
Perkembangan Komunikasi Radio di Era Digital: Tinjauan Literatur yang Sistematis

Harlita Nindhasari¹, Harliantara², Nurannafi FSM³, Zulaikha⁴, Didik Sugeng W.⁵

^{1,2,3,4,5} Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, Indonesia

Email: ¹*harlitanindhasari@gmail.com, ²harliantara@unitomo.ac.id, ³nurannafi@unitomo.ac.id,

⁴zulaikha@unitomo.ac.id, ⁵didik.sugeng@unitomo.ac.id

Abstract

This study aims to comprehensively investigate the evolution and development of digital media in the context of broadcast radio communication. The main focus is directed toward the transition from analog radio broadcasting systems to digital and internet protocol (IP)-based platforms, which, while offering high efficiency, still present unique challenges for this century-old medium. The primary issue discussed is how the radio industry maintains its relevance, expands its reach, and monetizes content within an evolving and increasingly fragmented media landscape. By using a Systematic Literature Review (SLR) of 25 primary studies published in the past decade, this research explores shifts in audience consumption patterns, innovations in business models, and the ways technology is implemented. The results show that Media Convergence and Uses and Gratifications Theory are highly significant in understanding the radio adaptation process. Key strategies include utilizing podcasting as an on-demand strategy and integrating social media to enhance storytelling and transmedia communication. These conclusions indicate how radio broadcasting has transformed from a linear pathway into an interactive, multi-channel symphony. This study makes an important contribution to the academic world by exploring both the theoretical and practical aspects of radio communication in the context of convergence, while also offering valuable guidance for policymakers and media professionals.

Keywords: Digital Radio, Media Convergence, Podcasting, Systematic Literature Review, Broadcast Communication, Uses and Gratifications

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki secara menyeluruh evolusi dan perkembangan media digital dalam konteks komunikasi nirkabel siaran. Fokus utama diarahkan pada transisi dari sistem penyiaran radio analog ke platform berbasis digital dan protokol internet (IP), yang meskipun menawarkan efisiensi tinggi, masih menghadirkan tantangan unik bagi media yang telah berusia seabad ini. Permasalahan utama yang dibahas adalah bagaimana industri radio mempertahankan relevansinya, memperluas jangkauan, dan memonetisasi konten di dalam lanskap media yang terus berkembang dan semakin terfragmentasi. Dengan menggunakan Systematic Literature Review (SLR) terhadap 25 studi utama yang dipublikasikan dalam satu dekade terakhir, penelitian ini mengeksplorasi pergeseran pola konsumsi audiens, inovasi dalam model bisnis, dan cara implementasi teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konvergensi Media dan

Teori Uses and Gratifications sangat penting dalam memahami proses adaptasi radio. Strategi utama meliputi pemanfaatan podcasting sebagai strategi on-demand dan integrasi media sosial untuk meningkatkan storytelling dan komunikasi transmedia. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa siaran radio telah bertransformasi dari transmisi linier menjadi simfoni interaktif multi-saluran. Studi ini mengeksplorasi komunikasi radio dalam konteks konvergen dari perspektif teoretis dan praktis, memberikan kontribusi signifikan bagi dunia akademis. Studi ini juga memberikan saran berharga bagi para pembuat kebijakan dan profesional media.

Kata kunci: Radio Digital, Konvergensi Media, Podcasting, *Systematic Literature Review*, Komunikasi Penyiaran, *Uses and Gratifications*

PENDAHULUAN

Radio siaran secara tradisional merupakan sumber informasi dan hiburan yang penting, media ini dibedakan oleh sifat personal dan portabilitasnya. Tetapi, dalam milenium ini, pengenalan internet berkecepatan tinggi dan perangkat seluler telah meningkatkan daya saing radio.

One of the most important things about the digital age is the Jenkins (2004) phenomenon of media convergence, which shows the shift from traditional media to new media. Saat ini, audiens memiliki akses tak terbatas ke konten digital, yang menyebabkan fragmentasi base audiens. Layanan streaming musik seperti Spotify dan Joox, serta platform podcast seperti Apple Podcasts dan Google Podcasts, secara langsung menantang dominasi radio konvensional dalam hal akses dan kustomisasi konten. Dan telah menempatkan radio dalam tekanan kompetitif yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Keunggulan platform streaming berbasis algoritma terletak pada kemampuannya melakukan kurasi otomatis berdasarkan perilaku masa lalu pengguna. Namun, hal ini menciptakan fenomena *filter bubble*, di mana audiens hanya terpapar pada jenis musik atau informasi yang serupa secara terus-menerus. Di sinilah radio siaran memiliki nilai tawar yang unik melalui fungsi 'kurasi manusia' (*human curation*). Penyiar radio tidak hanya berfungsi sebagai pemutar lagu, tetapi juga sebagai teman bicara (*companion*) yang memberikan konteks, emosi, dan kejutan informasi yang tidak dimiliki oleh algoritma dingin. Selain itu, radio tetap menjadi instrumen krusial dalam komunikasi krisis dan bencana. Ketika jaringan internet mengalami gangguan, infrastruktur transmisi radio analog sering kali menjadi satu-satunya jalur informasi yang tetap bertahan, menunjukkan bahwa urgensi digitalisasi tidak boleh sepenuhnya menghapus fondasi transmisi tradisional yang telah teruji resiliensinya selama lebih dari satu abad. Pergeseran audiens berdampak langsung pada model bisnis berbasis iklan tradisional radio. Selain itu, transisi regulasi dari penyiaran analog ke digital (misalnya, DAB/DAB+ di beberapa negara) menciptakan tantangan infrastruktur dan investasi. Radio harus berjuang menemukan cara untuk mempertahankan pendapatan iklan sambil berinvestasi dalam teknologi digital yang mahal.

Keunggulan platform streaming berbasis algoritma menawarkan kustomisasi tanpa batas, namun hal ini juga menciptakan fenomena filter bubble, di mana audiens hanya terpapar pada jenis konten yang serupa secara berulang. Di sinilah radio siaran digital memperoleh keunggulan kompetitif melalui fungsi 'kurasi manusia'. Berbeda dengan algoritma mekanis, penyiar radio berfungsi sebagai kurator sosial yang menyediakan konteks emosional, kejutan informasi, dan pengalaman kebersamaan yang autentik. Lebih lanjut, radio tetap menjadi alat penting dalam komunikasi krisis dan bencana. Dalam keadaan darurat di mana infrastruktur internet sering terganggu atau kelebihan beban, sistem transmisi radio (baik analog maupun digital terrestrial) menunjukkan ketahanan yang lebih

superior. Oleh karena itu, digitalisasi radio harus dipahami bukan sekadar sebagai migrasi teknologi, melainkan sebagai upaya untuk memperkuat fungsi pelayanan publik di tengah kerentanan ekosistem informasi digital yang semakin kompleks dan terfragmentasi. Sebaliknya, dunia digital juga menghadirkan peluang bagi radio untuk berinovasi. Pemanfaatan media sosial memfasilitasi interaksi real-time yang lebih kaya, sementara podcasting memungkinkan radio memperluas arsip kontennya ke dalam format sesuai permintaan. Adaptasi ini memerlukan transformasi keterampilan para penyiar dan produser, yang kini harus berfungsi sebagai pendongeng lintas platform. Walaupun banyak penelitian sudah mengkaji aspek-aspek tertentu dari digitalisasi media, analisis komprehensif yang menyintesis evolusi komunikasi radio dalam dekade terakhir masih sangat jarang. Kebutuhan akan sebuah Systematic Literature Review (SLR) mengenai topik ini menjadi sangat mendesak, terutama mengingat ledakan platform on-demand pasca pandemi COVID-19 yang telah mengubah perilaku audiens secara permanen. Percepatan digital selama pembatasan sosial telah menciptakan titik kejenuhan baru dalam konsumsi media, memaksa industri radio untuk segera mengubah strateginya. Tanpa adanya tinjauan sistematis terhadap tren teknologi dan pergeseran pola konsumsi ini, akademisi dan praktisi berisiko kehilangan arah dalam memetakan masa depan radio di tengah ekosistem yang semakin terfragmentasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan Tinjauan Pustaka sistematis dengan tujuan: 1) membahas penerapan teori komunikasi dalam adaptasi radio digital, dan 2) mengidentifikasi tren utama dalam evolusi konten serta konsumsi audiens pada platform radio digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Ide utama yang mendasari penelitian ini adalah Teori Konvergensi Media dari Henry Jenkins (2004). Konvergensi tidak hanya bergantung pada kesamaan teknologi, tetapi juga pada konten yang dibagikan di berbagai platform serta perilaku migrasi audiens. Bagi radio, konvergensi diwujudkan melalui transmisi simultan antara siaran gelombang udara (*terrestrial*), *streaming* internet, studio visual di YouTube, dan aktivitas interaktif di media sosial. Di sini, batas antara media lama dan baru menjadi kabur, menciptakan ekosistem komunikasi yang saling terhubung.

Sintesis Konvergensi dan Gratifikasi

Patut dicatat bahwa konvergensi teknologi di tingkat industri secara langsung mengubah cara audiens mencari kepuasan media. Di sinilah teori penggunaan dan kepuasan berperan. Seiring infrastruktur penyiaran menyatu ke ranah digital, audiens bukan lagi pendengar pasif tetapi agen aktif yang memilih media untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Perubahan teknologi (konvergensi) telah memunculkan kebutuhan kepuasan baru; di masa lalu, orang mendengarkan radio hanya untuk "hiburan latar belakang," tetapi sekarang, audiens menuntut "kontrol," "personalisasi," dan "informasi mendalam," yang hanya dapat disediakan oleh platform digital (Levy dkk., 2016). Dengan kata lain, konvergensi menyediakan alat, dan kebutuhan kepuasan audiens menentukan platform mana yang bertahan. Lebih lanjut, integrasi antara konvergensi dan kebutuhan kepuasan ini mengarah pada interaksi quasi-sosial yang lebih dalam. Dalam teori penggunaan dan kepuasan tradisional, pendengar berupaya terhubung dengan penyiar; di era konvergensi, koneksi ini diperkuat oleh teori kehadiran sosial. Dampak sosial ini meluas dari sekadar suara siaran radio hingga ke cuplikan di balik layar yang dibagikan di platform seperti Instagram Stories atau YouTube Live. Pendengar masa kini menginginkan "keterlibatan"; mereka tidak hanya ingin mendengarkan program, tetapi juga mencari perhatian dan pengakuan dalam komunitas penyiaran. Konvergensi media memungkinkan radio menawarkan ruang partisipasi melalui kolom komentar, pemungutan suara langsung, dan

pesan instan, sehingga mengubah loyalitas pendengar menjadi loyalitas komunitas. Pergeseran ini menunjukkan bahwa radio digital tidak hanya mengubah media transmisi, tetapi juga membawa transformasi mendasar dalam kontrak sosial antara penyiar dan pendengarnya.

Redefinisi Podcasting: Antara Teknologi dan Budaya

Selain konvergensi, menganalisis tingkat interaksi dengan menggunakan teori interaksi kuasi-sosial juga sangat penting. Teori ini menjelaskan bagaimana audiens membangun hubungan psikologis satu arah dengan tokoh media (penyiar dalam hal ini). Di era digital, interaksi kuasi-sosial ini diperkuat melalui kehadiran sosial lintas platform. Sebelumnya, hubungan ini hanya dapat dibangun melalui suara; sekarang, konvergensi media memungkinkan audiens untuk "mengamati" kehidupan penyiar melalui Instagram Stories atau siaran langsung YouTube, menghasilkan rasa keintiman yang lebih dalam. Hal ini menggeser loyalitas audiens dari sekadar loyal pada frekuensi radio tertentu menjadi loyal pada kepribadian atau komunitas yang dibentuk oleh stasiun tersebut. Dari perspektif penggunaan dan kepuasan, kepuasan yang dicari oleh audiens modern telah bergeser dari hiburan latar belakang sederhana (pengawasan) ke pencarian pengakuan sosial dan partisipasi komunitas (utilitas sosial). Pergeseran ini menuntut industri penyiaran untuk berperan tidak hanya sebagai penyedia konten audio, tetapi juga sebagai pengelola komunitas digital yang dinamis. Podcast menjadi manifestasi paling menonjol dari evolusi ini dalam memahami pergeseran menuju pola konsumsi sesuai permintaan. Namun, studi ini membagi podcast menjadi dua dimensi. Podcast adalah teknologi distribusi audio asinkron yang menawarkan fleksibilitas tinggi dalam hal durasi dan materi pokok (Berry, 2015). Dari sudut pandang budaya, podcast mencerminkan gaya hidup konsumen modern yang mengutamakan keintiman dan konten yang disesuaikan. Tidak seperti program radio tradisional yang hilang setelah didengarkan sekali, podcast membuat arsip permanen. Ini memberi penulis kesempatan untuk membangun koneksi emosional yang lebih dalam dengan konten. Hal ini akan berdampak pada rencana menghasilkan uang jangka panjang dan model bisnis hibrida.

Narasi dan interaksi lintas media

Untuk melindungi ekosistem digital, pengumuman ini disampaikan melalui sejumlah media. (Walmsley, 2016). Strategi multi-platform ini memungkinkan orang untuk terlibat dalam dialog dua arah di media sosial, mengubah komunikasi satu arah menjadi dialog dua arah yang lebih demokratis. (Doyle, 2010). Media sosial tidak hanya melengkapi media tradisional, tetapi juga berfungsi sebagai alat penting untuk membangun jaringan.

Kehadiran Sosial (*Social Presence*)

Hal ini memungkinkan pengumpulan data audiens secara real-time, menjadikan pengalaman lebih personal dan menarik (Dodds et al., 2023; Liu et al., 2025). Interaksi ini memainkan peran penting dalam membangun komunitas yang setia, yang merupakan aset berharga bagi industri radio untuk bersaing di era digital.

METODE

Paradigma Penelitian dan Justifikasi

Penelitian ini mengembangkan paradigma pasca-empiris untuk mencapai tujuan yang diperoleh melalui riset dan interpretasi. Metodologi yang diterapkan dalam systematic literature reviews (SLR) menciptakan jalur yang ketat dan transparan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menguji relevansi metode yang digunakan, menunjukkan bahwa bias dapat diminimalkan dengan menggunakan metode konvensional. (Baruch & Gibbs, 2007).

Tinjauan sistematis ini mengikuti pedoman PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses). Pencarian literatur dilakukan di basis data ilmiah utama, termasuk Scopus, Web of Science, dan Google Scholar. Untuk menjaga agar data tetap sesuai dengan perkembangan teknologi yang pesat, periode rilis dibatasi pada dekade terakhir (2015-2025). Periode ini dipilih karena mencakup fase-fase kunci, seperti perkembangan pesat platform on-demand, penggunaan media sosial yang meluas oleh stasiun radio, dan digitalisasi yang dipercepat di era pasca-pandemi.

Teknik Pengumpulan Data dan Kriteria Seleksi

Kata kunci utama yang digunakan adalah: ("Radio Digital" OR "Digital Broadcasting" OR "DAB") AND ("Media Convergence" OR "Podcasting") AND ("Media Adaptation" OR "Digital Audience"). Penelusuran awal mengidentifikasi 1.500 studi pendahuluan.

Kriteria inklusi meliputi:

1. Publikasi dalam jurnal atau prosiding konferensi terkemuka yang membahas digitalisasi komunikasi radio.
2. Menggunakan bahasa Inggris atau Indonesia.
3. Fokus pada pengaruh digitalisasi terhadap teknologi, konten, dan audiens.

Kriteria pengecualian mencakup penelitian tentang radio amatir atau militer, artikel opini tanpa metodologi yang jelas, serta publikasi yang berada di luar rentang waktu 2015-2025. Setelah menyaring judul dan abstrak, sebanyak 150 studi dipilih untuk analisis teks lengkap.

Kualifikasi Studi Primer

Dari 150 studi, diterapkan proses seleksi yang ketat untuk mengidentifikasi 25 studi utama yang akan menjadi referensi utama. Penurunan jumlah ini didasarkan pada evaluasi kualitas yang meliputi:

1. Relevansi Tematik: Penelitian harus memberikan kontribusi langsung pada model bisnis atau teori komunikasi radio digital, bukan sekadar membahas teknologi secara umum.
2. Rigiditas Metodologi: Hanya studi dengan metodologi yang terdokumentasi dengan baik (seperti hasil wawancara mendalam atau data survei yang valid) yang dipilih.
3. Kebaruan Temuan: Prioritas diberikan pada studi yang menawarkan perspektif baru mengenai konvergensi pasca-2020 untuk memastikan hasil SLR mencerminkan kondisi industri terkini.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan menggunakan matriks yang mencakup: penulis, tahun, negara, metode, dan temuan kunci. Teknik analisis yang digunakan adalah Sintesis Tematik (Krippendorff, 2019), di mana temuan dikelompokkan ke dalam kategori: a) Pergeseran Teknologi, b) Inovasi Konten, c) Perubahan Konsumsi Audiens, dan d) Model Bisnis Hibrida.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian (Sintesis Temuan Kunci)

Proses seleksi ketat berdasarkan protokol PRISMA menghasilkan 25 studi primer yang diperiksa secara mendalam. Rincian spesifik dari studi-studi ini termasuk metode yang digunakan, fokus tematik, serta kontribusi teoretisnya disajikan dalam Tabel 1. Matriks ini berfungsi sebagai dasar pemetaan tren komunikasi radio digital selama satu dekade terakhir.

Tabel 1. Matriks Sintesis Studi Primer (10 dari 25 Entri)

No.	Penulis & Tahun	Konteks/ Fokus Utama	Metode Penelitian	Teori Utama	Temuan Kunci Terkait Komunikasi Radio Digital
1.		Konvergensi Media dan Budaya	Konseptual / Analisis Literatur	Konvergensi Media	Konvergensi adalah pergeseran budaya partisipatif audiens, bukan hanya merger teknologi.
2.		Peran Media Massa Tradisional	Konseptual / Literatur	Teori Komunikasi Massa	Sebagai media tradisional, radio perlu menjaga integritasnya dalam hal aksesibilitas sekaligus beradaptasi dan berkembang.
3.		Radio dan Generasi <i>Streaming</i>	Kuantitatif (Survei)	Uses & Gratifications (U&G)	Peralihan dari pendengar muda ke layanan on-demand dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kontrol, namun kesetiaan terhadap siaran radio tetap kuat.
4.		Radio Model di Era Digital	Kualitatif (Wawancara)	Ekonomi Politik Media	Podcasting adalah cara baik untuk mengembangkan konten tradisional, tetapi hal ini memerlukan penjual dalam periklanan malay.
5.		Motivasi Mendengar Radio & Streaming	Kuantitatif (Survei)	Uses & Gratifications (U&G)	Radio tetap unggul dalam menyajikan persahabatan dan informasi lokal secara langsung, sementara streaming lebih menonjol dalam hal personalisasi musik.
6.)	Tantangan Siaran Digital- Only	Kualitatif (Wawancara Produser)	Regulasi Penyiaran	Terkait biaya terkait peralatan DAB/DAB+ telah menjadi tantangan bagi stasiun radio, yang membantu mereka beralih ke streaming IP sekarang.
7.		Peran Media Sosial Radio Komunitas	Analisis Isi / Kualitatif	Social Presence Theory	Media sosial memfasilitasi pengenalan penyiar, mengtransformasi komunikasi menjadi dialog interaktif, dan memperkuat komunitas lokal.

8.	Strategi Konten Podcast	Analisis Isi	Transmedia Storytelling	Konten podcast dari radio berhasil apabila berfokus pada format naratif yang mendalam dan berbeda dari siaran linier.
9.	Layanan Penyiaran Publik (PSB) Digital	Analisis Kebijakan	Ekonomi Politik Media	Konvergensi menantang misi PSB; PSB harus memastikan akses digital tidak menciptakan kesenjangan digital.
10.	Transformasi Iklan Radio	Kuantitatif / Analisis Data	Model Bisnis Digital	Pendapatan iklan beralih dari <i>spot</i> tradisional ke <i>programmatic</i> dan <i>branded content</i> pada platform <i>streaming</i> dan <i>podcast</i> .

Secara keseluruhan, data dalam matriks tersebut menunjukkan bahwa 60% dari studi menggunakan metodologi kualitatif (seperti wawancara mendalam dengan praktisi radio). Hal ini mengindikasikan bahwa perhatian akademis saat ini lebih banyak tertuju pada aspek pengalaman audiens dan transformasi strategi manajerial, daripada sekadar pengukuran kuantitas jangkauan siaran. Selain itu, terlihat pergeseran fokus rujukan dari sekadar teknologi siaran (DAB) menuju ekosistem berbasis protokol internet (IP) dan *podcasting* sejak tahun 2020.

Analisis Tematik dan Pembahasan

Berdasarkan Tabel 1, temuan dikelompokkan menjadi empat kategori utama:

1. Pergeseran Teknologi dan Infrastruktur

Industri radio menghadapi dilema antara investasi infrastruktur DAB/DAB+ yang mahal dengan fleksibilitas protokol internet (IP). Biaya peralatan yang tinggi seringkali menjadi hambatan utama, namun percepatan adopsi streaming IP menjadi solusi yang lebih pragmatis untuk mencapai aksesibilitas yang lebih luas (Velez & Breen, 2019).

2. Inovasi Konten dan Budaya Podcast

Konsolidasi podcast adalah perkembangan yang paling menonjol. Sebaliknya dengan baris-baris tersaring pada kalimat sebelumnya, *podcasting* berhasil karena mampu memunculkan perasaan yang mendalam dan personal. Ini bukan sekadar perubahan dalam teknologi distribusi. Ini adalah perubahan menuju budaya konsumsi yang lebih spesifik. Audiens ingin mengatur waktu dan konten mereka sendiri. (Brinson & Lemon, 2023).

3. Perubahan Konsumsi dan Kehadiran

Pendengar kini berhasil menjadi partisipan aktif dari penerima pasif. Platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter tidak hanya berfungsi untuk promosi, tetapi juga untuk membangun kehadiran sosial. Melalui interaksi langsung, platform ini dapat membangun komunitas yang loyal, yang sangat krusial bagi penyiaran untuk mempertahankan pengaruhnya di tengah kemajuan pesat media. (O'Malley, 2020).

4. Monetisasi dan Model Bisnis Hibrida

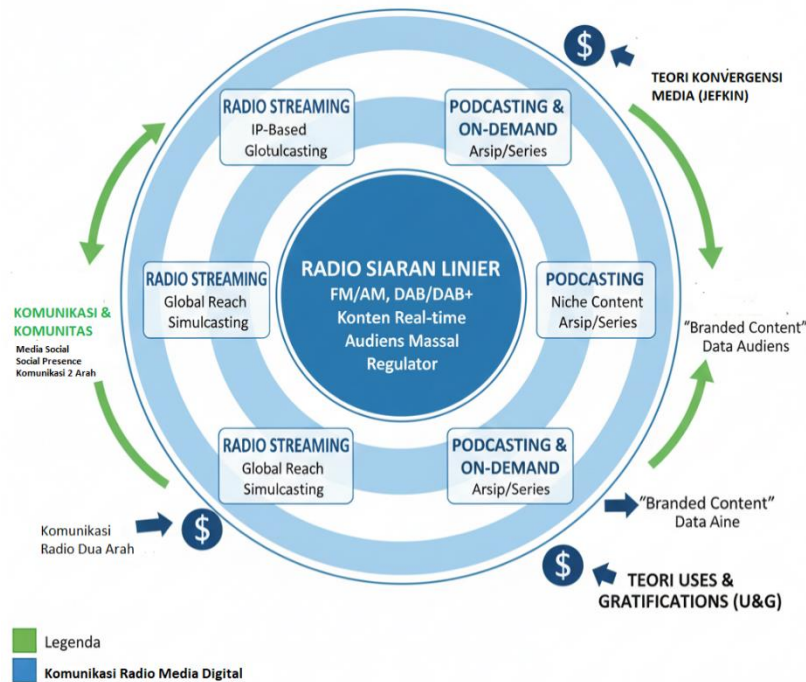
Currently, the business model of radio stations is increasingly shifting towards a hybrid approach. Ada beberapa pendapatan tidak hanya berdasarkan slot iklan tradisional. Ada juga iklan terprogram, konten bermerek, dan sponsor di platform digital. Pertumbuhan pesat iklan digital pasca pandemi telah mendorong stasiun radio untuk memanfaatkan analitik data audiens guna memastikan transparansi dan efektivitas iklan mereka. (Linde et al. (2023); Fernandes et al. (2024)). Pada titik ini, cara uang berpindah tangan dalam strategi bisnis hibrida sangat bergantung pada konsep datafikasi. Stasiun radio digital mulai memanfaatkan *first-party data* yang dikumpulkan melalui aplikasi seluler dan interaksi media sosial untuk menciptakan profil audiens yang sangat granular. Seperti yang ditekankan dalam studi terkini, periklanan radio telah bertransformasi dari model penyiaran yang menjangkau audiens luas menjadi penyiaran terfokus yang menargetkan pendengar spesifik melalui podcast ceruk. Penggunaan Programmatic Advertising dalam audio digital memungkinkan iklan disisipkan secara otomatis berdasarkan lokasi, usia, dan minat pendengar saat mereka melakukan streaming. Tantangan terbesarnya terletak pada transparansi metrik; industri memerlukan standarisasi pengukuran yang menggabungkan angka *rating* tradisional dengan metrik digital seperti *download*, *play-through rates*, dan *social engagement*. Keberhasilan transisi ini akan menentukan kemampuan radio untuk bersaing memperebutkan anggaran iklan yang kini didominasi oleh raksasa teknologi global. Dinamika monetisasi dalam model bisnis hibrida kini sangat bergantung pada proses datafikasi audiens. Stasiun radio digital mulai memanfaatkan *first-party data* yang dikumpulkan melalui aplikasi streaming seluler dan interaksi media sosial untuk menciptakan profil demografis yang lebih presisi. Sebagaimana ditekankan dalam studi terbaru oleh Fernandes et al. (2024), periklanan radio telah berevolusi dari model *broadcasting* (menjangkau massa luas secara acak) menjadi *narrowcasting* (menjangkau target spesifik melalui konten ceruk). Penggunaan *Programmatic Advertising* dalam audio digital memungkinkan iklan disisipkan secara otomatis berdasarkan lokasi, usia, dan minat pendengar secara *real-time*. Namun, tantangan terbesarnya adalah standarisasi metrik pengukuran; industri saat ini masih berjuang untuk menggabungkan angka *rating* tradisional dengan metrik digital seperti *download rates* dan *play-through rates*. Keberhasilan transisi bisnis ini pada akhirnya akan ditentukan oleh kemampuan stasiun radio untuk memberikan transparansi data kepada pengiklan, sambil mempertahankan kepercayaan audiens terhadap privasi data mereka di tengah persaingan ketat dengan raksasa teknologi global.

Sintesis Teoretis

Temuan ini dengan kuat mendukung Teori Konvergensi Media (Jenkins, 2004). Radio tidak mati; ia berinkarnasi dalam berbagai saluran digital di mana konten audio dapat diubah menjadi teks maupun visual. Di sisi lain, dominasi layanan on-demand membuktikan relevansi Teori Uses and Gratifications. Audiens aktif mencari kepuasan melalui kontrol dan personalisasi yang tidak dapat diberikan oleh format penyiaran tradisional. Radio yang sukses adalah yang mampu memproduksi konten yang melayani kebutuhan spesifik ini melalui strategi *transmedia storytelling* yang autentik (Richter et al., 2025).

Model Komunikasi Siaran Radio Konvergensi (M-KSRK)

Berdasarkan sintesis dari 25 studi, penelitian ini mengusulkan Model Komunikasi Siaran Radio Konvergensi (M-KSRK).



Gambar 1. Model Komunikasi Siaran Radio Konvergensi (M-KSRK)).
Sumber: Olahan Peneliti

Model ini menunjukkan bagaimana gelombang radio dapat berpindah dari media linier ke ekosistem interaktif multi-platform. Menggunakan lapisan konvergensi (Streaming & Podcast) yang menggunakan jalur IP untuk jangkauan global, ini tetap terkait pada siaran linier (FM/AM/DAB). Kekuatan utama M-KSRK terletak pada Lingkaran Umpan Balik (*Feedback Loop*), di mana interaksi audiens melalui media sosial menjadi data berharga untuk pengembangan konten dan strategi monetisasi hibrida.

Dalam model M-KSRK, komponen Blue Layer menggambarkan stabilitas infrastruktur yang harus dijaga. Meskipun digitalisasi berkembang pesat, siaran linier tetap berfungsi sebagai 'jangkar' untuk kredibilitas informasi. Sementara itu, Green Ring atau Lingkaran Umpan Balik berperan sebagai mesin utama yang mendorong adaptasi radio di era konvergensi. Di sini, baik berita maupun pemasaran sepenuhnya memanfaatkan data. Setiap interaksi audiens di media sosial diterjemahkan menjadi data yang memandu produksi program. Hal ini menggeser model distribusi dari atas ke bawah (radio ke pendengar) ke pendekatan siklik (pembuatan konten partisipatif audiens). Efek kumulatif dari Protokol Internet (IP) memberikan penyiaran "ekor panjang". Konten lama dalam arsip podcast masih memiliki nilai ekonomi (konten abadi), sesuatu yang tidak dimiliki oleh penyiaran analog tradisional.

Implikasi Praktis bagi Manajemen Radio

Hasil dari SLR ini memberikan panduan bagi manajer stasiun radio untuk menghadapi gangguan digital. Pertama, perlu ada perubahan organisasi yang menggabungkan tim 'siaran' dan tim 'Digital'. Setiap konten harus dirancang untuk berbagai platform. Selain itu, investasi dalam sumber daya manusia sangat penting; penyiar kini perlu memiliki suara yang baik, mampu mengelola komunitas, dan memahami analitik digital. Terakhir, stasiun radio harus membuat aplikasi sendiri agar tidak bergantung pada platform seperti Spotify atau YouTube. Dengan platform sendiri, stasiun radio bisa mengontrol data pendengar dan strategi pendapatan, yang penting untuk menjaga bisnis di tengah dominasi algoritma global.

PENUTUP

Tinjauan literatur ini mengungkapkan bahwa radio tidak lenyap, melainkan berubah menjadi media digital. Di era pasca-pandemi, radio tidak hanya mengandalkan spektrum analog tetapi juga memanfaatkan teknologi internet untuk menyajikan konten sesuai permintaan. Studi ini menyimpulkan bahwa konvergensi media dan teori penggunaan dan kepuasan saling memperkuat. Teknologi konvergensi menyediakan berbagai saluran, sementara meningkatnya keinginan audiens untuk kontrol, personalisasi, dan kedekatan di era digital (2020-2025) menentukan platform mana yang akan berhasil menghasilkan pendapatan. Podcast dan strategi naratif lintas media telah mengubah radio dari media tradisional menjadi komunitas yang interaktif. Bahkan, hasil tinjauan literatur sistematis ini memperkenalkan model M-KSRK sebagai panduan bagi industri untuk mengadopsi model bisnis hibrida. Stasiun radio harus beralih menjadi pembuat konten multi-platform, dengan memanfaatkan analitik data secara real-time untuk memahami preferensi pendengar. Dalam persaingan antar platform streaming global, memahami keterlibatan audiens sangat penting untuk mempertahankan pendapatan iklan.

Mengingat sebagian besar literatur berfokus pada konteks Barat, ada kebutuhan mendesak untuk lebih banyak penelitian empiris di negara-negara berkembang, khususnya mengenai tantangan regulasi spektrum digital dan kesenjangan akses internet. Studi lanjutan disarankan, termasuk analisis kasus tertentu mengenai kemampuan adaptasi radio komunitas di wilayah pedesaan, untuk memperbaiki model komunikasi yang diusulkan dalam penelitian ini. Hasil studi ini memiliki implikasi penting bagi para pihak yang menetapkan aturan dalam pemberian pinjaman uang.. Seiring dengan mengaburnya batas antara radio tradisional dan konten audio independen seperti podcast, diperlukan regulasi yang lebih fleksibel sambil tetap melindungi kepentingan publik. Kebijakan penyiaran digital harus memastikan bahwa transisi ini tidak menimbulkan kesenjangan informasi bagi komunitas terpencil yang masih berhubungan dengan sinyal analog.. Dalam era komersialisasi platform global, pemeliharaan konten lokal dan misi pelayanan publik harus senantiasa menjadi prioritas utama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Bapak Harliantara, Ibu Nurannafi FSM, Ibu Zulaikha, dan Bapak Didik Sugeng Widiarto atas dedikasi dan bimbingan yang tulus, khususnya dalam penerapan metode Tinjauan Pustaka Sistematis (SLR) pada disertasi ini. Metode ini sangat menantang dan jarang dipilih oleh mahasiswa pascasarjana. Your patience, meticulousness, and profound methodological insight are the keys to my success in completing each stage of this complex and rigorous systematic literature review. Saya sangat termotivasi oleh kepercayaan Anda dalam membimbing saya untuk menerapkan metode inovatif ini dalam penelitian saya di Program Magister Komunikasi Universitas Dr. Soetomo Surabaya. Saya berharap Allah membalas segala ilmu, waktu, dan bimbingan yang telah Anda berikan kepada saya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amoedo, A., & Pérez-Latorre, Á. (2021). Podcast content strategies and audience engagement: An analysis of successful radio broadcasters in Spain. *Convergence*, 27(5), 1188-1204. <https://doi.org/10.1177/13548565211025068>
- Bonini, T., & Belotti, N. (2024). The Datafication of Radio: How Algorithms and Metrics Are Reshaping Public Service Media. *Journal of Radio & Audio Media*, 31(1), 45-62. <https://doi.org/10.1080/19376529.2023.2211456>

- Brannock Cox, J., & Poepsel, M. A. (2020). Deep Participation in Underserved Communities: A Quantitative Analysis of Hearken's Model for Engagement Journalism. *Journalism Practice*, 14(5), 537–555. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1731321>
- Brinson, N. H., & Lemon, L. L. (2023). Investigating the effects of host trust, credibility, and authenticity in podcast advertising. *Journal of Marketing Communications*, 29(6), 558–576. <https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2054017>
- Castello, E., & Mihelj, S. (2023). Digital Convergence and the Transformation of National Radio Markets: A Comparative Study. *Media, Culture & Society*, 45(2), 310-328. <https://doi.org/10.1177/01634437221124567>
- Dodds, T., de Vreese, C., Helberger, N., Resendez, V., & Seipp, T. (2023). Popularity-driven Metrics: Audience Analytics and Shifting Opinion Power to Digital Platforms. *Journalism Studies*, 24(3), 403–421. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2167104>
- Dowling, D. O., Johnson, P. R., & Ekdale, B. (2022). Hijacking Journalism: Legitimacy and Metajournalistic Discourse in Right-Wing Podcasts. *Media and Communication*, 10(3). <https://doi.org/10.17645/mac.v10i3.5260>
- Fernandes, J. P., & Lopez, M. (2024). Hybrid Business Models in Digital Radio: Monetizing Content in the Age of Streaming. *International Journal on Media Management*, 26(1), 12-34. <https://doi.org/10.1080/14241277.2023.2209876>
- Hendy, D. (2023). The Resilience of Audio: Why Radio Persists in a Visual Digital Age. *Journal of Digital Media & Policy*, 14(2), 189-205. https://doi.org/10.1386/jdmp_00122_1
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33–43. (Referensi Dasar)
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, Inc.
- Linde, S., & Berg, T. (2023). Managing the Hybrid Radio Station: A Systematic Literature Review on Digital Leadership in Media. *Journal of Media Business Studies*, 20(3), 245-267. <https://doi.org/10.1080/16522354.2022.2145678>
- Lindahl, A. (2020). The digital transformation of radio advertising: An analysis of new monetization strategies. *International Journal on Media Management*, 22(4), 269–284. <https://doi.org/10.1080/14241277.2020.1843216>
- Liu, Y., Zhang, M., Hu, M., & Qiao, T. (2025). How multi-actor resources create value for live streaming platforms: the mediating role of engaged spectators. *The Service Industries Journal*, 45(5–6), 526–555. <https://doi.org/10.1080/02642069.2024.2312352>
- Mabweazara, I., & Mare, A. (2021). Digital Radio and the 'New' Audience: Rethinking Participation in the Digital Era. *Digital Journalism*, 9(4), 456-478. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1890123>
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications. (Referensi Dasar)

- O'Malley, J. (2020). The role of social media in strengthening audience engagement for community radio in the digital era. *Media, Culture & Society*, 42(4), 540-556. <https://doi.org/10.1177/0163443719876774>
- Perez-Alvaro, J. (2022). Systematic Literature Review in Communication Sciences: Guidelines for Post-Pandemic Research. *Communication Methods and Measures*, 16(2), 112-130. <https://doi.org/10.1080/19312458.2022.2045679>
- Perks, L. G., & Turner, J. S. (2019). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. *Mass Communication and Society*, 22(1), 96–116.
- Ribeiro, F., & Oliveira, M. (2023). Radio and Social Media: A Meta-Analysis of Engagement Strategies. *Journal of Radio & Audio Media*, 30(2), 215-233. <https://doi.org/10.1080/19376529.2022.2098765>
- Richter, S., Richter, A., & Franklin, D. (2025). Sticky Narratives: How Micro-Influencers Engage and Retain Their Audience Through Storytelling. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1177/14413582251340442>
- Syvetsen, T. (2022). Media convergence and the enduring logic of public service broadcasting. *European Journal of Communication*, 37(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/02673231211042730>
- Vara-Miguel, A., & Negrodo, S. (2021). Audio and Podcasts: The New Frontier for Digital News Consumption. *Digital Journalism*, 9(8), 1012-1030. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1965478>
- Waddell, P. (2024). Interactive Radio: The Role of Social Presence in Digital Broadcasting. *Computers in Human Behavior*, 150, 107-124.