung komunikasi manusia dalam bentuk lisan, tulisan, audio, dan visual.

Maka dari itu, ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi radio star dalam mengupayakan eksistensinya. Dalam menghadapi tantangan ini Radio Star mulai memproduksi program podcast yang dipublikasikan di Youtube dengan akun “Radio Star Official” :

Gambar 2. Youtube Radio Star Official Sumber : UCWLW-439HIyX9ETru96UYgA

Dalam Youtube “Radio Star Official”, lembaga penyiaran komunitas ini menyediakan program “Star Podcast”. Star Podcast ini merupakan salah satu program unggulan radio star berupa podcast yang mengundang berbagai narasumber menarik seperti dosen dan berbagai akademisi, mahasiswa berprestasi, dan lain sebagainya. Podcast yang saat ini sangat populer dan banyak diminati masyarakat menjadi pilihan Radio Star untuk tetap relevan. Beberapa program unggulan yang diproduksi Radio Star di Youtube yakni : Star Podcast, Iklan layanan Mahasiswa, dan Company Profile. Dengan menawarkan konten yang tak hanya berupa audio namun juga visual, ini menjadi nilai plus bagi para pendengar untuk tetap mengonsumsi program yang diberikan Radio Star sebagai Lembaga penyiaran komunitas.

Untuk mempertahankan eksistensinya, Radio Star juga memanfaatkan media sosial Instagram dan tiktok dengan username @radiostaruinsaizu untuk mempublikasikan berbagai konten promosi digital lainnya. Radio Star telah mengadopsi teknologi streaming, memungkinkan pendengar untuk mengakses siaran langsung melalui aplikasi mobile dan website. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa konten mereka dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Menurut Farhan, M (2021), adopsi

teknologi digital oleh media tradisional sangat penting untuk menjaga relevansi dan menjangkau audiens yang lebih luas di era digital.

b. Keterlibatan Audiens dalam Proses Komunikasi

Strategi komunikasi Radio Star tidak hanya mencakup penyiaran konten, tetapi juga melibatkan audiens secara aktif dalam proses komunikasi. Ini dilakukan melalui berbagai saluran partisipasi, seperti panggilan telepon, pesan teks, dan tanggapan langsung melalui media sosial. Selain itu Radio Star juga berusaha mewujudkan engagement komunitas dengan kegiatan off-air diantaranya dengan mengadakan acara komunitas, konser, dan kegiatan sosial yang melibatkan pendengar secara langsung. Ini memperkuat hubungan emosional antara stasiun dan audiens.

Gambar 3. Event ROTASI Radio Star Sumber : instagram @radiostaruinsaizu

Radio Star kerap kali mengadakan kegiatan yang melibatkan mitra dan pendengar serta anggota komunitasnya secara langsung dalam suatu kegiatan. Salah satunya, event ROTASI. ROTASI merupakan salah satu event tahunan sebagai peringatan anniversary Radio Star. Dalam event tersebut biasanya Radio Star mengadakan perlombaan, seminar hingga konser musik. Pada tahun 2023, Radio Star bekerja sama dengan VOA Indonesia dalam event ROTASI yang ke 19 .

Radio Star menghadapi berbagai tantangan di era digital yang memerlukan adaptasi dan inovasi. Dari perkembangan teknologi dan konvergensi media, perubahan perilaku audiens, hingga masalah pendanaan, setiap tantangan ini memerlukan pendekatan strategis yang komprehensif. Dengan mengadopsi teknologi baru, memahami perilaku audiens, mencari model pendanaan yang berkelanjutan, dan terlibat dalam advokasi kebijakan, Radio Star dapat terus berperan penting sebagai media komunitas yang relevan dan berdaya guna.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Keberhasilan strategi komunikasi Radio Star juga sangat bergantung pada pengembangan sumber daya manusia. Penyiar dan tim

produksi diberikan pelatihan berkala untuk memastikan mereka selalu up-to-date dengan tren terbaru dalam teknologi dan teknik penyiaran. Penyiar yang karismatik dan berpengetahuan luas dapat menciptakan koneksi yang lebih kuat dengan pendengar, meningkatkan loyalitas audiens. Radio Star juga mendorong kreativitas dan inovasi di antara stafnya, yang menghasilkan konten yang lebih menarik dan relevan. Pada tahun 2023, Radio star mengadakan kegiatan workshop content writer yang diadakan khusus untuk para crew dan anggotanya. Kegiatan ini dapat menjadi wahana pengembangan sumber daya anggota komunitas Radio Star. Berbagai kegiatan off air kerap kali diadakan oleh radio star dan dapat diakses secara online melalui akun instagram resmi Radio Star @radiostarainsaizu.

d. Kolaborasi dengan Berbagai Kemitraan Strategis

Radio Star, sebagai stasiun radio yang telah lama berdiri, menghadapi tantangan besar di era digital ini. Sebagai lembaga penyiaran komunitas yang non-komersial, Radio Star sering kali menghadapi tantangan dalam memperoleh pendanaan yang cukup untuk operasional dan pengembangan teknologi. Yuli (2021) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa keterbatasan dana menjadi salah satu hambatan utama bagi LPK dalam beradaptasi dengan era digital. Radio Star dapat mencari solusi melalui kerja sama dengan organisasi non-profit, memperoleh hibah dari lembaga donator yang dapat membantu mengurangi beban biaya. Untuk menjalin berbagai kerja sama tersebut radio star menggunakan Instagram sebagai media komunikasi untuk tetap dapat menjalin hubungan baik dengan berbagai mitra dan sponsorship. Dalam hal ini, tupoksi tersebut dikelola oleh Divisi Public Relations Radio Star.

Untuk mempertahankan dan memperluas audiensnya, mereka mengembangkan strategi komunikasi yang melibatkan kolaborasi dan kemitraan strategis. Pendekatan ini tidak hanya membantu mereka menarik pendengar baru tetapi juga memperkuat hubungan dengan pendengar yang sudah ada, meningkatkan keberlanjutan dan efektivitas siaran mereka. Salah satu strategi yang diadopsi oleh Radio Star adalah kolaborasi dengan Lembaga Kemahasiswaan dalam kampus maupun luar kampus, hingga berbagai lembaga penyiaran lainnya. Membuka media partner untuk menjalain kemitraan ini

dilakukan oleh divisi public relations Radio Star yang mana hal ini menjadi cara efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Kolaborasi ini dapat berbentuk berbagai kegiatan seperti wawancara hingga acara khusus. Pendekatan ini tidak hanya memastikan keberlanjutan siaran tetapi juga meningkatkan efektivitas dan daya tarik siaran Radio Star di era digital yang kompetitif ini.

Strategi komunikasi Radio Star yang komprehensif mencakup adaptasi teknologi, pengembangan konten multiplatform, interaksi pendengar, kolaborasi strategis, penggunaan data analitik, pengembangan sumber daya manusia, dan keterlibatan komunitas. Strategi komunikasi utama yang digunakan Radio Star dalam menghadapi era digital berfokus pada inovasi, adaptasi teknologi, dan interaksi dengan audiens. Mereka memproduksi podcast dan video yang eksklusif, yang memungkinkan pendengar untuk menikmati acara favorit mereka sesuai waktu luang. Hal ini sejalan dengan temuan dari Nugroho, S (2021) yang menyatakan bahwa diversifikasi konten ke berbagai platform digital dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan daya saing media tradisional. Dengan mengintegrasikan berbagai platform digital, menciptakan konten yang relevan, dan memanfaatkan data analitik, Radio Star berusaha untuk tetap relevan dan efektif dalam menyampaikan siarannya. Keberlanjutan siaran mereka tergantung pada kemampuan untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan preferensi audiens. Pendekatan multifaset ini tidak hanya memastikan keberlanjutan siaran tetapi juga meningkatkan efektivitas dan daya tarik siaran Radio Star. Dengan terus berinovasi dan mendengarkan kebutuhan pendengar, Radio Star mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu stasiun radio terdepan di era digital ini.

C. Simpulan

Di era digital yang terus berkembang, Radio Star, sebuah lembaga penyiaran komunitas yang berbasis di Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto, menghadapi tantangan besar dalam menjaga relevansi dan daya tariknya. Meskipun telah mengambil langkah-langkah signifikan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku audiens, masih ada ruang untuk perbaikan dan inovasi lebih lanjut.

Salah satu kritik utama yang dapat diarahkan kepada Radio Star adalah kurangnya optimalisasi dalam pemanfaatan teknologi digital dan platform media sosial. Meskipun sudah ada peralihan ke platform streaming dan konten podcast, integrasi dengan platform digital lainnya masih kurang optimal. Konten yang disajikan juga mungkin perlu disesuaikan lebih baik dengan preferensi dan kebutuhan audiens untuk meningkatkan keterlibatan mereka. Selain itu, Radio Star juga menghadapi tantangan dalam hal diversifikasi sumber pendanaan. Ketergantungan pada kontribusi komunitas dan sponsor yang tidak mengikat bisa menjadi hambatan bagi kemajuan dan inovasi yang lebih lanjut.

Untuk penelitian selanjutnya, dapat dieksplorasi lebih dalam beberapa aspek yang telah dibahas, seperti analisis lebih lanjut tentang preferensi audiens dan strategi komunikasi yang paling efektif dalam memenuhi kebutuhan mereka. Studi tentang dampak konten yang dipersonalisasi dan interaktif terhadap keterlibatan audiens juga dapat menjadi topik yang menarik. Evaluasi lebih lanjut tentang efektivitas strategi komunikasi yang diadopsi oleh Radio Star juga dapat memberikan wawasan yang berharga untuk pengembangan lebih lanjut. Dengan demikian, Radio Star dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan dinamika media di era digital, memastikan keberlanjutan dan relevansi dalam memenuhi kebutuhan komunitasnya.

Daftar Pustaka

- Anderson, C. (2008). *The Long Tail : Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hyperion.
- Asy'ari, N. A. S. (2018). *Broadcasting radio Ponorogo dalam kajian konvergensi media*. Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora, 1(1), 37-43.
- Edison Research and Triton Digital. (2021). *The Infinite Dial 2021*.
- Farhan, M. (2021). Adaptasi teknologi digital oleh media tradisional. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, 9(1), 15-30.
- 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), 64-73.
- Harliantara, D., & Rustam, A. (2021). *Radio Is Sound Only: Pengantar Dan Prinsip Penyiaran Radio Di Era Digital*. Broadcastmagz Publisher.

- Ismiyati, I. (2021). *Konvergensi Media dan Tantangan Lembaga Penyiaran Komunitas di Era Digital*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 8(2), 112-125.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2016). *Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review*. Research in Nursing & Health, 40(1), 23-42.
- Maharani, P., Lestaluhu, S., & Alfredo, R. (2022). *Transformasi Radio Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon)*. Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura, 1(2), 214-231.
- Mahmud, Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung : Pustaka Setia, 2011), 31.
- Nugroho, S. (2021). *Diversifikasi konten di era digital: Studi kasus pada media tradisional*. Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga, 13(2), 45-60.
- Polit & Beck (2014). *Essentials Of Nursing Research: Appraising Evidence For Nursing Practice. 8th Edition*. Canada: Wolters Kluwer Health.
- Putri, R. I. (2019). *Adaptasi radio di era digital: Studi deskriptif radio Dahlia 101.5 FM Bandung* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). *Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal)*. Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi, 13(2), 159-174.
- West, Richard dan Turner, Lynn H. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi (Introducing Communication Theory: Analysis and Application)*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Yuli, Y. (2021). *Kendala Pendanaan pada Lembaga Penyiaran Komunitas di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(3), 87-98.
- Yulianti, Y. (2021). *Perilaku Konsumsi Media On-Demand di Kalangan Generasi Muda Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(1), 45-58.
- Zaini, A., & Rahmawati, D. (2023). *Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru*. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 8(1), 162-172.