

STRATEGI RADIO DELTA FM MAKASSAR
 DALAM MENYIKAPI TANTANGAN RADIO
 DI ERA DIGITAL

 Safirah Zauqiyah¹ Widya Indrayani² Sitti Maria Ulfa³ Irnawati⁴

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

¹Email: safirahsafirah4@gmail.com
²Email: widyaindrayani3@gmail.com
³Email: sittimariaulfahyusufm17@gmail.com
⁴Email: irnawati.irnawati@uin-alauddin.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mengeksplorasi strategi yang diterapkan oleh stasiun radio Delta FM di Makassar dalam menghadapi kompleksitas dan tantangan yang timbul seiring perkembangan radio digital.. Penelitian ini mencakup analisis menyeluruh terhadap langkah-langkah strategis yang diambil oleh Delta FM untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika industry penyiaran, terutama dalam konteks transformasi digital. Jurnal ini secara terperinci mengungkapkan strategi yang dilaksanakan oleh Delta FM. Ini melibatkan penggabungan teknologi digital dalam pembuatan dan penyebarluasan konten radio, peningkatan partisipasi audiens melalui platform digital, penyesuaian strategi pemasaran untuk mempertahankan serta memperluas cakupan pasar. Analisis ini memberikan wawasan terhadap keberhasilan atau kendala yang dihadapi Delta FM selama penerapan strategi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara, observasi, dan analisis konten untuk mengumpulkan data yang relevan. Hasil temuan dari penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan pemahaman yang berharga dan lebih lanjut mengenai strategi adaptasi stasiun radio tradisional di tengah perubahan era radio digital, terutama di wilayah Makassar. Implikasi dari temuan tersebut juga dapat menjadi panduan berharga bagi stasiun radio sejenis dalam berbagai konteks untuk menghadapi perubahan dinamika industri yang cepat.

Kata Kunci: Strategi, Tantangan, Radio Digital, Delta FM Makassar

Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media massa yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi. Tingkat kebohongan atau hoax di radio juga menjadi yang paling rendah dibanding dengan media lain seperti TV dan media sosial yakni hanya 0.2% hal ini yang membuat radio masih menjadi media pilihan masyarakat di tengah pesatnya kemajuan media digital saat ini. Selain itu, radio yang mempunyai karakteristik akrab, membuat pendengar merasa informasi dan hiburan yang diterima lebih spesifik. Oleh karena itu, radio tetap ada meskipun telah hadir media baru, internet. Bahkan, *Nielsen Radio Audience Measurement* mencatat pendengar radio masih menempati angka 38%, hal tersebut menunjukkan bahwa radio masih memiliki pendengar setia (Puan Maharani *et al.*, 2022:4).

Perkembangan teknologi informasi mulai merambah ke dalam gaya hidup masyarakat Indonesia saat ini. Penggunaan internet sebagai media untuk mencari informasi-informasi yang relevan dengan

aktivitas mereka, menjadi kegiatan yang rutin dilakukan. Informasi-informasi dari berita terbaru, info kondisi lalu lintas, info promo terbaru, dan info nomor telepon atau alamat instansi adalah beberapa dari sekian banyak informasi yang sering dicari oleh pengguna (Ditta Aditya, 2022:2).

Awalnya radio Delta FM dikembangkan sebagai sebuah radio yang membidik segmen pendengar dewasa dengan rentang usia 35-45 tahun, berkehidupan mapan, memiliki kedudukan yang tinggi di perusahaan, di pemerintahan maupun di Masyarakat (Djodi Hendrarto *et al.*, 2019:2)

Delta FM sekarang menghadirkan segmen pendengar yang lebih muda, yaitu usia 25-34 tahun dengan tingkat sosial ekonomi *upper* dan *middle class*. Stasiun radio ini telah mengubah formatnya menjadi *Hot Adult Contemporary (Hot AC)* dengan menampilkan lagu-lagu yang dinamis dari era 1990-an, awal 2000-an, hingga karya terbaru, tetapi tetap

mempertahankan *tagline* yang sama, yaitu “100% Lagu Terenak”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan menganalisis berbagai strategi yang telah diimplementasikan oleh Delta FM Makassar sebagai respons terhadap perubahan media yang begitu cepat. Dengan memfokuskan perhatian pada aspek—aspek seperti penyesuaian konten, perluasan ke *platform* digital, kolaborasi dan kemitraan serta penguatan identitas *brand*.

Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang mencakup wawancara dan observasi.

Penelitian berperan aktif dalam memuat rencana penelitian, proses, dan pelaksanaan penelitian, serta menjadi faktor penentu dari keseluruhan proses dan hasil penelitian (Bambang Agus Setiawan, 2022:239).

Melalui pendekatan ini, diharapkan kita dapat memahami dengan lebih baik dinamika internal Delta FM Makassar, serta melihat bagaimana penerapan strategi-strategi tersebut mencerminkan adaptasi yang sukses terhadap lingkungan media yang terus berubah.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan, yaitu dimulai pada akhir November hingga akhir Desember 2023. Lokasi penelitian ini dilakukan di studio siaran Delta FM Makassar yang berada di Jl. DR. Ratulangi No.225-226, Mamajang Luar, Kec. Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan (Lt.4 Mall Ratu Indah).

3. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang

diteliti. Menurut Sugiyono (2013) yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam hal ini data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengelola atau pihak dari Radio Delta FM Makassar (Nurjannah, 2021:121).

b. Sumber Dara Sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2013) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen dan buku-buku literature yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Saroso (2017:47) wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari responden dalam berbagai situasi dan konteks (Zhahara Yusra *et al*, 2022:15).

Meskipun demikian, penggunaan wawancara harus dilakukan dengan hati-hati dan memerlukan data dari sumber lain. wawancara dilaksanakan oleh peneliti dengan tujuan memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan secara langsung kepada partisipan.

Dengan menerapkan teknik wawancara, partisipan juga dapat lebih mudah menyampaikan informasi secara langsung, memungkinkan peneliti untuk memperoleh jawaban yang lebih terperinci terkait pertanyaan yang diajukan kepada mereka.

b. Observasi

Pengamatan atau observasi berarti melihat dengan penuh perhatian. Dalam konteks penelitian, observasi diartikan

sebagai cara-cara mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati tingkah laku individu atau kelompok yang diteliti secara langsung. Definisi yang lebih umum dikemukakan oleh Margono, yaitu observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampan pada objek penelitian (Rahmadi, 2011:80).

Observasi partisipan dan analisis sentimen memberikan pandangan langsung dari pendengar untuk memahami aspek strategi Radio Delta FM terhadap persepsi dan kepuasan pendengar. Analisis strategi Radio Delta FM dapat memberikan wawasan tambahan mengenai perilaku pendengar.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang upaya yang dilakukan Radio Delta FM Makassar dalam menghadapi tantangan di era digital serta bagaimana strategi yang dilakukan Radio Delta FM Makassar dalam menarik perhatian pendengar.

Dalam penelitian ini, peneliti mengevaluasi hasil-hasil yang diperoleh dari hasil di lapangan dan menjelaskannya dengan merujuk pada sumber informasi utama dan pendukung. Kemudian informasi yang dihimpun dalam bentuk dokumen dikategorikan dan diatur sesuai dengan format sesuai. Langkah selanjutnya melibatkan penerapan teori dan konsep yang terkait dengan materi serta pengamatan lapangan.

Dalam penelitian ini, peneliti kemudian mengeksplorasi dan menjelaskan berbagai strategi dalam menyikapi tantangan radio di era digital, cara untuk menarik perhatian pendengar, serta sistem evaluasi Radio Delta. Berikut adalah hasil dari beberapa pertanyaan penelitian tersebut. Berikut hasil yang telah diperoleh peneliti:

- 1. Upaya yang Dilakukan Radio Delta FM Makassar Dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital**

Dalam menghadapi berbagai tantangan radio Delta FM Makassar menemui hambatan terbesar selama pandemi Covid-19. Meskipun jumlah pendengar mengalami peningkatan, daya beli mereka tidak seaktif sebelum pandemi. Tantangan kedua terletak pada peran tunggal penyiarannya di Delta FM Makassar yang juga berfungsi sebagai operasional manager. Oleh karena itu, ketika memutarkan informasi lokal, radio ini mengandalkan jasa *talent* tidak permanen. Perbedaan mendasar antara penyiar dan talenta di sini adalah penyiar bertanggung jawab atas seluruh aspek produksi radio, termasuk pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, sementara *talent* hanya menyiaran tanpa menangai persiapan siaran.

Tantangan lainnya, terutama di Makassar, adalah preferensi klien yang lebih suka mempromosikan melalui kegiatan langsung seperti *workshop* dan konser musik. Delta FM dihadapkan pada kesulitan memfasilitasi hal ini karena keterbatasan sumber daya manusia yang tidak memiliki penyiar yang dapat menjadi *talent* untuk acara luar.

Adapun upaya yang telah dilakukan oleh Delta FM dalam menghadapi tantangan tersebut di atas: (a) Radio Delta FM berhasil menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital dengan memperluas keberadaannya melalui *streaming online* dan aplikasi radio. Hal ini memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan dapat diakses oleh pendengar di manapun melalui perangkat digital, meningkatkan cakupan *audiens* mereka secara signifikan, (b) Radio Delta FM Makassar berhasil menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan pendengar mereka. Mereka aktif dalam menyajikan konten menarik dan relevan di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Tingginya partisipasi pendengar melalui komentar, polling dan pertanyaan meningkatkan interaksi antara stasiun radio

dan audiensnya, membentuk hubungan yang lebih akrab, dan memperluas cakupan stasiun radio di dunia maya, (c) Upaya lain yang berhasil diterapkan oleh Radio Delta FM Makassar adalah melalui kemitraan dengan perusahaan dan komunitas lokal. Dengan berkolaborasi, mereka dapat menyelenggarakan berbagai acara, promosi, dan kegiatan bersama yang tidak hanya memperkuat citra merek mereka tetapi juga memberikan manfaat kepada komunitas setempat. Ini merupakan langkah cerdas untuk membangun loyalitas pendengar dan mendukung pertumbuhan stasiun radio secara keseluruhan.

2. Perencanaan Program Radio Digital di Delta FM Makassar Dalam Menarik Perhatian Pendengar

Stasiun radio Delta FM Makassar memerhatikan isi siarannya secara teliti, menyesuaikannya dengan selera dan kebutuhan pendengar mereka. Dengan melakukan penelitian pasar dan mendengarkan umpan balik dari pendengar, stasiun radio ini mampu menyusun program yang sesuai dengan preferensi audiens, sehingga tetap memiliki relevansi di mata mereka. Hal ini menunjukkan kepekaan mereka terhadap perubahan tren dan preferensi pendengar dalam era digital. Kesadaran akan ketergantungan Masyarakat pada perangkat digital membuat Delta FM Makassar menerapkan strategi ini untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan audiens mereka di era digital.

Delta FM Makassar juga menitiberatkan perhatiannya pada produksi konten yang cocok dengan preferensi dan kebutuhan pendengarnya. Melalui penelitian pasar dan evaluasi umpan balik dari pendengar, stasiun ini berhasil menyajikan program-program yang relevan dan menarik. Keterlibatan dalam menyajikan konten yang bersifat lokal, informatif, dan hiburan merupakan strategi yang berhasil mereka implementasikan untuk menjaga ketertarikan pendengar.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Radio Delta FM Makassar telah menghadapi berbagai tantangan di era digital, terutama selama pandemi *Covid-19*. Tantangan tersebut melibatkan peningkatan jumlah pendengar yang tidak diikuti oleh peningkatan daya beli, peran tunggal penyiarnya yang merangkap sebagai operasional manager, dan kesulitan dalam menyediakan talenta untuk acara luar.

Namun, Delta FM Makassar berhasil merumuskan berbagai strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Melalui transformasi digital, stasiun radio ini memperluas keberadaannya melalui streaming online dan aplikasi radio, memungkinkan akses yang lebih mudah bagi pendengar di berbagai platform digital. Keterlibatan aktif dalam media sosial juga menjadi kunci, dengan konten yang menarik dan interaksi langsung meningkatkan hubungan dengan pendengar.

Perencanaan program radio digital juga menjadi strategi penting Delta FM Makassar untuk menarik perhatian pendengar. Dengan memperhatikan konten lokal, informatif, dan hiburan, serta adaptasi terhadap perubahan tren dan preferensi, Delta FM mampu mempertahankan minat pendengar mereka. Strategi ini membuktikan bahwa Delta FM Makassar berhasil beradaptasi dan berkembang di era digital, menjadikan mereka sebagai pemain yang relevan dan kompetitif dalam dunia penyiaran.

Dengan demikian, kesimpulan utama adalah bahwa strategi Delta FM Makassar dalam menyikapi tantangan radio di era digital mencakup transformasi digital, keterlibatan dalam media sosial, kemitraan lokal, dan fokus pada konten yang menarik. Strategi ini membuktikan ketangguhan stasiun radio Delta FM Makassar dalam menghadapi perubahan dinamika media dan berhasil mempertahankan dan meningkatkan

kehadiran mereka di pasar penyiaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adytya, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Delta FM Medan Dalam Bertahan di Era Media Online
- Hendrarto, D. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta DM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*
- Maharani, P. (2022). Transformasi Radio Konvensional di Era Digital (Studi Kasus Pada Radio Duta 90.9 FM Ambon). *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Nurjannah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *Jurnal Mahasiswa*
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press
- Setiawan, B. A. (2022). Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital. *Jurnal Studi Islam dan Sosial*
- Yusra, Z. (n.d.). Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemik Covid-19. *Jurnal Lifelog Learning*