

## Strategi K Radio Jember Dalam Upaya Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan Audience Di Era Digital

Amatullah Azka Faadiya Haya Nurilalamin

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia

\*muslim.family273@gmail.com

### Keywords

Social Media, Radio, Strategy.

### Abstract

*In the midst of many radio stations losing listeners due to switching to digital media, K Radio Jember is here which can stand up to adapt to the era. By combining mass media with digital media, K Radio Jember is growing rapidly, and is even able to increase its audience. Through his social media accounts, it is proven that his followers and audience continue to increase. So this is an interesting thing to research. The objectives of this thesis research are: 1) To determine K Radio Jember's strategy in utilizing social media as an effort to maintain its audience in the digital era. 2) To find out how K Radio Jember is converging in facing the digital era. This research uses a qualitative approach method with a descriptive type. This research used observation, interviews and documentation to collect data. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and data verification or conclusions. And for data validity techniques in this research, triangulation analysis of data sources and techniques is used. This research concluded that: 1) K Radio's strategy in using social media as an effort to maintain its audience in the Digital Era is the Compatibility Strategy, K Radio adapts to market segments. Habit Formation Strategy, K Radio has a variety of regular weekly program schedules. Control of Audience Flow Strategy. K Radio carries out monthly evaluations and creates interesting content. Mass Appeal Strategy. K Radio has forayed into digital media through live streaming, and K Radio has become a space for aspirations and a way of connecting with the community. 2) The influence of K Radio in the use of social media to maintain the audience, namely the audience is increasing and trusting K Radio, income, and becoming a forum for community aspirations and liaison.*

### Kata Kunci

Media Sosial, Radio, Strategi.

### Abstrak

*Di tengah banyaknya radio kehilangan pendengar karena beralih pada media digital, namun hadir K Radio Jember yang dapat berdiri menyesuaikan era. Dengan penggabungan media massa dengan media digital semakin membuat K Radio Jember berkembang pesat, bahkan mampu menambah Audience-nya. Lewat dari akun media sosialnya, terbukti terus bertambah pengikutnya dan penontonnya. Maka ini hal yang menarik untuk diteliti. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah : 1) Untuk mengetahui strategi K Radio Jember dalam pemanfaatan media sosialnya sebagai upaya mempertahankan Audience di era digital. 2) Untuk mengetahui bagaimana K Radio Jember berkonvergensi dalam menghadapi era digital. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Untuk pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan verifikasi atau kesimpulan data. Dan untuk teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis triangulasi sumber data dan teknik. Penelitian ini mendapatkan kesimpulan, bahwa : 1) Strategi K*

Radio dalam pemanfaatan media sosial sebagai upaya mempertahankan Audience di Era Digital adalah dengan Strategi Compatibility, K Radio menyesuaikan dengan segmen pasar. Strategi Habit Formation, K Radio mempunyai jadwal program rutin mingguan yang bermacam-macam. Strategi Control of Audience Flow. K Radio melakukan evaluasi per-bulan dan membuat konten menarik. Strategi Mass Appeal. K Radio telah menjarah ke media digital lewat live streaming, dan K Radio menjadi ruang aspirasi dan jalan hubung masyarakat. 2) Pengaruh K Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Mempertahankan Audience yaitu Audience semakin bertambah dan percaya pada K Radio, Income, dan menjadi wadah Aspirasi Masyarakat dan Penghubung.

## Pendahuluan

Perkembangan radio adalah bagian dari media massa yang cukup populer dan juga dipakai guna menyampaikan informasi dari massa menuju massa seterusnya. Radio ialah sebuah teknologi yang digunakan sebagai pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan gelombang elektromagnetik. Gelombang ini melintas dan merambat melalui udara dan mampu melalui ruang angkasa juga yang hampa udara.<sup>1</sup>

Namun tak di pungkiri, eksistensi radio di era digital ini mengalami penurunan, maka radio membutuhkan inovasi baru untuk mempertahankan eksistensinya tanpa meninggalkan ciri khasnya. Karena saat ini radio memiliki tantangan yang berat untuk bisa terus menarik para pendengar. Dahulu radio punya banyak pendengar, namun saat ini seiring bergantinya zaman yaitu di era digital atau *new media* jumlah pendengar radio mulai berkurang, tergeser dengan posisi media online dan media sosial saat ini. Seperti yang ada pada data survei yang mana radio di Indonesia pada tahun 2020 telah memiliki setidaknya ada 22,759 juta yang telah ada di berbagai sepuluh kota Indonesia, yang mana mempunyai durasi rata-rata untuk mendengarkan radio paling banyak dua jam, total ini lebih dominan menurun dibanding dengan data pendengar pada saat tahun 2017, yang mana ada 62,3 juta orang yang ada di berbagai Indonesia, kemudian rata-rata orang Indonesia hanya mendengar sampai 2,5 jam saja.<sup>2</sup>

Maka kreatifitasan menjadi hal utama yang harus dipikirkan dalam setiap konten yang dikemas. Melakukan inovatif dan kreatif di era digital tidak dapat di pungkiri juga menjadi tantangan tersendiri sekaligus kekuatan bagi radio, karena ketika bisa menyesuaikan dengan digital yaitu lewat media online ini menjadikan radio punya harapan akan tetap dapat bertahan atau eksis. Terlebih pengguna media online sangat banyak terkhusus di Indonesia. Dari *Databoks.katadata*, Menurut laporan dari *We Are Social*, bahwasannya total keseluruhan dari jumlah [pengguna internet](#) yang ada di Indonesia adalah sudah mencapai 213 juta orang per -Januari

<sup>1</sup> Romli, Asep syamsul M, *Dasar-dasar siaran radio*, (Bandung : Nuansa, 2009), 12.

<sup>2</sup> Indonesia, P. R, *Jumlah pendengar Radio mengalami peningkatan*. Retrieved from Radio Indonesia: 2020 <https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengarradio-mengalami-peningkatan> (Diakses pada Rabu, 20 Desember 2023, pada pukul 16.20)

pada tahun 2023. Yang mana jumlah ini layaknya 77% dari total seluruh populasi yang ada di Indonesia yaitu sebanyak 276,4 juta orang saat awal tahun.<sup>3</sup>

Selain menjangkit banyak minat sosial dan tetap *eksis* di tengah gempuran era digital, satu hal baik lagi adalah posisi jumlah kaum muslim di Indonesia lebih mayoritas sehingga radio juga bisa menjadi peluang dakwah, pun juga lewat media sosial yang seringnya digemari oleh pemuda. Hal ini dibuktikan bahwa pengguna media sosial lebih banyak *digandrungi* atau digunakan oleh pemuda, menurut hasil responden dari *Indonesia baik.id* bahwasannya pemakai media sosial memiliki jumlah yang paling banyak adalah dari kalangan pada usia 20-29 tahun (yaitu generasi milenial). Ada sejumlah 93,5% yang berasal dari kelompok generasi milenial dan mempunyai akun media sosial. Pengguna media sosial bahkan dikatakan hampir memenuhi rata di setiap rentang kelompok usia.<sup>4</sup> Maka perubahan menyesuaikan atau berkonvergensi era digital suatu hal yang harus lakukan untuk bisa mempertahankan eksistensi radio, karena ini sangat bergantung dari tata kelola, strategi radio tersebut dalam menghadapi digitalisasi yang dipenuhi media online maupun di media sosial.<sup>5</sup>

Di Jember juga ada beberapa radio yang memiliki media sosial dan bahkan tak jarang juga menjadikannya sebagai bagian dari konten untuk menarik *audience*, ada setidaknya 6 radio yaitu Mutiara FM Jember, Suara Akbar, Soka Radio, Kiss FM, Prosalina Jember, dan K Radio. Maka peneliti melakukan survei serta membandingkan beberapa radio di jember yang berada di era digital, dengan tujuan agar dapat mengetahui bagaimana keberadaan dan Efek dari radio yang masih mengudara sampai saat ini melihat dari akun media sosialnya yakni *followers* Instagram dan *subscriber* sebagai perbandingan keberadaan radio di era digital, berikut tabel perbandingannya :

---

<sup>3</sup> Cindy Mutia Annur, "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023" <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> (Diakses pada Senin, 11 Desember 2023, pada pukul 16.40)

<sup>4</sup> Andean, Ariyta, M. Ishaq, *Pengguna Media Sosial di Indonesia #19*, <https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-media-sosial-di-indonesia-19#:~:text=Pengguna%20media%20sosial%20terbanyak%20berasal,di%20setiap%20rentang%20kelompok%20usia>. (diakses pada Senin, 11 Desember 2023, pukul 16.55)

<sup>5</sup> Tian Rahmat, *Transformasi Era Digital : Peluang, Tantangan dan Potensi Masa Depan*, <https://thecolumnist.id/artikel/transformasi-era-digital--peluang-tantangan-dan-potensi-masa-depan-2885> (diakses pada senin, 11 Desember 2023, pukul 17.15)

**Tabel 1.** Perbandingan Pengikut Media Sosial Radio Di Jember

No	Nama Radio	<i>Followers Instagram</i> /Jumlah Global Penonton	<i>Subscriber Youtube</i> /Jumlah Global Penonton/ <i>Audience</i>	Isi Konten Media Sosial
1.	Mutiara FM Jember	3.023 ribu <i>Followers</i> / Puluhan sampai ratusan penonton	-	Podcast/Dialog antar tokoh, dan <i>music hits</i> local
2.	Suara Akbar Jember	37 <i>Followers</i> /Puluhan penonton	40 <i>Subscriber</i> / 1,5 ribu dalam 6 tahun	Pamflet dialog antar tokoh bertema dakwah
3.	Soka Radio Jember	14,8 ribu <i>Followers</i> /Ratusan penonton	120 <i>Subscriber</i> /Ratusan Penonton	Iklan , music dan podcast dengan tokoh
4.	Kiss FM Jember	12,2 ribu <i>Followers</i> /ratusan sampai ribuan penonton	2,42 ribu <i>Subscriber</i> /puluhan sampai ratusan penonton	Informasi dan berita
5.	<u>Prosalina</u> Jember	5.694 ribu <i>Followers</i> /ratusan penonton	5,58 ribu <i>Subscriber</i> /puluhan sampai ratusan penonton	Berita dan informasi
6.	K Radio Jember	21,4 ribu <i>Followers</i> /ribuan sampai jutaan penonton.	7,19 ribu <i>Subscriber</i> /puluhan, ratusan sampai ribuan	Berita, informasi, <i>hits music</i> , podcast, edukatif

Sumber : Observasi peneliti pada akun media sosial Instagram dan Youtube radio di Jember pada Mei 2024

Dari tabel 1 dapat di lihat bahwa jumlah *followers* dan *subscriber* serta penonton atau *audience* dari radio yang ada di Jember lebih banyak atau dominan K Radio Jember dibanding akun media sosial yang lainnya yakni 21,4 Ribu *followers* dan 7,19 ribu *subscriber*, ini menandakan K Radio Jember punya ‘sesuatu’ atau hal yang menarik yang membuat *followers* dan *subscriber*-nya serta *audience*-nya begitu banyak. Dibandingkan radio jember yang cukup susah dan sedikit untuk menjangrik *audience* dari pengamatan jumlah penonton yang minim.

Maka dalam perkara ini, fenomena digital, internet atau pengembangan teknologi itu pun juga sudah dilakukan oleh K Radio Jember sebagai cara optimal dalam pemanfaatan internet, yang mana juga telah mempunyai *platform* konten digital yang ada di Instagram @kradiojember dan Youtube K RADIO JEMBER yang punya banyak pengikut dan penonton. Berdasarkan pada laporan *We Are Social dan Hootsuite*, setidaknya ada 2,51 miliar yang menggunakan YouTube pada skala seluruh dunia di tahun Januari 2023, dan Indonesia telah berada pada posisi peringkat keempat yang mempunyai jumlah pengguna bahkan sampai 139 juta pengguna.<sup>6</sup> Pada laporan *We Are Social*, pada Oktober 2023 setidaknya ada sejumlah 104,8 juta pengguna [Instagram](https://www.instagram.com) di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Adapun Instagram menjadi aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak keempat di dunia per Oktober 2023 versi *We Are Social*. Memiliki peringkat berada di bawah Facebook,

<sup>6</sup> Databoks, “Penguna youtube di Indonesia”

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> (Diakses pada Rabu 29 Mei 2024)

YouTube, dan WhatsApp.<sup>7</sup>

Untuk itu, hal inilah yang menjadikan peneliti sangat tertarik meneliti pada media digital Instagram dan Youtube di 102,9 FM K Radio Jember. Yang mana telah menghadapi konvergensi media, dengan memanfaatkan media digital hingga masuk dalam ranah internet atau media sosial. Sehingga ke K Radio Jember tidak kehilangan penikmatnya atau *Audience* nya, maka peneliti mengambil dari aspek bagaimana “Strategi K Radio Jember dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan *Audience* Di era Digital”

## Metode Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis deskripsi. Menurut Lexy J. Moleong penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan agar mendapatkan sebuah fenomena dari apa yang tengah terjadi atau dialami oleh pihak subjek pada yang diteliti, terkait dengan perilakunya, atau pemahamannya, serta dari tindakannya.<sup>8</sup> Dengan menggunakan cara deskriptif yang mana dengan bentuk tulisan yang berkata-kata dengan suatu konteks yang relevan dengan apa yang diteliti dengan menggunakan metode ilmiah. Simpulnya penelitian kualitatif merupakan melakukan penelitian terhadap informan informan sebagai bagian dari subjek yang akan diteliti pada kehidupan secara umumnya.<sup>9</sup>

Adapun lokasi penelitian yang peneliti tuju adalah K Radio Jember sesuai tema atau fokus yang peneliti ambil adalah tentang K Radio Jember. Hal ini juga berkaitan dengan metode penelitian yang diambil yaitu kualitatif deskriptif maka peneliti melakukan terjun lapang di lokasi tempat tersebut. Secara umum, peneliti mengali data dengan bertemu narasumber setempat, dan narasumber yang berkaitan dengan lokasi atau yang diteliti. Peneliti juga melakukan observasi lewat langsung melihat kegiatan di lokasi dan lewat media online platform K Radio jember. Sehingga data yang diambil memenuhi yang dibutuhkan dan konkrit. Yaitu pada media *platform* Instagram @kradiojember dan Youtube K RADIO JEMBER.

Subjek penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan tujuan kriteria informan yang didapatkan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Yang mana *purposive sampling* ini merupakan teknik dalam pengambilan sumber data dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Contoh, dipilih informan yang paling tau hal-hal yang dibutuhkan oleh peneliti sehingga mampu menunjang atau mendapat informasi yang aktual dan relevan. Peneliti melakukan penelitian atau menambah data dengan narasumber internal yang berkaitan dengan K Radio Jember atau setempat, serta beberapa narasumber yang relevan sesuai yang dibutuhkan oleh

---

<sup>7</sup> Databoks, “Pengunaan instagram di Indonesia” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/indonesia-jadi-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-ke-4-di-dunia> (Diakses pada Rabu 29 Mei 2024,)

<sup>8</sup> Moloeng, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2007), 6.

<sup>9</sup> Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. (Yogyakarta: Erlangga, 2009) , 23.

peneliti dalam menunjang kebutuhan penelitian.<sup>10</sup>

Penelitian ini menggunakan narasumber atau informan yaitu Kepala Lembaga K-Radio, Bagian Produksi K-Radio dan pendengar K-Radio. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan pengumpulan data dengan cara wawancara tujuannya dilakukan untuk memperoleh bahan kajian yang diteliti, dan menambah data sehingga dapat terjawab apa yang dicari dan diteliti. Wawancara ini dilakukan secara langsung ditempat dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber, sehingga informasi yang didapatkan lebih akurat, hal ini yang juga menjadi data primer dari sumber data yang didapatkan peneliti. Peneliti juga melakukan observasi yang ada di lapang. Mengamati program, manajemen, serta pekerjaan yang ada di lokasi, baik dari lapang secara langsung maupun dari media sosial. Hal ini bertujuan untuk memperkuat bahan kajian peneliti, karena dapat melihat langsung kondisi lapang. Peneliti di lokasi melakukan pengumpulan data yang diperlukan, mulai dari foto-foto, rekaman-rekaman, catatan-catatan serta hal apapun yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti juga mendapatkan dokumentasi atau sumber data mulai dari narasi, dan deskripsi yang didapatkan dari lokasi sebagai penunjang data. Maka catatan, foto, menjadi hal yang penting bagi peneliti.

Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian di sini yakni analisis ketika berada di lapangan menggunakan model Miles and Huberman. Miles dan Huberman menyampaikan bahwasannya kegiatan pada analisis data kualitatif dikerjakan dengan aksi aktif dan dapat berjalan dengan terus menerus hingga selesai. Kegiatan pada analisis data, yaitu *data condensation*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.<sup>11</sup> Dan teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik.<sup>12</sup>

## Hasil dan Pembahasan

### Strategi K Radio Jember Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan Audience Di Era Digital

Hasil penelitian yang ada di lapangan, peneliti menemukan diantara teori-teori yang di gunakan dalam kajian teori atau kerangka *teoritik* pada penelitian ini, yang sesuai dengan strategi yang ada di K Radio Jember. Yaitu memakai konsep atau teori Susan Tyler Eastman :

#### a) Strategi Kesesuaian (*Compatibility*)

Berdasarkan strategi kesesuaian, yaitu program acara yang dibuat menyesuaikan sehari-hari atau keinginan publik, menerima apa yang diinginkan pasar. Seperti yang sudah dipaparkan oleh peneliti pada bagian analisis data, telah diperoleh data bahwa K Radio sangat mudah itu melihat peluang, terkhusus segmen dari K Radio adalah masyarakat menengah ke atas atau masyarakat kota, yang mereka mengendarai mobil, dan jangkauan usianya kepada 23 -39 tahun. Sehingga ini juga men-

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. (Bandung : Alfabeta, 2018), 53.

<sup>11</sup> Sugiyono. *Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung : Alfabeta, 2014), 404.

<sup>12</sup> Burhan Burgin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Prenada Media Group 2011), 265.

jadi faktor K Radio akhirnya memilih *basic* sebagai radio berita yang *hot* dan lagu yang *hits*,

*Pertama*, dari segi program siaran radio telah menyesuaikan dengan kondisi atau waktu yang tepatnya masyarakat :

**Tabel 2.** Jadwal Program Siaran Harian K Radio jember

Sabtu Jam	Program	Minggu Jam	Program
05.00 – 06.00	K Religi	05.00 – 06.00	K Religi
06.00 – 12.00	<i>Weekend Hits</i>	06.00 – 12.00	<i>Weekend Hits</i>
12.00 – 14.00	<i>Easy K Music</i>	12.00 – 14.00	<i>Easy K Music</i>
14.00 – 15.00	<i>Weekend Hits</i>	14.00 – 15.00	<i>Weekend Hits</i>
15.00 – 17.00	Hits Music (Memutarakan lagu yang sedang <i>hits</i> )	15.00 – 17.00	<i>Hits 2000</i>
17.00 – 18.00	<i>Weekend Hits</i>	17.00 – 18.00	<i>Weekend Hits</i>
18.00 – 20.00	Mabel (Malam Mingguan Bareng Ibel)	18.00 – 20.00	<i>Legendary Song</i>
20.00 – 01.00	<i>Weekend Hits</i>	20.00 – 01.00	<i>Weekend Hits</i>

Sumber : Diperoleh dari dokumentasi data K Radio Jember

Dari program tersebut terlihat berbeda-beda jam dan program, seperti contohnya program K Religi '*kenapa bisa di jadwal pada jam 5?*'. Ini dikarenakan program tersebut dikhususkan untuk kaum muslim, pada jam pagi setelah shubuh terkadang tidak tidur lagi, biasanya di isi dengan aktivitas produktif lainnya, maka program religi ini sangat relevan dengan kesesuaian konsumen.

Contoh lagi '*kenapa pemutaran radio hingga sampai malam?*'. Hal ini juga menyesuaikan kemauan publik, yang ternyata ada sebagian masyarakat yang masih membutuhkan hiburan di malam hari, ataupun membutuhkan informasi setelah aktivitas panjang tak sempat mengetahui berita atau informasi terbaru, sehingga malam ini waktu pas mendengarkan berita sambil istirahat atau *rebahan*. Tayangan atau konten yang disiarkan juga hanya lagu-lagu dan berita-berita ringan mudah untuk dicerna, jadi tidak berat di kepala karena berita atau konten yang disiarkan benar-benar rileks

Jam setel atau siaran juga telah disesuaikan, pada waktu pagi sekitar jam 06.00 WIB hingga jam 07.00 WIB lebih diberitakan lewat radio dalam bentuk *flash news*, yaitu berita cepat yang hanya di sampaikan kurang lebih 1 menit, karena pada posisi itu masyarakat sedang berangkat kerja mengendarai mobil, dan perjalanan bekerja pun tidak mungkin memakan waktu lama, para pendengar juga tidak mungkin betah lama mendengarkan radio, sehingga informasi yang diberikan sifatnya cepat.

Di pagi hari juga penyiar selalu mengabarkan kondisi traffic atau lalu lintas di Jember dan juga perkiraan cuaca kepada masyarakat, karena masyarakat yang berangkat sekolah atau bekerja pasti sangat membutuhkan info tentang kondisi lalu lintas dan perkiraan cuaca sehingga bisa bersiap.

*Kedua*, konten media sosial. Karena saat ini sudah memasuki era serba digital, internet, dan media sosial, K Radio pun seperti yang sudah dipaparkan di analisis, bahwa K Radio telah memasuki hampir seluruh *platform*. Dan ini juga bagian dari

strategi kesesuaian, menyesuaikan medan pasar hari ini, menyesuaikan segmen pasar yang mayoritas adalah milenial hingga gen Z dan mereka lebih paham dan unggul kepada media internet atau penggunaan digital.

Bahkan konten yang disajikan di media sosial juga menyesuaikan selera target konsumen, dan mengikuti kemauan publik, misal ada yang viral maka K Radio akan datangkan, atau ada saran dari masyarakat maka K Radio datangkan. Seperti contoh sedang ramai tentang kesehatan mental, ada banyak kasus bunuh diri dan lain-lain, maka K Radio menyesuaikan peluang itu dengan mengadakan program agenda K Radio Talk membahas psikolog dengan mendatangkan pakar ahli yang menyesuaikan keilmuannya. Atau K radio juga menghadirkan informasi lokal yang sangat dibutuhkan masyarakat, dari mulai berita kebijakan, sampai event yang ada di Jember.



Gambar 1 . Informasi Di Akun Instagram K Radio

#### b) Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*)

Dalam strategi pembentukan kebiasaan adalah memilih dan merencanakan program yang tepat sehingga dapat membentuk kebiasaan untuk terus mengikuti program itu yaitu dengan penyajian jadwal yang teratur sehingga menjadikan *audience* itu dapat setia.

K Radio memiliki program yang beragam dan juga rutin, seperti yang sudah tampilkan di bagian profil K Radio, dimana K Radio mempunyai banyak program acara yang rutin di selenggarakan baik secara siaran radio ataupun digital.

**Tabel 3 . Jadwal Program Spesial Rutin K Radio Jember**

SPECIAL	INSERTION
BTS (Berbagi Tips Sehat) kolaborasi atau kontrak dengan Siloam	Headline News Metro TV
K Radio Talk	Spektrum PRSSNI <u>Jatim</u>
K Radio Star	Jaring Radio
	Bincang Alam
	Sobat <u>Kabbi</u>
	K Radio Talk
	K History
	K Pop
	K Ethnic
	K Psikologi

Sumber : Diperoleh dari data jadwal K Radio Jember 2023

Sebagai contoh, program BTS (Berbagi Tips Sehat) yang mana K Radio melakukan kerja sama atau kolaborasi dengan siloam dalam bentuk program yang rutin setiap minggunya dilaksanakan. Pada program BTS ini tentunya membahas tentang kesehatan, dengan mengundang tenaga kesehatan, dokter sebagai narasumber untuk membahas tema yang sedang diangkat atau ramai dibicarakan atau bisa jadi membahas tentang kesehatan yang unik. Misal apakah benar tidak boleh minum es ketika menstruasi, atau diabetes dan stroke yang sedang mulai banyak dialami pemuda kisaran umur 20 an atau masalah kesehatan lainnya.

Program K-Psikolog dan K Radio Talk juga rutin dalam mingguan ter selenggarakan sesuai jadwalnya. Dan ini tidak hanya jadi program yang disiarkan di radio tapi juga di media sosial. Tidak hanya bisa didengar, tapi juga bisa ditonton secara visual, dalam bentuk podcast. Contoh lagi, K Radio mempunyai program Dakwah Milenial yang berkolaborasi dengan Komunitas Majelis Gaul, dalam bentuk tausiyah podcast, diisi oleh founder Majelis Gaul yaitu Ustadz Hutri yang pembawaannya dalam mengisi kajian rileks santai, tapi tidak keluar dari kaidah-kaidah islam itu sendiri. Dan program ini menjadi respon positif dari banyak kalangan anak muda. Dakwah Milenial ini rutin diadakan ketika hari besar islam atau moment islam sehingga lebih menyenangkan.

c) Strategi Kontrol Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*)

Strategi kontrol arus pendengar merupakan bentuk untuk meningkatkan jumlah *audience*, agar tidak berpindah ke saluran lainnya. Maka dibutuhkan keunikan dari konten atau program yang disajikan, hal ini yang bisa dilakukan administrator dalam hal mengontrol *audience*.

1. K Radio telah dikenal sebagai media yang selalu melaporkan kondisi lalu lintas dan cuaca, sehingga masyarakat selalu mempercayakan kepada K Radio, menanyakan langsung lewat via telepon atau *whatsapp* terkait kondisi cuaca dan lalu lintas. Sehingga ini menjadi ciri khas K Radio atau hal unik, K Radio juga adalah media yang bisa dijadikan tempat menampung aspirasi masyarakat, sebagai penghubung masyarakat ke pemangku kebijakan misalnya kritik kepada bupati sebagai bahan

masuk program, atau informasi kehilangan, lalu lintas macet, karena K Radio sendiri juga memanfaatkan *whatsapp* sebagai strategi juga untuk dekat dan mempertahankan *audience*, yaitu dengan menyapa lewat *story* WA, menanyakan pendapat *audience* dan lain-lain. sehingga *audience* merasa dekat dan sangat butuh dengan K Radio.

2. Cara K Radio melakukan pengontrolan arus pendengar adalah dengan melakukan evaluasi setiap bulannya dan itu benar terjadi rutin dilakukan setiap bulannya, hal ini menjadi bagian dari bahan perbaikan dalam pelaksanaan pada program selanjutnya agar lebih baik.

#### d) Strategi Daya Tarik Massa (*Mass Appeal*)

Strategi daya tarik massa merupakan sebuah acara yang mampu menjangkau luas baik dengan teknis ataupun sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, K Radio telah melakukan daya tarik massa yang sangat luas bahkan skala seluruh dunia. *Pertama* : K Radio tidak hanya melakukan siaran pada radio saja yang hanya bisa dinikmati warga lokal saja, namun K Radio sudah menjangkau ke digital yaitu *live streaming* , yang bisa diakses, didengarkan di seluruh dunia selama punya jaringan internet. begitu pula dengan konten yang ada di media sosial, karena K Radio sudah menjangkau di berbagai *platform* maka otomatis pendengar, penikmat K Radio semakin banyak karena media sosial ranahnya adalah internasional bisa diakses siapa saja. Sebagai contoh, K Radio punya program bincang atau podcast bersama tokoh tidak hanya disiarkan lewat radio saja, tapi juga bisa ditonton secara visual lewat kanal youtube K Radio.

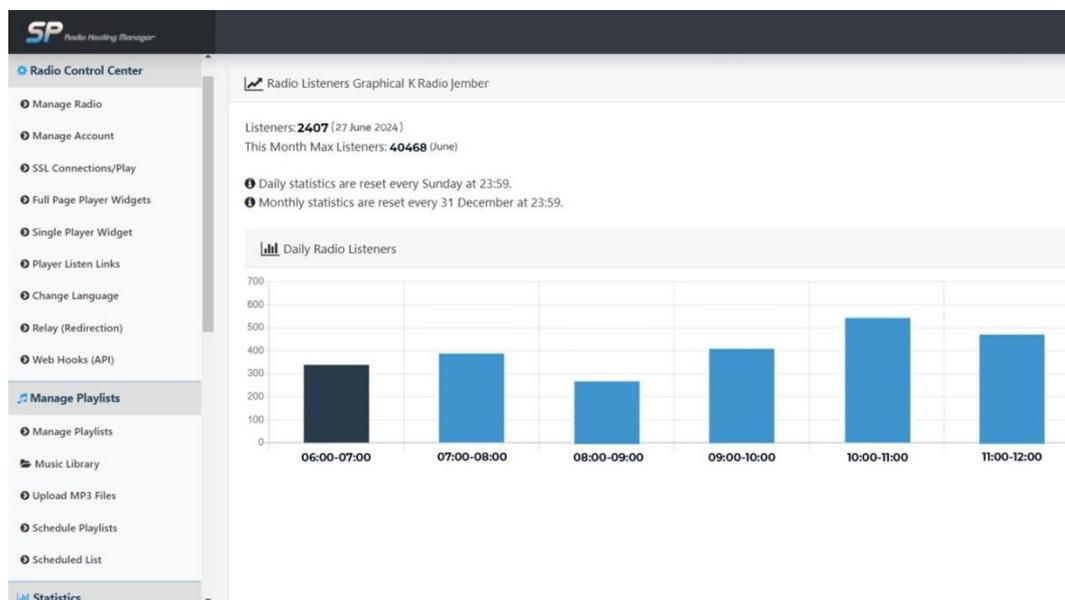
*Kedua*, K Radio memiliki dampak baik kepada masyarakat, seperti yang sudah dijelaskan K Radio sebagai jalan solusi atau aspirasi masyarakat, sehingga kepercayaan itulah yang menjadikan K Radio terus meluas dikenal baik masyarakat. Selain itu K Radio memiliki banyak link dengan berbagai tokoh bekerja sama dengan berbagai instansi, atau komunitas, mulai dari kerja sama membangun *event*, atau kerja sama sebagai pengiklan dan lain-lain. sehingga luasnya massa pada K Radio bisa terbukti dengan melihat *followers* akun media sosial K Radio, yang tidak mengada-ada.

### **Pengaruh Mempertahankan Audience Kepada K Radio Jember Dengan Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital**

Telah ditemukan dari teori komunikasi *stimulus respond* bahwa memang benar adanya, media mempunyai pengaruh terhadap banyak aspek kepada khalayak. Namun juga selain memberikan pengaruh kepada publik, media juga memiliki pengaruh kepada diri mereka sendiri, maka di sini peneliti menemukan temuan bahwa media yang telah melakukan pemanfaatan media digital sebagai bagian mempertahankan *audience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap media tersebut. Berikut penjelasannya :

### 1) *Audience* makin bertambah

Telah di jelaskan pada hasil penelitian, bahwa K Radio mengalami pertambahan pendengar setelah K Radio melakukan digitalisasi yaitu dengan masuk ke hampir seluruh kanal media sosial, yang mana ranah nya adalah internasional, seluruh dunia bisa mengetahui K Radio Karena sudah masuk ke media sosial yang sampai saat ini ramai dikonsumsi khalayak. Dahulu pendengar K Radio hanya sedikit, kemudian setelah tahun 2017 K Radio melakukan digitalisasi barulah pendengar K Radio terus bertambah karena semakin dikenal. Apalagi K Radio sekarang sudah bisa didengarkan lewat *live streaming* tidak hanya siaran radio saja yang jangkauannya hanya lokal tapi sekarang sudah bisa didengarkan di seluruh dunia.



**Gambar 2 .** Jumlah Pendengar K Radio Jember Lewat Perhitungan Live Streaming

### 2) *Audience* / Khalayak semakin percaya pada K Radio

Karena K Radio semakin dikenal masyarakat, bisa dilihat jumlah *audience* K Radio di media sosial masing-masing memiliki rata-rata ribuan pengikut. Dalam data survei yang telah dipaparkan pada data pembahasan bahwa ada setidaknya 40 ribuan pendengar dalam kurun 1 bulan. Jelas ini tidak lain karena K Radio punya hal yang menarik bagi *audience*. Contohnya K Radio dikenal sebagai media yang selalu menyiarkan kondisi lalu lintas di Jember dan cuaca, sehingga K Radio ketika hendak melakukan perjalanan yang diingat adalah K Radio, karena membutuhkan informasi lalu lintas dan cuaca.

K Radio juga sebagai tempat pelaporan barang hilang, karena *sanking* percaya nya kepada K Radio setiap ada korban barang hilang maka langsung itu juga menghubungi K Radio. Atau contoh ketika jalan raya ditemukan macet, *audience* K Radio langsung menelepon untuk melaporkan kondisi atau situasi di jalan raya, kare-

na *audience* tau bahwa K Radio adalah media yang rajin melaporkan kondisi itu dan juga K Radio mempunyai banyak *link* sehingga begitu mendapatkan informasi tersebut maka K Radio menghubungi pihak Satlantas ataupun Dishub. Maka kembali lagi karena yang menghubungi ini K Radio dan sudah dikenal dengan banyak pendengarnya maka pihak sana langsung berangkat karena kalau ditunda akan membawa dampak juga.

### 3) Pengaruh Pendapatan atau *Income*

K Radio sudah masuk di berbagai *platform* sehingga otomatis semakin dikenal lebih luas. Tidak lagi hanya dikonsumsi lokal tapi juga skala *internasional*, maka pasti juga akan berpengaruh kepada *income*. K Radio tidak lagi dapat dari iklan di radio tapi juga lewat lamaran dari biro iklan luar kota bahkan luar pulau. Contoh K Radio sempat mendapatkan iklan dari Jakarta, ternyata sudah seluas itu jangkauan *live streaming* K Radio sehingga bisa menjangkau berbagai posisi khalayak. Tentu media yang sudah banyak pengikutnya, pendengarnya akan memicu pihak lain melakukan iklan atau permintaan *endorse*.

### 4) Menjadi Wadah Aspirasi Masyarakat dan Penghubung

Selain mendapatkan kepercayaan dari *audience*, K Radio juga menjadi ruang aspirasi atau penghubung antar masyarakat dengan pemangku kebijakan atau pihak lainnya. Misalnya masyarakat punya kritik terhadap kondisi Jember tentang banyaknya pedagang kaki lima (PKL) yang mengganggu kelancaran arus lalu lintas, atau memberi masukan kepada kebijakan aparat. Maka dengan hal ini K Radio pun menyampaikan pada pihak terkait, akhirnya pun jadi solusi. Begitupun dengan *problem* lainnya K Radio siap menampung segala pendapat, masukan dan saran untuk berbagai hal. Ini juga jadi strategi K Radio dengan menanyakan pendapat khalayak lewat *story* WA ataupun media sosial lainnya.

## Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan tentang “Strategi K Radio Jember dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Upaya Mempertahankan *Audience* di Era Digital” dapat disimpulkan dengan sebagai berikut :

1. Strategi K Radio dalam pemanfaatan media sosial sebagai upaya mempertahankan *Audience* di Era Digital
  - a. Strategi Kesesuaian (*Compatibility*) yaitu K Radio menyesuaikan dengan segmen pasar atau khalayaknya, dengan menyesuaikan konten yang disajikan, waktu siar, dan menyesuaikan dominan keinginan pasar.
  - b. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habit Formation*), K Radio mempunyai jadwal program rutin mingguan yang bermacam-macam, mulai podcast, siaran lagu, *talk show*, mengundang bintang tamu dan lain-lain.
  - c. Strategi Kontrol Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*). K Radio melakukan evaluasi setiap bulannya untuk perbaikan sehingga selanjutnya akan jauh lebih baik, K Radio juga punya hal yang menarik yaitu K Radio dikenal dengan ciri khasnya yang memiliki konten beragam, berkolaborasi

- dengan berbagai pihak, dan juga K Radio dikenal sebagai media yang selalu menginformasikan kondisi lalu lintas dan cuaca setiap harinya oleh karena itu khalayak terbangun rasa butuhnya karena merasa dilayani.
- d. Strategi Daya Tarik Massa (*Mass Appeal*). *Pertama* : K Radio tidak hanya melakukan siaran pada radio saja yang hanya bisa dinikmati warga lokal saja, namun K Radio sudah menjarah ke digital yaitu *live streaming* , yang bisa di akses, didengarkan di seluruh dunia selama punya jaringan internet. *Kedua*, K Radio memiliki dampak baik kepada masyarakat, seperti yang sudah dijelaskan K Radio sebagai jalan solusi atau aspirasi masyarakat, sehingga kepercayaan itulah yang menjadikan K Radio terus meluas dikenal baik masyarakat.
2. Pengaruh K Radio Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Mempertahankan *Audience*
    - a. *Audience* makin bertambah
    - b. *Audience* / Khalayak semakin percaya pada K Radio
    - c. Pengaruh Pendapatan atau *Income*
    - d. Menjadi Wadah Aspirasi Masyarakat dan Penghubung

### Daftar Pustaka

- Andrean dkk. "Pengguna Media Sosial di Indonesia #19". Diakses pada Desember 2023 di *Indonesia.Baik* pukul 16.55  
<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-mediasosialdiindonesia19#:~:text=Pengguna%20media%20sosial%20terbanyak%20erasal,di%20setiap%20rentang%20kelompok%20usia.>
- Chrisari, dan Royan. "Eksistensi Radio Swasta di Jember". In *Proceedings Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, 2017.
- Cindy Mutia Annur. "Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang Hingga Awal 2023" Diakses pada Desember 2023, di *Databok.katadata* pukul 16.40  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media Group, 2015.
- Friedrichsen, Mike, dan Kamalipour. *Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization*. Berlin : Springer, 2017.
- Grant, and Wilkinson. *Understanding Media Convergence: The State of the Field*, New York : Oxford University Press. Jenkins, 2011.
- Gusti Nyoman A. B. P, "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Vol.

- 9, No. 2, Tahun. 2017.
- Haryanto, Ignatius. *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta : Penerbit Buku Kompas, 2014.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Indonesia, P. R.. "Jumlah pendengar Radio mengalami peningkatan". Diakses Desember, 2023. <https://radioindonesia.co.id/news-detail/jumlah-pendengarradio-mengalami-peningkatan>
- M. Harris, "Era Digital dan Dampak Perkembangan Teknologi yang Pesat!", Diakses 12 Desember, 2023. <https://www.gramedia.com/literasi/era-digital/>
- Morissan. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola Radio & Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana, 2013.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2020.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Prasetyo, Eko Agus. "Strategi Konvergensi Radio Walisongo 95.6 FM Perkalongan Melalui Media Online." Skripsi, UIN Walisongo, 2020.
- RG, "Era Digital Tidak Mampu Matikan Industri Radio", Diakses 20 Desember 2023. <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34982-era-digital-tidak-mampu-matikan-industri-radio>
- Romli, Asep Syamsul. *dasar-dasar siaran radio*. Bandung : Nuansa, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta, 2011.
- Suryawati, Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar: Teori & Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Tresna Rahayu, Kartini Karili, "Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya", *Jurnal Makna*, Vol. 4, No. 1 (Maret 2019)
- Yaqin, Muhammad Nurul. "Strategi Komunikasi Dakwah Radio Suara Akbar 94.6 FM Jember Pada Program Cakrawala." Skripsi, IAIN Jember, 2020.