

## Optimalisasi Integrasi Siaran Konvensional dan Internet dalam Penyiaran Radio Swasta

Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Andini<sup>2</sup>, Siti Nabila Azzahra<sup>3</sup>, Innayatilla<sup>4</sup>, Mahisa Agni<sup>5</sup>,  
Reti Miranda Deansyah<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Komunikasi Penyiaran Islam, UINSU, Indonesia

e-mail: [windakustiawan@uinsu.ac.id](mailto:windakustiawan@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [ndnadawiyah@gmail.com](mailto:ndnadawiyah@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[bilaazzahra182@gmail.com](mailto:bilaazzahra182@gmail.com)<sup>3</sup>, [innayatilla@gmail.com](mailto:innayatilla@gmail.com)<sup>4</sup>, [mahusaagnivivo@gmail.com](mailto:mahusaagnivivo@gmail.com)<sup>5</sup>,  
[retimiranda@gmail.com](mailto:retimiranda@gmail.com)<sup>6</sup>

### Abstrak

Media elektronik tertua, penyiaran radio, berusia hampir seratus tahun. Lembaga penyiaran radio konvensional kini menggunakan teknologi internet untuk menyebarkan informasi, karena mereka menghadapi persaingan ketat dengan media-media lain. Penelitian ini menyebarkan komunikasi siaran yang menggabungkan media radio konvensional dan internet pada penyiaran radio swasta. Penelitian ini menemukan bahwa konvergensi media antara radio konvensional dan internet sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan kita tentang penyiaran radio saat ini dan di masa depan. Selain transmisi suara melalui udara (broadcast), penyiaran radio saat ini juga mengirimkan podcast atau live streaming melalui internet dalam bentuk suara, teks, gambar, dan video.

**Kata kunci:** *Radio Konvensional, Internet, Integrasi Media*

### Abstract

The oldest electronic medium, radio broadcasting, is almost a hundred years old. Conventional radio broadcasters are now using internet technology to disseminate information, as they face stiff competition from other media. This research disseminates broadcast communication that combines conventional radio and internet media on private radio broadcasters. The research found that media convergence between conventional radio and the internet is essential to enhance our knowledge of radio broadcasting today and in the future. In addition to voice transmission over the air (broadcast), radio broadcasting today also sends podcasts or live streams over the internet in the form of voice, text, images, and video.

**Keywords :** *Conventional Radio, Internet, Media Integration*

### PENDAHULUAN

Industri penyiaran swasta menghadapi tantangan dan peluang baru untuk menyiarkan penyiaran tradisional dengan teknologi Internet di era digital yang berkembang pesat. Penggabungan ini mencakup penggabungan platform yang berbeda, serta pemanfaatan kekuatan mereka untuk meningkatkan pengalaman mendengarkan dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Dalam hal ini, penting untuk memahami bagaimana teknologi Internet telah mengubah lanskap penyiaran, memungkinkan radio swasta untuk menyampaikan konten dengan cara yang lebih dinamis dan interaktif. Namun, terdapat tantangan seperti manajemen sumber daya, keamanan informasi, dan adaptasi terhadap perubahan teknologi yang juga penting untuk memaksimalkan potensi integrasi ini.

Hadirnya internet (*Interconnected Network*) industri penyiaran televisi juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Internet merupakan kumpulan jaringan

berskala global yang mudah mengoperasikannya sehingga dapat digunakan oleh masyarakat umum. Dengan munculnya internet, perkembangan media televisi bertujuan untuk menjangkau khalayak yang luas melalui platform yang dikenal dengan video streaming dan media sosial melalui internet. Sehingga 2 dapat memberikan kemudahan akses kepada pemirsa melalui perangkat internet, termasuk laptop, komputer, bahkan *smartphone* dan iPad. Penyiaran radio swasta di Indonesia terus tumbuh dan melakukan pembenahan dalam pendistribusian pesan siarannya baik melalui saluran konvensional spektrum frekuensi elektromagnetik maupun saluran modern yaitu internet. Dalam hal ini penyiaran radio melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi komunikasi internet adalah siaran on air dilengkapi dengan streaming pada website. Khalayak selain bisa mendengar melalui penerima radio frekuensi juga dapat mendengar siaran radio melalui internet secara streaming (Devi, 2020).

Media televisi melihat bahwa, hadirnya internet merupakan senjata baru untuk menambah jumlah khalayak, penonton dan pengiklan. Beberapa hal yang bisa didapatkan media televisi jika masuk ke perangkat internet seperti; 1) konten sesuai permintaan. Penonton dapat bebas menonton acara mereka sesuai kenyamanan mereka, tanpa terikat jadwal siaran tetap, 2) integrasi multimedia, memberikan konteks tambahan dan informasi terkait konten yang ditonton, 3) penargetan iklan, dari prevensi dan perilaku pemirsa dapat menciptakan iklan yang bertarget dan relevan, 4) pembaruan real-time, menyediakan berita terkini melalui TV yang terhubung ke internet untuk memastikan pemirsa tetap mendapatkan informasi dan 5) penayangan lintas Platform, penayangan tanpa batas di berbagai platform untuk memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi penonton (Aidin et al., 2015).

Melalui internet informasi audio dan video disampaikan secara real time serta khalayak dapat mengakses website tersebut untuk melihat, mendengar atau mengunduh konten musik dan produksi program (*podcasting*). file yang secara online dapat diunduh dalam bentuk audio maupun video selain memiliki kemampuan menyediakan berbagai macam data visual, seperti foto, teks, dan jaringan. Mengeksplorasi perubahan konsep komunikasi siaran lembaga penyiaran radio konvensional dari perspektif industri radio, maka implementasi yang berkembang saat ini adalah fenomena pengelolaan pada masing-masing lembaga penyiaran radio dalam mengantisipasi era komputer, digital dan internet yang diintegrasikan dengan perangkat siaran radio konvensional. Teori konvergensi menjelaskan bahwa konvergensi adalah model komunikasi yang mewakili sebagai proses dari pada aksi tunggal, berbagi atau pertukaran lebih dari satu cara transmisi, dua atau lebih peserta dialog, untuk klarifikasi kebingungan antara informasi, pengetahuan, pesan, simbol dan makna, serta yang mengoreksi diri proses umpan balik dan didefinisikan secara dinamis sebagai rangkaian yang memungkinkan untuk mencapai tujuan. Salah satu penyebab terjadinya konvergensi media ini adalah masalah teknis karena lebih banyak isi media dimasukkan dalam format digital dengan bentuk bit (Handayani et al., 2011) .

Konvergensi media didorong oleh kemajuan teknologi, perubahan perilaku konsumen dan pergeseran lanskap media. Perusahaan media memanfaatkan konten yang mereka hasilkan dan dibagikan ke berbagai platform (media baru & media konvensional). Kemudian, konsumen atau penonton menerima konten tersebut terbentuklah penonton pasif dari media konvensional dan penonton aktif di media baru. Perusahaan media televisi memiliki tanggung jawab untuk mengubah bisnis mereka dari media konvensional menjadi media baru melalui strategi akses yang berbeda. Konvergensi media bukan sekedar perubahan teknologi. Tetapi dengan adanya konvergensi, mengubah hubungan antara teknologi yang ada dalam hal industri, khalayak, genre dan pasar media itu sendiri. Pergeseran pasar pada konvergensi media merujuk pada perubahan dalam dinamika industri media yang terjadi akibat penggabungan dan integrasi berbagai bentuk media yang sebelumnya terpisah. Ini dapat memengaruhi struktur pasar, pesaing utama, perilaku konsumen, dan model bisnis dalam industri media (Sudibyo, 2022).

Pergeseran pasar dalam industri media telah menjadi fenomena yang signifikan akibat konvergensi media. Ada perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya,

beberapa istilah utama dalam wacana tentang media baru ini adalah digital yang memungkinkan untuk memahami beberapa operasi yang terlibat dalam produksi teks ke perhi-tungan simbol dan interaktif. Perubahan merupakan perspektif empi-ri-s yang bisa menjadi contoh nyata dalam dinamika pengelolaan radio di era masa kini. Ketika nilai-nilai internet sudah masuk dalam benak dan pikiran penye-lenggara penyiaran radio diperlukan penelitian untuk dapat mengungkap fenomena yang terjadi. Penelitian ini bermaksud untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai komunikasi siaran integrasi media konvensional dan internet pada penyiaran radio swasta. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan faktual mengung-kapkan komunikasi siaran integrasi media konvensional dan internet pada penyiaran radio swasta. berkaitan dengan penye-lenggaraan siaran (Kristiyono, 2022).

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyelediki penyiaran radio swasta di era integrasi media. Seperti salah satu jurnal yang tulis oleh (Amanda et al., 2022), yang berjudul "Lembaga Penyiaran Publik-Radio Republik Indonesia : Studi Produksi dan Distribusi Konten dalam Era Integrasi Media." Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Publish Vol. 1 No.2 yang dipublish pada bulan November 2022. Penelitian yang dilakukan oleh Gita Triana, Alfito Deannova Ginting, dan Nada Sofiyani yang menunjukkan bahwa media radio masuk kedalam kategori media mainstream yang memiliki ciri khas menyiarkan suara tanpa gambar. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi dalam menyebarkan konetem bergambar dan berveideo melalui media sosial seperti Youtube sebagai platform video yang populer dan dapat diakses luas luas oleh masyarakat sehingga meningkatkan jangkauan audiens yang lebih luas, ntetapi juga meningkatkan interaksi dengan pengguna melalui berbagai jenis konten yang infotmatif, hiburan, dan edukatif. Sehingga dampak dari penggunaan Youtube sebagai digutal sangat efektif dalam memperluas dampak dan relevansi di dunia penyiaran saat ini.

Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh gambaran yang jelas dan objektif tentang bagaimana dan mengapa komunikasi siaran integrasi media konvensional dan internet pada penyiaran radio swasta. Tujuan penelitian ini dirumuskan dan dinyatakan ke dalam pertanyaan pokok: Bagaimana komunikasi siaran integrasi media konvensional dan internet pada lembaga penyiaran radio swasta? Ketika orang berpikir tentang media, yang utama dipikirkan mereka sebagian besar kegiatan menggunakan waktu luang di dunia adalah menonton televisi. Namun ada banyak bentuk media atau medium, yang harus dipelajari dalam komunikasi massa. Sampai saat ini mendefinisikan media massa adalah mudah. Teori komunikasi massa juga telah berevolusi dengan perubahan sifat media. Meskipun definisi komunikasi dapat bervariasi dari sumber ke sumber, definisi memiliki elemen yang sama (Hadi et al., 2020).

## **METODE**

Metodologi penelitian ini mengintegrasikan studi literatur, studi kasus, wawancara, dan analisis kualitatif untuk mendalami strategi optimal dalam integrasi siaran konvensional dan internet dalam penyiaran radio swasta. Pertama, tinjauan literatur dilakukan untuk mengidentifikasi tren terbaru dan kerangka teoritis terkait penggunaan teknologi digital dalam penyiaran. Kemudian, studi kasus dari beberapa penyiaran radio swasta yang sukses dalam mengimplementasikan integrasi ini dianalisis untuk memperoleh wawasan mendalam tentang strategi yang efektif dan dampaknya terhadap kualitas siaran dan interaksi dengan audiens. Wawancara dengan praktisi industri penyiaran dilakukan untuk mendapatkan perspektif langsung tentang tantangan yang dihadapi serta strategi yang berhasil diterapkan dalam mengoptimalkan integrasi siaran konvensional dan internet. Data dari ketiga pendekatan tersebut kemudian dianalisis secara kualitatif untuk menggali pola-pola temuan, mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan, dan merumuskan rekomendasi praktis bagi penyiaran radio swasta dalam mengadopsi integrasi yang efektif. Dengan pendekatan ini, penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dan menerapkan strategi yang tepat dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital dalam industri penyiaran radio swasta (Jati, 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Optimalisasi Integrasi Siaran Konvensional dan Internet Dalam Penyiaran Radio

Pada awal tahun 2000-an, di Amerika Serikat, internet mulai digunakan untuk mengintegrasikan perkembangan teknologi melalui penyiaran radio gelombang elektromagnetik (konvensional). Sebagian besar siaran radio sekarang dapat diakses melalui internet, tetapi tidak semua siaran radio konvensional menyediakan siaran mereka secara streaming melalui internet. Kelebihan streaming adalah pendengar dapat menikmati semua siaran radio melalui komputer mereka. Peneliti menemukan bahwa tren radio internet di Indonesia sudah dimulai sekitar tahun 2008. Para pengembang perangkat lunak komputer membuat layanan radio streaming yang berbeda dari siaran radio konvensional yang dibuat oleh perorangan dan siaran radio yang sudah terintegrasi (Harliantara 2016).

Penyiaran radio mulai bisa diakses melalui internet, namun belum semua radio konvensional melakukan distribusi siarannya (streaming) di internet. Kelebihan streaming yaitu output siaran radio bisa diakses dan dinikmati melalui komputer oleh khalayak pendengarnya. Di Indonesia menurut pengamatan peneliti, tren radio internet dimulai sekitar tahun 2008. Pengembang peranti lunak (*software*) komputer membuat layanan radio streaming baik dari lembaga penyiaran radio konvensional yang sudah eksis lebih dulu yang diintegrasikan melalui internet maupun siaran radio yang dibuat oleh individu atau personal. Dalam kondisi ini lembaga penyiaran radio melakukan distribusi produk siaran radio dengan penggabungan layanan (*co-exist*) yaitu layanan media konvensional dan layanan media internet kepada pendengarnya (Wahyuningrum, 2023).

Walaupun dalam beberapa hal internet mirip dengan medium konvensional yang mengirim pesan dari titik transmisi sentral, tetapi internet lebih dari itu. Penerima pesan bisa mengklik hampir seketika dari satu sumber ke sumber lain. Perbedaan signifikan lain dari media massa adalah internet bersifat interaktif. Internet punya kapasitas untuk memampukan orang berkomunikasi, bukan sekedar menerima pesan belaka, dan bisa dilakukan secara real time. Istilah radio internet adalah radio yang memanfaatkan perkembangan aplikasi teknologi internet dan aplikasi media sosial. Dalam perkembangannya radio internet seiring dengan penetrasi internet di dunia. Untuk kebutuhan mendapatkan layanan berbasis internet juga semakin meningkat. Radio juga mencoba juga untuk membuat versi penyiaran melalui internet. Di Indonesia masih belum banyak yang memanfaatkan teknologi ini karena koneksi internet yang tidak terlalu bagus (Harliantara, 2016).

Penyiaran radio merupakan arena fantasi, suatu teater dalam benak kita, dengan jumlah pertunjukan yang tidak terbatas yang tercipta dari kata-kata, dan gambaran-gambaran yang selalu kita bayangkan. Seperti media konvensional lainnya penyiaran radio adalah media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu. Istilah radio dalam uraian ini bukan bendanya, bukan hanya bentuk fisiknya saja, akan tetapi antara bentuk fisik dan kegiatan radio adalah saling menjalin, tidak dapat dipisahkan satu sama lain, seperti halnya antara jiwa dan raga manusia, lahiriah dan batiniah manusia juga tidak dapat dipisahkan. Karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu atau diperinci secara fisik, maka yang disebut dengan radio adalah keseluruhan dari pemancar, studio, dan pesawat penerima. Karena tidak ada gambaran yang sifatnya literal tersebut, saat radio dijalankan dengan penuh kreativitas oleh para penggagas program-programnya, radio bisa dengan segera menarik minat banyak orang. Penyiaran radio adalah unik, tumbuh, dan medium yang mudah menyebar. Unik di sini adalah mempunyai kemampuan mengirim pesan iklan elektronik sesuai geografi dan demografi (Harliantara, 2016).

Perlu diketahui bahwa proses penyiaran menjadi dasar media radio yang dapat digunakan untuk komunikasi personal dan komunikasi massa. Seperti yang diketahui bahwa keberhasilan setiap komunikasi ditentukan oleh tanggapan perilaku dari khalayak. Tanggapan yang dimaksud biasanya adalah reaksi dari khalayak karena memperhatikan simbol di radio yaitu mendengarkan radio. Bahkan sebelum khalayak mendengarkan, sebuah program harus didengarkan melalui perangkat penerima radio (*radio receiver*) (Ahmad, 2015). Khalayak mendengarkan siaran radio itu bisa disebut tanggapan. Jenis lain

tanggapan adalah penerimaan simbol melalui program radio bisa mengakibatkan perilaku komunikasi afektif pada khalayak seperti misalnya tertawa, menangis, gemetar atau semacamnya. Peran penting komunikasi massa menjadi dasar penyiaran radio sebagai media massa, jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya adalah transmisi pesan. Dalam komunikasi massa, bagaimanapun, transmisi sangat rumit untuk di selesaikan oleh seorang individu atau bahkan beberapa orang. Itu karena transmisi melibatkan pendistribusian materi dan penyajian materi. Salah satu karakteristik penyiaran radio yang khas sebagai media adalah medium personal (Harliantara, 2016).

Media massa adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya agar identitas ekonomi pada perusahaan tetap berjalan serta konvergensi media menyebabkan suatu industri media menggaet pasar, iklan dan pembaca sebesar-besarnya. Salah satu media massa konvensional yaitu televisi juga mengikuti perkembangan digitalisasi atau konvergensi media yang berdampak adanya persaingan pasar, iklan dan pembaca. Perbedaan pada masa TV Kabel dan era konvergensi media pada televisi jelas berbeda dari segi struktur pasar, iklan, pembaca, strategi dan performa media TV (Halim, 2023).

Dari hasil penelitian (Haqu & Ersyad, 2020) tersebut ditemukannya beberapa hasil bahwa TV selalu berupaya untuk mengikuti perkembangan zaman yang dinamis dengan memanfaatkan media baru sebagai untuk menarik pemirsa sehingga tertarik untuk beriklan dan mendapatkan keuntungan yang memanfaatkan media konvensional dan media baru sebagai sarana penyiaran. Penggunaan media baru tidak lepas dari adanya perkembangan teknologi. Penggunaan internet, teknologi komunikasi yang terus berkembang serta akses yang mudah digunakan masyarakat mengubah tata cara penyiaran media yang sebelumnya hanya menggunakan sinyal frekuensi menjadi digitalisasi yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja.

Dunia penyiaran radio di Indonesia telah mengalami perubahan besar sebagai akibat dari munculnya fenomena internet, yang menuntut para pengelola untuk beralih ke cara kerja profesional. Ini termasuk penggunaan teknologi, antena, transmisi, dan audio yang mengalami perubahan besar. Perubahan yang terjadi dengan cepat menimbulkan tantangan baru bagi manajemen radio, yang harus diantisipasi dengan cermat untuk mempertahankan dan memenuhi kepercayaan khalayak. Menurut literatur (Khasna et al., 2021), banyak khalayak mengakses internet untuk mendengarkan siaran radio melalui komputer dan telepon seluler pada awal tahun 2000-an. Website lembaga penyiaran radio memungkinkan khalayak langsung mengaksesnya. Ini tidak hanya dapat meningkatkan hubungan antara lembaga penyiaran radio dan khalayak, tetapi juga memungkinkan mereka untuk mempromosikan program siaran mereka sendiri. Menurut literatur, perangkat radio harus terus berinovasi untuk bertahan hidup di era konvergensi ini. serta menggunakannya untuk meningkatkan kualitas penyiaran radio yang inovatif.

Untuk mempelajari aspek-aspek pengelolaan dan proses komunikasi integrasi media pada radio konvensional dan internet pada lembaga penyiaran radio swasta, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang belum banyak digunakan. Pendekatan ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi di lapangan, wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti memilih narasumber yang tahu tentang situasi penyiaran radio.

Pada masa sebelum hadirnya internet, peneliti mengamati bentuk komunikasi siaran radio adalah komunikasi massa yaitu pada khalayak banyak secara serentak, menurut teori yaitu satu untuk banyak (*one to many*). Bentuk komunikasi ini memang tetap berlaku hingga saat ini karena selain medium konvensional masih tetap ada, namun dalam perkembangannya sedang terjadi sebuah proses perubahan ketika hadirnya teknologi baru yaitu media internet dengan model komunikasi "satu untuk satu" (*one to one*). Internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Media massa konvensional pada dasarnya menawarkan model komunikasi "satu untuk banyak". Sedangkan internet memberikan model tambahan: "banyak untuk satu". Saat ini pada siaran radio melalui media internet ada pengembangan teori, secara konsep yaitu bentuk komunikasinya adalah komunikasi antarpribadi yang dimediasi oleh perangkat (*mediated interpersonal*

*communication*) dan merupakan jenis khusus komunikasi antarpribadi yang istilah lainnya adalah satu ke satu (*one to one*) (Harliantara, 2016).

Namun di Indonesia khalayak yang mendengarkan penyiaran radio melalui internet secara khusus masih terlalu rendah jika di dibandingkan dengan mendengarkan penyiaran radio melalui media konvensional. Salah satu manfaat radio internet adalah khalayak secara online tidak terikat oleh geografi bisa diakses secara global. Sedangkan kesimpulan manfaat mendengarkan radio internet dalam penelitian ini adalah tidak mengenal jarak bisa di dengar dimana saja dan kapan saja, mendengarkan audio streaming mudah dan praktis dengan kualitas suara yang sama dimanapun di dengar, mendengarkan lagu atau musik, dan mencari informasi.

### **Pentingnya Komunikasi Siaran Integrasi Media Konvensional dan Internet Pada Penyiaran Radio Swasta**

Komunikasi siaran yang menggabungkan media konvensional dan internet pada penyiaran radio swasta sangat penting untuk mendukung perkembangan dan keberlangsungan stasiun radio di era digital karena komunikasi ini memungkinkan stasiun radio menjangkau khalayak yang lebih luas . Jika siaran radio tradisional hanya dapat menjangkau pendengar di wilayah geografis tertentu, siaran melalui internet memungkinkan pendengar dari berbagai belahan dunia untuk mengakses konten radio. Keuntungan tambahan dari penggabungan internet dan media konvensional adalah diversifikasi konten. Stasiun radio di internet dapat menyajikan berbagai jenis konten yang tidak dapat disiarkan melalui radio konvensional, seperti podcast, video streaming, artikel blog, dan media sosial. Dengan menyediakan konten yang lebih beragam, stasiun radio dapat menarik berbagai segmen audiens dan menjaga minat pendengar yang tetap tinggi, yang pada transkripsi menghasilkan peningkatan keterlibatan audiens (Devi, 2020).

Integrasi internet juga meningkatkan interaksi dan keterlibatan pendengar. Stasiun radio dan pendengarnya dapat berinteraksi langsung melalui internet. Melalui media sosial, email, atau chat, pendengar dapat berpartisipasi dalam acara langsung dan memberikan umpan balik secara real-time. Mereka juga dapat berpartisipasi dalam polling atau kuis. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman yang lebih intim dan interaktif, tetapi juga meningkatkan loyalitas pendengar. Pendengar merasa lebih dan termotivasi , yang merupakan bagian penting dari pembentukan komunitas pendengar yang setia (Sinabariba, 2023).

Manfaat penting lainnya dari media integrasi ini adalah efisiensi operasional. Teknologi streaming dan otomatisasi memungkinkan siaran berjalan tanpa harus selalu dilakukan secara manual, sehingga mengurangi biaya operasional dan memudahkan pengelolaan konten. Selain itu, distribusi konten digital mengurangi biaya yang terkait dengan produksi dan distribusi tradisional. Stasiun radio dapat menggunakan sumber daya mereka dengan lebih efisien untuk meningkatkan kualitas siaran dan konten (Rahmadana, 2021). Iklan online, *sponsorship* digital, dan layanan berlangganan dapat meningkatkan pendapatan stasiun radio. Radio membantu menarik pengiklan yang ingin menargetkan audiens tertentu dengan memindai dan menganalisis data pendengar secara akurat. Selain itu, stasiun radio mendapat bantuan dari teknologi seperti aplikasi telepon, speaker pintar, dan platform streaming musik untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan perilaku pelanggan. Kehadiran stasiun radio online yang kuat juga memperkuat reputasi dan eksistensi merek, memberikan platform untuk promosi lintas dan kerja sama dengan media lain, yang memungkinkan lebih banyak audiens untuk mengetahui dan mengenali merek. Masa depan industri radio swasta sangat bergantung pada integrasi media konvensional dan internet dalam penyiaran radio swasta untuk tetap relevan, bersaing, dan bertahan (Fadilah et al., 2022).

### **SIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa integrasi media konvensional dan internet dalam penyiaran radio swasta sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran

masyarakat terhadap siaran radio. Lembaga penyiaran radio konvensional telah menambahkan media internet dalam proses komunikasi siaran untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas siaran. Karena ada banyak media lain yang bersaing dengan penyiaran radio swasta, integrasi media konvensional dan internet menjadi sangat penting. Akibatnya, siaran radio dapat memberikan hiburan dan informasi kepada masyarakat dengan lebih efisien. Penyiaran radio swasta harus memiliki pendekatan yang tepat untuk menarik pendengar dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap siaran radio. Memberikan informasi yang relevan dan hiburan yang menarik adalah dua cara yang dapat digunakan untuk menerapkan taktik ini. Radio memainkan peran penting dalam memberikan informasi dan hiburan kepada masyarakat, sehingga radio harus memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat pendengar dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap siaran radio. Dalam penelitian ini, integrasi media konvensional dan internet dalam penyiaran radio swasta sangat penting untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas siaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa. *Jurnal AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyuaran Islam*, 3(2), 233–254. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v3i2.1646>
- Aidin et al. (2015). *Invasi Media Massa* (B. Setyowibowo & D. Y.L.Loda (eds.); pertama). Media Nusa Creative.
- Amanda, G. T. et al. (2022). Lembaga Penyiaran Publik – Radio Republik Indonesia : Studi Produksi dan Distribusi Konten dalam Era Integrasi Media. *Jurnal Publish*, 1(2), 70–91.
- Devi, I. C. (2020). *Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Fadilah, J. et al. (2022). Efektivitas Iklan Penggunaan Jasa Gosend Go-Jek Indonesia dengan Metode EPIC Model. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 9–13. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i1.12700>
- Hadi, I. P. et al. (2020). *Komunikasi Massa* (N. F. Hariyanto & D. N. Loka (eds.); Cetakan Pe). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa. *Jurnal AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyuaran Islam*, 3(2), 233–254. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v3i2.1646>
- Aidin et al. (2015). *Invasi Media Massa* (B. Setyowibowo & D. Y.L.Loda (eds.); pertama). Media Nusa Creative.
- Amanda, G. T. et al. (2022). Lembaga Penyiaran Publik – Radio Republik Indonesia : Studi Produksi dan Distribusi Konten dalam Era Integrasi Media. *Jurnal Publish*, 1(2), 70–91.
- Devi, I. C. (2020). *Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM Di Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Fadilah, J. et al. (2022). Efektivitas Iklan Penggunaan Jasa Gosend Go-Jek Indonesia dengan Metode EPIC Model. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 9–13. <https://doi.org/10.31294/kom.v9i1.12700>
- Hadi, I. P. et al. (2020). *Komunikasi Massa* (N. F. Hariyanto & D. N. Loka (eds.); Cetakan Pe). CV. Penerbit Qiara Media.
- Halim, S. (2023). *Manajemen Media Penyiaran Televisi Di Era Disrupsi* (S. N. Yaqinah (ed.); Cetakan Pe). CV. Pustaka Egaliter.
- Handayani, M. A. et al. (2011). Peran komunikasi Dalam Penggalan Nilai-nilai Diri di era Globalisasi. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 1(2), 39.
- Haqqu, R., & Eryad, F. A. (2020). Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44.
- Harliantara. (2016). Komunikasi Siaran Intergrasi Media Konvensional Dan Internet Pada Penyiaran Radio Swasta. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 99–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art4>

- Jati, R. P. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Media Radio (Studi Kasus : Radio PAS FM Jakarta)*. SEKOLAH PASCASARJANA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA.
- Khasna et al. (2021). Konvergensi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital Dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130–142.
- Kristiyono, J. (2022). *Konvergensi Media : Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring* (Suwito et al. (eds.); Cetakan Pe). Kencana.
- Rahmadana, M. F. (2021). *Ekonomi Digital* (Hamdan & N. Widiastuti (eds.); Cetakan Pe). Nilacakra.
- Sinabariba, S. C. (2023). Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19 (Sebuah Pendekatan dengan Metode Tinjauan Literatur Sistematis) Santa Cicilia Sinabariba. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 11–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4002>
- Sudibyo, A. (2022). *Dialektika Digital : Kolaborasi dan Kompetisi Antara Media Massa dan Platfrom Digital* (G. A. Putro (ed.); Cetakan pe). PT Gramedia.
- Wahyuningrum, A. (2023). *Saran Dakwah Radio Pasca Konvergensi Media (Studi deskriptif pada radio utari FM Cilacap)*. UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI.