Jurnal Multidisiplin
E-ISSN: 3063-5047
Website: hhttps://j-educa.org/index.php/educazione/inc
VOLUME 3, ISSUE 2, 2026

MEDIAMORFOSIS RADIO LOKAL : TRANSFORMASI BUDAYA SIARAN ON-AIR MENUJU EKOSISTEM DIGITAL PADA STARADIO TANGERANG

Bintang Maria Claudya[1], Agung Putra Mulyana[2], Ali Imron Hamid[3]
Fakultas Ilmu Komunikasi & Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika,Indonesia

Email : bintangclaudya98@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan mendorong radio lokal untuk beradaptasi dengan media digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi Staradio Tangerang berdasarkan teori Mediamorfosis Roger Fidler yang meliputi koevolusi, konvergensi media, dan kompleksitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan Program Director, Manager Operasional, Penyiar, Music Director, Broadcast Engineer, dan Social Media Admin Staradio Tangerang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koevolusi terlihat dari tetap berlangsungnya siaran FM bersama media digital. Konvergensi media terlihat dari penggunaan Instagram, TikTok, YouTube, live streaming, dan podcast untuk memperluas penyebaran konten dan interaksi dengan audiens. Sementara itu, kompleksitas terlihat dari perubahan pola kerja, bertambahnya tuntutan keterampilan, serta perubahan peran penyiar dalam mengelola konten digital. Transformasi tersebut juga membawa perubahan pada budaya kerja dan identitas profesional pekerja radio. Namun, proses transformasi masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, beban kerja, infrastruktur teknologi, dan belum optimalnya standar kerja. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Staradio Tangerang melakukan transformasi dengan mempertahankan radio FM sekaligus mengembangkan media digital sebagai bagian dari ekosistem media baru.

Kata Kunci: Mediamorfosis, Koevolusi, Konvergensi Media, Kompleksitas, Radio Lokal.

ABSTRACT

The development of digital technology has changed the way people access information and encouraged local radio stations to adapt to digital media. This study aims to analyze the transformation of Staradio Tangerang based on Roger Fidler's Mediamorphosis theory, which includes coevolution, media convergence, and complexity. This study uses a qualitative approach with a constructivist paradigm. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving the Program Director, Operations Manager, Announcer, Music Director, Broadcast Engineer, and Social Media Admin of Staradio Tangerang. The results show that coevolution is reflected in the continued operation of FM radio alongside digital media. Media convergence is reflected in the use of Instagram, TikTok, YouTube, live streaming, and podcasts to expand content distribution and audience interaction. Meanwhile, complexity is reflected in changes in work patterns, increasing skill requirements, and changes in the role of announcers in managing digital content. This transformation has also changed the work culture and professional identity of radio workers. However, the transformation process still faces challenges, including limited human resources, increased workload, technological infrastructure, and the lack of optimal work procedures. This study concludes that Staradio Tangerang is transforming by maintaining FM radio while developing digital media as part of a new media ecosystem.

Keywords: *Mediamorphosis, Coevolution, Media Convergence, Complexity, Local Radio*

PENDAHULUAN

Industri radio di Indonesia saat ini sedang menghadapi tantangan besar akibat perkembangan teknologi digital. Kehadiran berbagai platform streaming seperti Spotify, Apple Podcasts, YouTube Music, serta media sosial berbasis video pendek seperti TikTok dan Instagram telah mengubah pola konsumsi media masyarakat. Perkembangan teknologi digital memungkinkan masyarakat mengakses berbagai bentuk konten audio secara lebih fleksibel melalui internet sehingga radio tidak lagi menjadi satu-satunya pilihan untuk memperoleh hiburan maupun informasi. Kondisi tersebut mendorong terjadinya fragmentasi audiens, yaitu perpindahan khalayak ke berbagai platform digital sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya (Napoli, 2011; Aspar & Anshar, 2024). Sejalan dengan itu, laporan APJII (2024) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus mengalami peningkatan, yang turut memperkuat penggunaan berbagai platform digital sebagai media konsumsi informasi dan hiburan. Berdasarkan laporan Digital 2023 Indonesia yang diterbitkan oleh We Are Social dan DataReportal, penggunaan internet dan berbagai layanan digital di Indonesia terus mengalami peningkatan, sehingga mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi dan hiburan melalui platform digital. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang mendorong media penyiaran, termasuk radio, untuk melakukan transformasi menuju platform digital. Menurut Philip M. Napoli (2011), perkembangan teknologi digital menyebabkan terjadinya audience fragmentation, yaitu kondisi ketika audiens tidak lagi bergantung pada satu jenis media, tetapi berpindah ke berbagai platform sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Fragmentasi audiens ini menjadi tantangan bagi industri radio dalam mempertahankan jumlah pendengar sekaligus menarik pendapatan iklan. Perubahan tersebut memberikan tantangan yang semakin besar bagi industri radio, khususnya radio lokal. Radio yang berada dalam jaringan perusahaan media besar umumnya memiliki sumber daya finansial, infrastruktur teknologi, dan kapasitas organisasi yang lebih memadai untuk mengembangkan strategi konvergensi media. Sebaliknya, radio lokal cenderung menghadapi keterbatasan sumber daya sehingga proses adaptasi terhadap transformasi digital berlangsung lebih kompleks (Rahmadini et al., 2024; Aspar & Anshar, 2024). Di sisi lain, perubahan perilaku audiens yang semakin memanfaatkan berbagai platform digital turut menyebabkan fragmentasi pendengar dan berdampak pada pergeseran belanja iklan dari media penyiaran konvensional ke media digital (Napoli, 2011; Nielsen Indonesia, 2023). Meskipun demikian, radio lokal sebenarnya masih mempunyai keunggulan yang sulit digantikan oleh platform digital global, yaitu kedekatan dengan masyarakat lokal, konten yang relevan dengan daerah sekitar, serta hubungan komunitas yang sudah terbangun sejak lama. Keunggulan tersebut menjadi modal penting agar radio lokal tetap bertahan, asalkan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan digital. Salah satu radio lokal yang sedang melakukan proses transformasi digital adalah Staradio Tangerang. Radio yang berlokasi di Kelapa Indah, Kota Tangerang, Banten ini mulai memperluas siarannya dari radio FM ke berbagai platform digital. Berdasarkan hasil observasi penulis pada September 2025, beberapa langkah transformasi yang telah dilakukan antara lain peluncuran layanan live streaming melalui website resmi sejak awal 2022, siaran langsung melalui TikTok sebanyak 2–3 kali setiap minggu, distribusi konten harian di Instagram melalui Stories, Reels, dan feed, serta pengembangan podcast yang diunggah ke Spotify dan YouTube. Namun, proses transformasi tersebut belum berjalan sepenuhnya optimal. Dari pengamatan di staradio menemukan kendala di lapangan. Dari total 15 karyawan, hanya 7 orang yang fokus mengelola konten digital, sedangkan sisanya masih lebih banyak bekerja pada siaran FM konvensional. Selain itu, jumlah pendengar live streaming di website hanya berkisar 20–30 orang dalam satu waktu, masih jauh dari target perusahaan yang menginginkan minimal 100 pendengar simultan. Tidak hanya itu, beberapa penyiar juga mengeluhkan adanya beban kerja tambahan. Mereka tidak hanya bertugas melakukan siaran radio seperti biasa, tetapi juga dituntut membuat konten untuk TikTok, Instagram, dan podcast tanpa adanya tambahan kompensasi maupun

pelatihan khusus. Di sisi lain, Staradio juga belum memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang jelas mengenai integrasi antara siaran radio konvensional dengan konten digital. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya persoalan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan perubahan budaya kerja di dalam organisasi media. Kondisi ini sejalan dengan konsep delayed adoption yang dikemukakan oleh Roger Fidler, yaitu situasi ketika proses adopsi teknologi baru berjalan lambat karena adanya hambatan sosial, budaya, maupun ekonomi. Dalam kasus Staradio, perubahan teknologi memang sudah dilakukan, tetapi adaptasi sumber daya manusia dan budaya kerjanya belum sepenuhnya mengikuti perubahan tersebut. Perubahan ini juga menimbulkan tantangan baru bagi para pekerja radio. Penyiar yang sebelumnya hanya fokus berbicara kepada pendengar radio kini harus mampu berinteraksi langsung dengan audiens di media sosial dan memahami sistem engagement seperti jumlah like, komentar, dan share. Music director yang sebelumnya melakukan kurasi musik secara manual juga harus menyesuaikan diri dengan dominasi algoritma Spotify dan YouTube Music. Selain itu, program director harus mulai memikirkan strategi konten yang tidak hanya untuk siaran radio, tetapi juga untuk podcast, media sosial, dan platform streaming digital. Akibatnya, identitas profesi pekerja radio pun ikut berubah. Penyiar tidak lagi hanya berperan sebagai announcer, tetapi juga dituntut menjadi content creator, podcast host, social media manager, bahkan community manager dalam waktu yang bersamaan. Hal inilah yang menunjukkan bahwa mediamorfosis tidak hanya berkaitan dengan perkembangan teknologi, tetapi juga perubahan budaya kerja dan identitas profesional di industri radio. Menurut Roger Fidler (1997), konsep mediamorfosis menjelaskan perubahan media sebagai proses evolusi yang dipengaruhi perkembangan teknologi dan lingkungan komunikasi. Namun, penerapan teori ini dalam kajian transformasi radio lokal di Indonesia masih relatif terbatas dan lebih banyak penelitian berfokus pada aspek adaptasi media, strategi manajemen, atau konvergensi digital secara parsial. Dari sisi teori, penelitian ini ingin melihat apakah teori mediamorfosis yang dikembangkan Roger Fidler pada akhir 1997-an masih relevan untuk menjelaskan kondisi radio lokal di Indonesia saat ini. Sementara dari sisi praktis, menjadi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi radio lokal lain yang sedang menjalani proses transformasi digital dengan keterbatasan sumber daya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai dasar dalam memahami fenomena yang diteliti. Paradigma ini dipilih karena penelitian berfokus pada bagaimana para pekerja radio memaknai proses transformasi digital yang terjadi di Staradio Tangerang. Dalam paradigma konstruktivisme, realitas dipahami bukan sebagai sesuatu yang mutlak dan objektif, tetapi dibentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, dan cara individu memaknai suatu peristiwa. Menurut Yvonna S. Lincoln dan Egon G. Guba (1994), paradigma konstruktivisme memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia. Dalam konteks penelitian ini, proses mediamorfosis di Staradio Tangerang tidak dipahami sebagai perubahan teknologi semata, tetapi sebagai pengalaman sosial yang dimaknai secara berbeda oleh Program Director, Penyiar, dan Music Director berdasarkan pengalaman kerja mereka masing-masing. Artinya, setiap informan memiliki pandangan dan pengalaman yang berbeda mengenai transformasi digital yang sedang terjadi. Ada penyiar yang menganggap media sosial sebagai peluang baru untuk lebih dekat dengan audiens, tetapi ada juga yang melihatnya sebagai tambahan beban kerja. Oleh karena itu, penelitian ini tidak mencari satu kebenaran mutlak, melainkan mencoba memahami berbagai perspektif yang muncul dari para informan. Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa cara bertanya, respons terhadap jawaban informan, hingga pengalaman pribadi peneliti dapat memengaruhi proses pengumpulan data. Karena itu, peneliti berusaha menjaga sikap reflektif selama penelitian berlangsung agar data yang diperoleh tetap sesuai dengan pengalaman

asli informan. Selain itu, paradigma konstruktivisme juga menekankan bahwa penelitian tidak sepenuhnya bebas nilai. Menurut Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln (2018), peneliti pasti membawa latar belakang, pengalaman, dan sudut pandang tertentu ke dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki perhatian terhadap perkembangan radio lokal di tengah perubahan media digital, sehingga hal tersebut ikut memengaruhi cara peneliti memahami fenomena mediamorfosis di Staradio Tangerang. Paradigma konstruktivisme dipilih karena dianggap paling sesuai untuk memahami perubahan budaya kerja, identitas profesional, dan pengalaman subjektif pekerja radio yang sedang menghadapi perkembangan media digital.

- **Rancangan Penelitian:** Menggunakan pendekatan Kualitatif menggunakan Paradigma Konstruktivisme
- **Subjek/Partisipan:** Subjek penelitian terdiri atas 15 karyawan hanya 7 orang yang fokus mengelola konten digital, sedangkan sisanya masih lebih banyak bekerja pada siaran FM konvensional.
- **Instrumen Penelitian:** Instrumen pengumpulan data berupa Wawancara yang memenuhi dari jawaban karyawan Staradio Tangerang
- **Teknik Analisis Data:** Data kualitatif dianalisis menggunakan wawancara dan dokumentasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Dan Pembahasan Penelitian

1. Mediamorfosis Staradio Tangerang: Koeksistensi Radio FM dan Media Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi Staradio Tangerang berlangsung melalui proses adaptasi secara bertahap dari media penyiaran konvensional menuju ekosistem media multiplatform. Transformasi tersebut tidak dilakukan dengan meninggalkan siaran FM, tetapi dengan mempertahankan radio konvensional dan mengintegrasikannya dengan berbagai platform digital. Kondisi ini menunjukkan adanya proses coevolution and coexistence sebagaimana dijelaskan oleh Fidler (1997), bahwa media lama dan media baru dapat berkembang secara berdampingan dalam suatu sistem media yang semakin kompleks. Fidler memang menempatkan prinsip koeksistensi dan koevolusi sebagai salah satu prinsip utama dalam menjelaskan perubahan media. Temuan tersebut terlihat dari pernyataan Program Director Staradio Tangerang, Kak Diera, 2026 yang menjelaskan bahwa keberadaan radio FM masih dipertahankan karena memiliki karakter dan segmentasi pendengar tersendiri. Namun, perkembangan teknologi membuat Staradio harus mengikuti perubahan perilaku masyarakat dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Dengan demikian, digitalisasi tidak dipahami sebagai proses menggantikan radio FM, tetapi sebagai strategi untuk memperluas keberadaan Staradio di tengah perubahan lingkungan media. Pandangan tersebut diperkuat oleh Manajer Operasional Staradio Tangerang. Menurut Ibu Indah, 2026 radio masih memiliki karakteristik dan pendengar tersendiri sehingga keberadaan media konvensional tetap perlu dipertahankan. Media digital kemudian berfungsi sebagai pendukung untuk memperluas jangkauan radio dan mengikuti kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi serta hiburan. Temuan ini memperlihatkan bahwa transformasi Staradio berlangsung melalui strategi mempertahankan media lama sekaligus mengembangkan media baru. Proses tersebut juga terlihat dalam pola produksi konten. Berdasarkan hasil wawancara dengan Program Director, materi yang disampaikan dalam ruang siaran tidak hanya didistribusikan melalui frekuensi FM, tetapi juga dapat diteruskan melalui live streaming dan dikembangkan menjadi konten digital. Artinya, satu aktivitas siaran dapat menghasilkan beberapa

bentuk konten yang kemudian disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform. Kondisi ini memperlihatkan bahwa perubahan teknologi telah mengubah cara Staradio memandang sebuah program radio, dari produk yang hanya dikonsumsi ketika siaran berlangsung menjadi materi yang dapat terus dikembangkan setelah siaran selesai. Dengan demikian, proses mediamorfosis Staradio tidak dapat dipahami hanya sebagai perpindahan dari FM menuju internet. Perubahan yang terjadi justru menunjukkan adanya proses evolusi media, yaitu radio mempertahankan karakter utamanya tetapi mengembangkan bentuk distribusi dan interaksi melalui media digital. Hal tersebut sesuai dengan pemikiran Fidler bahwa perkembangan media baru memiliki hubungan dengan bentuk media sebelumnya dan tidak selalu menghasilkan hilangnya media lama secara langsung.

2. Konvergensi Media dan Perubahan Pola Produksi Konten

Selain menunjukkan mediamorfosis, hasil penelitian juga memperlihatkan adanya konvergensi media dalam aktivitas Staradio Tangerang. Konvergensi terlihat melalui penggunaan Instagram, TikTok, YouTube, live streaming, dan podcast yang berjalan berdampingan dengan siaran FM. Program radio yang sebelumnya hanya berbentuk audio kemudian dikembangkan menjadi konten audiovisual dan disesuaikan dengan karakteristik setiap platform. Program Director Staradio, Kak Diera, menjelaskan bahwa penggunaan media sosial bukan dimaksudkan untuk menjadikan Staradio sebagai pesaing content creator, melainkan sebagai sarana memperluas jangkauan program yang sudah dimiliki radio. Media sosial digunakan untuk memperkenalkan program Staradio kepada masyarakat yang sebelumnya mungkin belum mengenal radio tersebut. Pernyataan ini menunjukkan bahwa media digital diposisikan sebagai perpanjangan dari aktivitas radio, bukan sebagai media yang berdiri terpisah dari identitas Staradio. Temuan tersebut memperlihatkan adanya corporate convergence dalam organisasi. Produksi konten digital tidak lagi hanya berpusat pada penyiar atau ruang siaran, tetapi melibatkan beberapa bagian seperti penyiar, produser, tim kreatif, dan Social Media Admin. Setiap bagian perlu berkoordinasi dalam menentukan tema, konsep, bentuk visual, serta cara penyampaian yang sesuai dengan karakter audiens digital. Social Media Admin memiliki posisi penting dalam proses tersebut karena bertanggung jawab terhadap bagaimana materi siaran dikembangkan menjadi konten yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial. Dengan adanya tuntutan tersebut, proses produksi menjadi lebih panjang dibandingkan sistem penyiaran konvensional. Setelah materi disampaikan oleh penyiar, konten dapat direkam, diedit, diberi elemen visual, kemudian dipublikasikan melalui platform yang sesuai. Proses tersebut menunjukkan bahwa konvergensi media telah mengubah sistem kerja organisasi Staradio. Perubahan tersebut juga terlihat dari pengalaman penyiar. Kak Reza mengungkapkan bahwa keberadaan unsur visual menjadi semakin penting dalam mempertahankan eksistensi radio pada kondisi saat ini. Ia menyatakan: “Menurut saya untuk zaman sekarang enggak bisa bertahan karena visual itu sangat penting sih kalau untuk sekarang.” (Kak Reza, 2026) Pernyataan tersebut menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap profesi penyiar. Penyiar tidak lagi hanya dituntut untuk mampu menghasilkan suara dan membangun komunikasi melalui radio, tetapi juga perlu mempertimbangkan aspek visual karena aktivitas siaran dapat didistribusikan melalui platform digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa konvergensi media pada Staradio berlangsung pada dua tingkat sekaligus. Pada tingkat organisasi, terjadi integrasi antara bagian produksi radio dan digital, sedangkan pada tingkat individu terjadi perluasan kompetensi pekerja media. Penyiar dituntut memiliki kemampuan yang lebih beragam agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan produksi konten multiplatform.

3. Perubahan Budaya Organisasi dalam Proses Digitalisasi

Transformasi teknologi juga menghasilkan perubahan pada budaya organisasi Staradio Tangerang. Berdasarkan teori Schein (2010), budaya organisasi dapat dipahami melalui artefak, nilai-nilai yang dianut, dan asumsi dasar yang berkembang di dalam organisasi. Ketiga aspek tersebut dapat ditemukan dalam proses transformasi Staradio. Pada tingkat artefak, perubahan terlihat dari penggunaan kamera, perangkat digital, aplikasi penyuntingan, serta berbagai perangkat pendukung produksi konten. Studio yang sebelumnya terutama berfungsi sebagai ruang produksi audio mulai berkembang menjadi ruang yang juga digunakan untuk produksi visual. Dengan demikian, perubahan

teknologi secara fisik mencerminkan perubahan aktivitas dan kebutuhan kerja di dalam organisasi. Pada tingkat nilai, organisasi mulai memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kreativitas, kemampuan beradaptasi, kolaborasi, dan penguasaan teknologi. Perubahan tersebut terlihat dari bertambahnya tanggung jawab pekerja dalam proses produksi konten. Penyiar, misalnya, tidak hanya berfokus pada penyampaian materi siaran, tetapi juga perlu memahami bagaimana penampilan dan aktivitas mereka dapat menghasilkan materi yang menarik untuk media digital. Perubahan paling mendalam terlihat pada tingkat basic underlying assumptions. Pernyataan Kak Reza mengenai pentingnya visual menunjukkan bahwa terdapat asumsi baru bahwa radio tidak cukup hanya mengandalkan suara untuk mempertahankan relevansinya. Visual menjadi bagian dari identitas media yang perlu diperhatikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital telah memengaruhi cara pekerja Staradio memaknai profesi mereka. Dengan demikian, perubahan budaya organisasi di Staradio bukan hanya terjadi karena adanya perangkat teknologi baru. Teknologi tersebut kemudian memengaruhi kebiasaan kerja, pembagian tugas, nilai profesional, dan cara pekerja memahami identitas radio. Radio yang sebelumnya identik dengan komunikasi audio mulai dipahami sebagai media yang harus mampu hadir dalam format audiovisual dan multiplatform.

4. Perubahan Peran Penyiar dan Identitas Profesional

Salah satu temuan penting penelitian adalah adanya perubahan terhadap peran dan identitas profesional penyiar. Dalam sistem penyiaran konvensional, penyiar memiliki fokus utama pada kemampuan berbicara, membangun suasana, menyampaikan informasi, dan berinteraksi dengan pendengar. Namun, ketika Staradio memasuki ekosistem digital, tuntutan tersebut menjadi lebih luas. Kak Dambron menjelaskan bahwa pola interaksi pendengar telah mengalami perubahan. Jika sebelumnya pendengar lebih banyak menggunakan telepon atau SMS untuk berkomunikasi dengan penyiar, kini interaksi lebih sering dilakukan melalui komentar, pesan langsung, dan fitur live di media sosial. Perubahan tersebut menyebabkan penyiar harus mampu beradaptasi dengan pola komunikasi yang lebih cepat dan interaktif. Interaksi tidak lagi hanya terjadi ketika program radio berlangsung, tetapi dapat berlanjut melalui media sosial. Penyiar kemudian menjadi bagian dari representasi Staradio di berbagai ruang digital. Dalam kondisi tersebut, identitas penyiar mengalami perluasan. Penyiar tetap menjalankan fungsi utama sebagai komunikator radio, tetapi pada saat yang sama juga dituntut memiliki kemampuan sebagai pembuat konten. Mereka perlu memahami kamera, visual, gaya komunikasi media sosial, dan karakteristik audiens digital. Pernyataan Kak Reza mengenai pentingnya visual memperkuat temuan tersebut. Menurutnya, kemampuan radio untuk bertahan pada masa sekarang tidak dapat hanya mengandalkan audio. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pekerja radio mulai melihat kemampuan audiovisual sebagai bagian dari kompetensi profesional. Dengan demikian, transformasi digital menghasilkan proses negosiasi identitas profesional. Penyiar harus mempertahankan kompetensi lama yang menjadi dasar profesinya, tetapi sekaligus mengembangkan kompetensi baru agar sesuai dengan tuntutan media digital.

5. Perubahan Perilaku Audiens dan Ekosistem Media Digital

Transformasi Staradio juga tidak dapat dilepaskan dari perubahan perilaku audiens. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat saat ini memiliki lebih banyak pilihan dalam mengakses informasi dan hiburan. Audiens tidak lagi harus menunggu program radio pada waktu tertentu karena konten dapat diakses melalui media sosial, streaming, maupun platform video dan audio. Program Director menjelaskan bahwa perubahan pola konsumsi media menjadi salah satu alasan Staradio memperluas aktivitasnya ke berbagai platform digital. Audiens sekarang memiliki kebiasaan mengakses konten secara cepat melalui media sosial. Oleh karena itu, Staradio perlu menghadirkan konten yang dapat mengikuti pola konsumsi tersebut. Hal yang sama terlihat dari pengalaman Kak Dambron. Perubahan dari telepon dan SMS menuju komentar, pesan langsung, dan live chat menunjukkan bahwa hubungan antara radio dan pendengar menjadi lebih interaktif. Pendengar tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga dapat memberikan respons secara langsung terhadap konten yang diproduksi Staradio. Dalam perspektif Napoli, perubahan perilaku audiens memiliki konsekuensi terhadap strategi organisasi media. Media harus mampu memahami bagaimana audiens menggunakan berbagai platform, lalu menyesuaikan bentuk konten dengan kebiasaan tersebut.

Dalam konteks Staradio, penggunaan Instagram, TikTok, YouTube, streaming, dan podcast merupakan bentuk adaptasi terhadap fragmentasi audiens. Dengan demikian, kehadiran Staradio di berbagai platform bukan hanya bertujuan memperbanyak kanal distribusi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Media sosial menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan Staradio memperoleh respons secara lebih cepat dan memahami konten yang diminati oleh audiens.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Staradio Tangerang telah mengalami mediamorfosis dari siaran konvensional menuju ekosistem digital dengan tetap mempertahankan frekuensi FM. Proses tersebut terlihat melalui koevolusi, yaitu keberadaan FM dan media digital secara berdampingan; konvergensi media, melalui pemanfaatan Instagram, TikTok, YouTube, live streaming, dan podcast; serta kompleksitas, yang ditandai dengan perubahan pola kerja, tuntutan kompetensi, dan peran penyiar. Transformasi digital juga mengubah budaya organisasi dan identitas profesional penyiar menjadi lebih multiplatform. Namun, proses tersebut masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, beban kerja, infrastruktur, dan standar kerja. Oleh karena itu, Staradio perlu memperkuat kompetensi SDM, SOP produksi digital, serta infrastruktur teknologi agar mampu mempertahankan keberlanjutan radio lokal di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Staradio Tangerang yang diajak kerjasama untuk ikut kontribusi dalam skripsi dan juga jurnal ini. Untuk memberikan beberapa data yang diwawancara

PERNYATAAN

Kontribusi Penulis

Konseptualisasi : Bintang Maria Claudya; Metodologi: Ali Imron Hamid dan Agung Putra Mulyana; Pengumpulan Data: Bintang Maria Claudya; Penulisan Draft Awal: Bintang Maria Claudya

Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga pendanaan publik, komersial, maupun nirlaba.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan terkait penelitian dan publikasi ini.

Pernyataan Penggunaan Ai

untuk penjelasan penggunaan Ai pemeriksaan tata bahasa dan penyuntingan bahasa. dan untuk tanggung jawab atas isi, analisis, interpretasi, dan keputusan ilmiah tetap berada pada penulis.

Persetujuan Etik

Untuk persetujuan Etik di Staradio Tangerang menggunakan Surat resmi dari Universitas Bina Sarana Informatika, untuk meminta izin kepada karyawan untuk siap di wawancarai

Ketersediaan Data

Untuk ketersediaan Data Penulis dan pembaca bisa melihat di Repository ubsi

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., & Ida, R. (2019). The shifting role of the listeners in the mediamorphosis process of culture radio: A case study of Jodhipati 106.1 FM. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 32(3), 123–135.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2023). Survei penetrasi internet Indonesia 2023. Jakarta: APJII.

Aspar, & Anshar, M. (2024). Transformasi radio digital: Tinjauan teknologi, konten dan perilaku khalayak. MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 9(2), 171–180.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Doubleday. Blumer, H. (1954). What is wrong with social theory? American Sociological Review, 19(1), 3–10.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). Remediation: Understanding new media. MIT Press.

Bonini, T., & Sellas, T. (2014). Radio transnazionale: Prospettive e modelli per una radiofonia senza confini. FrancoAngeli.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). Sage Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). The SAGE handbook of qualitative research (5th ed.). Sage Publications.

Edgar H. Schein. (2010). Organizational Culture and Leadership (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.

Fidler, R. (1997). Mediamorphosis: Understanding new media. Pine Forge Press.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research.

Haryanto, I. (2020). Regulasi penyiaran digital di Indonesia: Tantangan dan prospek. Jurnal Komunikasi Indonesia, 9(1), 45–58.

Henry Jenkins, Sam Ford, & Joshua Green. (2013). Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: New York University Press.

Henry Jenkins. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.

Ilham, M., & Indrayani, R. (2025). Will conventional radio survive the digital age? Challenges and strategies for transformation. Journal Communication Spectrum, 15(1), 1 18.
In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), Handbook of qualitative research (pp. 105–117). Sage Publications.
Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press.
John W. Creswell & Cheryl N. Poth. (2018). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.). Sage Publications.
Jossey-Bass. Rachmat Kriyantono. (2020). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Kencana.
Jossey-Bass. Shandy, C. F. E. (2025). Manajemen Radio Swara Kampar 103,8 FM dalam menghadapi tantangan era digital tahun 2025 [Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau].
Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). Interviews: Learning the craft of qualitative research interviewing (2nd ed.). Sage Publications.
Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Sage Publications.
Mahardhika, N. A. (2025). Adaptasi Urban Radio dalam konvergensi media digital [Skripsi, Universitas Pasundan Bandung].
Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldaña. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.
Mulyana, A. P., & Djamzuri, M. I. (2022). Teknologi Tokopedia Play live shooping dalam perspektif ekologi media konvergensi. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan), 6(3). https://doi.org/10.36312/jisip.v6i3.3487
Mulyana, A. P., Irfan, M., & Santoso, A. B. (2020). Dukungan teknologi DTMF sebagai bentuk determinisme teknologi dalam budaya koordinasi. Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 5(4), 68–79.
Napoli, P. M. (2011). Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences. Columbia University Press.
Nielsen Indonesia. (2023). Radio Audience Measurement (RAM) full year report 2023. Nielsen Indonesia.
Nugroho, Y., Putri, D. A., & Lim, M. (2019). Ekonomi politik media penyiaran di Indonesia: Konglomerasi, digitalisasi, dan demokrasi. Centre for Innovation Policy and Governance.
Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 01/P/KPI/03/2012 tentang Pedoman Perilaku Penyiaran.
Peter L. Berger & Thomas Luckmann. (1966). The Social Construction of Reality. New York: Anchor Books.
Philip M. Napoli. (2011). Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University Press.
Prayudi, & Narayana, I. W. (2020). Perubahan identitas profesional jurnalis radio di era digital. Jurnal Studi Jurnalistik, 2(2), 111–125.
Putry, A. A. (2024). Manajemen program siaran Radio Shelter 95,3 FM Cirebon dalam mempertahankan eksistensi di era digitalisasi [Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon].
Rachman, F. (2022). Perubahan praktik profesional penyiar radio di Yogyakarta dalam konteks digitalisasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 20(1), 77–92.

Rahmadini, R., Putri, S., Arifah, A., & Kusuma, R. A. (2024). Manajemen radio lokal dalam mempertahankan eksistensi di era digital (Studi kasus manajemen stasiun radio di Bangka). MEDIOVA: Journal of Islamic Media Studies, 4(1), 1–24.

Roger Fidler. (1997). Mediamorphosis: Understanding New Media. Thousand Oaks: Sage Publications.

Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership (4th ed.).

Sharan B. Merriam & Elizabeth J. Tisdell. (2016). Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation (4th ed.).

Situmorang, H. (2018). Transformasi radio digital di Thailand dan Singapura: Perbandingan kebijakan dan implementasi. Jurnal Penyiaran dan Komunikasi, 3(2), 99–115.

Spotify for Podcasters. (2023). Spotify annual listener report: Southeast Asia region 2023. Spotify.

Steinar Kvale & Svend Brinkmann. (2015). InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing (3rd ed.). Sage Publications.

Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. Nielsen. (2023). Radio Audience Measurement Indonesia Report.

Sulasih. (2025). Konvergensi media Radio Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Swara Kampar 103,8 FM di era digital [Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau].

Syaibani, M. (2021). Adopsi teknologi digital oleh radio-radio di Jakarta: Studi survei. Jurnal Teknologi dan Komunikasi, 7(1), 23–38.

Turow, J. (2011). Media today: An introduction to mass communication (4th ed.). Routledge.

Yani, A., & Sjuchro, D. W. (2025). Local content on the world wide web: Maintaining radio as an information channel by the local government. Cakrawala: Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(1), 55–70.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Sage Publications.

Yvonna S. Lincoln & Egon G. Guba. (1985). Naturalistic Inquiry. Sage Publications.