

KONVERGENSI MEDIA RADIO DALAM MEREBut PENDENGAR GEN Z (STUDI RADIO SUARA MUSLIM)

Abdul Kohar
STAI Luqman Al-Hakim Surabaya
abdulkohar938@gmail.com

Mashud
STAI Luqman Al-Hakim Surabaya
Mashud1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Suara Muslim Surabaya dalam upayanya merebut pendengar dari kalangan Generasi Z. Konvergensi media merujuk pada integrasi berbagai bentuk media komunikasi ke dalam satu platform digital yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital dan jaringan komunikasi. Radio Suara Muslim Surabaya mengimplementasikan strategi konvergensi media dengan menggabungkan siaran radio terestrial dan live streaming melalui platform media sosial seperti Youtube, Instagram dan TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Radio Suara Muslim Surabaya mengadopsi konvergensi media serta mengevaluasi efektivitas strategi tersebut dalam menarik perhatian pendengar muda di era digital. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Suara Muslim Surabaya efektif dalam meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens, serta mampu memenuhi kebutuhan informasi Generasi Z yang lebih menyukai konten singkat, interaktif, dan visual. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya adaptasi media konvensional terhadap perubahan teknologi dan perilaku audiens untuk tetap relevan dan kompetitif di lanskap media modern.

Keyword: Konvergensi media, Generasi Z, Radio, Digitalisasi, Interaktivitas

A. Pendahuluan

Konvergensi merupakan suatu istilah yang merujuk pada proses mendekatnya dua entitas atau lebih ke arah yang sama. Dalam bidang teknologi dan media, konvergensi mengindikasikan penyatuan fungsi dan fitur yang berbeda ke dalam satu perangkat atau platform yang terpadu. Proses konvergensi sering kali diiringi oleh integrasi teknologi, di mana beberapa teknologi berbeda digabungkan untuk menghasilkan layanan atau produk yang lebih efisien dan multifungsi.

Konvergensi media merujuk pada integrasi berbagai bentuk media komunikasi ke dalam satu platform digital. Fenomena ini terjadi sebagai hasil dari kemajuan teknologi digital dan jaringan komunikasi, yang memungkinkan berbagai bentuk konten—seperti teks, audio, video, dan grafis—untuk diakses dan didistribusikan melalui satu medium. Konvergensi media memfasilitasi produksi, distribusi, dan konsumsi informasi secara lebih efisien. Hal ini juga mendorong terciptanya format-

format baru dalam penyampaian informasi, seperti multimedia interaktif dan platform daring yang menggabungkan berbagai elemen media.

Seiring dengan perkembangan ini, teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah pola perilaku masyarakat dalam mencari informasi, termasuk dalam konsumsi media radio. Kemajuan teknologi ini telah melahirkan media baru atau *new media* yang menawarkan berbagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Kehadiran *new media* memungkinkan radio menjadi lebih interaktif, dengan menyediakan akses kepada informasi dari berbagai sumber, baik konvensional maupun modern. Selain itu, tren interaksi audiens dengan penyiar melalui berbagai platform digital semakin menguat.¹ Dalam menghadapi perubahan ini, radio perlu melakukan konvergensi dengan media digital untuk tetap relevan dan merebut perhatian pendengar.

Eksistensi radio saat ini menunjukkan kemampuan media ini untuk beradaptasi dan bertahan di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Meskipun menghadapi persaingan dari platform digital seperti streaming dan media sosial, radio tetap memegang peranan penting dalam penyebaran informasi. Radio kini mengintegrasikan teknologi digital dengan menyediakan siaran melalui platform daring dan aplikasi streaming, memungkinkan pendengar untuk mengakses konten secara fleksibel dan di berbagai lokasi. Selain itu, radio sering kali menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti podcasting dan siaran langsung di internet, radio mampu menjangkau pendengar dengan cara yang lebih personal dan langsung. Eksistensi radio saat ini juga ditunjukkan melalui kemampuannya dalam menyediakan konten yang relevan dan spesifik, yang sering kali tidak dapat diakomodasi oleh media digital global. Adaptasi terhadap perubahan ini memungkinkan radio untuk terus menyebarluaskan informasi secara efektif, memenuhi kebutuhan audiens yang terus berkembang, dan mempertahankan relevansi dalam lanskap media modern.

Penyebaran informasi saat ini semakin memanfaatkan media digital sebagai saluran utama, di mana kemajuan teknologi dan informatika memberikan dorongan baru bagi penyebaran berbagai pesan. Perkembangan media digital ini selaras dengan kehadiran Generasi Z.² Generasi Z umumnya sangat aktif menggunakan media setiap harinya. Oleh karena itu, radio sebagai media

¹ Zacharenia Pilitsidou, Nikolaos Tsigilis, and George Kalliris, "Radio Stations and Audience Communication: Social Media Utilization and Listeners Interaction," *Issues in Social Sciences* 7, no. 1 (2019): 23.

² Erwan Efendi, Gita Ramadhani, and Tria Tanti, "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 2 (2023): 880.

penyampaian pesan memiliki dampak besar pada generasi ini. Harapannya, pesan-pesan yang disiarkan melalui radio bisa menjadi sarana bagi mereka untuk lebih memahami berbagai informasi. Menggunakan radio sebagai saluran komunikasi yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi dianggap sebagai cara yang efektif. Menyampaikan pesan melalui radio telah terbukti berhasil menarik minat anak muda karena aksesnya yang mudah dan kemampuan radio untuk menjangkau audiens secara luas.³

Radio Suara Muslim Surabaya adalah stasiun radio yang berfokus pada dakwah Islam dan berlokasi di Surabaya. Didirikan pada tanggal 1 Ramadhan 1431 H, yang bertepatan dengan 9 Agustus 2010, radio ini beroperasi di bawah manajemen PT. Radio Shamsindo Indonusa. Kantor pusatnya terletak di Jl. Dinoyo No. 57, Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya, yang berdekatan dengan Griya Al-Qur'an Surabaya dan berada di bawah naungan Yayasan Griya Al-Qur'an (YGA).⁴ Radio Suara Muslim Surabaya mengusung prinsip “sekali berujar, berjuta telinga mendengar” menegaskan keyakinan bahwa penyampaian dakwah melalui media radio dapat menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan ceramah di masjid, yang terbatas oleh jumlah hadirin.⁵

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana radio, khususnya Radio Suara Muslim Surabaya, mengadopsi konvergensi media untuk menjangkau Generasi Z. Penelitian ini penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi radio dalam menyampaikan pesan kepada audiens muda di era digital.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini meliputi observasi, wawancara, dan analisis konten. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung bagaimana Radio Suara Muslim Surabaya mengadopsi dan menerapkan konvergensi media dalam operasional sehari-hari mereka. Wawancara mendalam dilakukan dengan berbagai pihak yang terlibat, termasuk manajemen radio, penyiar, dan pendengar dari kalangan Generasi Z, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi konvergensi yang diterapkan serta dampaknya terhadap keterlibatan audiens. Analisis konten dilakukan terhadap program-program radio yang disiarkan baik melalui siaran tradisional maupun platform digital, serta interaksi yang terjadi di media sosial. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif untuk mengevaluasi

³ Siti Nur Aisah, Kusumawati Reni, and Pramadika Arliandi, “Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z.,” *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 1 (2023): 32.

⁴ Raga Bagus Satriya, “Dakwah Dialogis Radio Suara Muslim Surabaya,” 2019, 62.

⁵ Annisa Shah Rizky, “Manajemen Radio Suara Muslim Surabaya (Manajemen Media Islam Atau Islami,” *Jurnal Kopsis* 2, no. 2 (2020): 105–106.

efektivitas strategi konvergensi media yang digunakan oleh Radio Suara Muslim Surabaya dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pendengar dari kalangan Generasi Z.

B. Pembahasan

1. Definisi Konvergensi Media

Konvergensi media secara umum didefinisikan sebagai proses integrasi media massa dengan kemajuan teknologi digital yang sedang berkembang. Berbagai jenis media, termasuk majalah, surat kabar, radio, dan televisi, kini dapat digabungkan dalam satu platform digital yang terpadu.⁶ Konvergensi media adalah strategi yang mengintegrasikan atau menggabungkan berbagai platform media menjadi satu kesatuan.⁷ Fenomena ini memungkinkan penyampaian konten dari berbagai format melalui satu saluran, sehingga mempermudah akses dan distribusi informasi secara efisien. Integrasi ini tidak hanya menciptakan sinergi antara berbagai bentuk media, tetapi juga mendorong pengembangan format baru yang menggabungkan teks, gambar, audio, dan video dalam satu medium. Konvergensi media berperan penting dalam menghadapi perubahan perilaku konsumsi informasi di masyarakat dan memfasilitasi penyampaian informasi yang lebih fleksibel dan interaktif.

Konvergensi media merujuk pada integrasi berbagai bentuk media melalui proses digitalisasi yang dilakukan oleh industri media. Hal ini melibatkan penyatuan berbagai saluran dan format media, seperti teks, gambar, audio, dan video, dalam satu platform digital yang terintegrasi. Dengan konvergensi ini, industri media dapat menyajikan konten yang beragam dan kompleks secara lebih efisien, memudahkan akses dan distribusi informasi di era digital.⁸ Proses ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga memungkinkan inovasi dalam penyampaian informasi, menciptakan format dan pengalaman baru bagi pengguna. Konvergensi media menjadi kunci dalam menghadapi perubahan teknologi dan kebutuhan konsumsi informasi yang semakin dinamis di masyarakat modern.

2. Konsep Konvergensi Media

1) Industri Media Sebagai Subjek Utama

Industri media berperan sebagai pelaku utama dalam proses konvergensi media. Perusahaan media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi mulai beradaptasi dengan teknologi digital untuk tetap relevan. Mereka menggabungkan berbagai bentuk media untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan mudah diakses oleh khalayak luas. Dengan konvergensi ini, industri media dapat meningkatkan

⁶ Site Default, "Konvergensi Media Menurut Para Ahli Dan Pengaruhnya Kepada Khalayak," *PakarKomunikasi.Com*, accessed July 31, 2024, <https://pakarkomunikasi.com/konvergensi-media>.

⁷ Athik Hidayatul Ummah, *Manajemen Industri Media Massa* (Syiah Kuala University Press, 2022), 94.

⁸ Catur Nugroho, *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. (Prenada Media, 2020).

efisiensi operasional, memperluas jangkauan audiens, dan menciptakan peluang baru untuk monetisasi konten. Industri media kini tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai inovator dalam teknologi dan konten digital.

2) Teknologi Media Sebagai Inti Konvergensi

Teknologi media menjadi inti dari kemungkinan terjadinya konvergensi media. Inovasi teknologi, terutama transisi dari teknologi analog ke digital, memungkinkan berbagai bentuk pesan seperti teks, suara, dan gambar disatukan dalam satu format digital. Teknologi digital ini memungkinkan media untuk menyampaikan pesan melalui berbagai platform dengan efisiensi tinggi. Sebagai contoh, konten audiovisual kini dapat diakses melalui perangkat digital seperti *smartphone* dan komputer. Perkembangan teknologi ini memungkinkan integrasi dan distribusi konten media yang lebih luas dan fleksibel, membuka jalan bagi pengalaman media yang lebih interaktif dan dinamis.

3) Konten Media dalam Berbagai Format

Konten media kini dapat disajikan melalui berbagai format media, termasuk media digital. Koran-koran cetak mulai beralih ke platform digital dengan menciptakan situs web yang menyediakan berita dalam bentuk tulisan, suara, dan visual. Melalui platform digital, media dapat menghadirkan konten yang lebih kaya dan beragam, serta menyediakan kanal interaktif bagi pembaca. Contohnya, situs seperti Kompasiana memungkinkan pembaca untuk berinteraksi dan berdiskusi langsung di kolom komentar. Dengan adanya berbagai format ini, media dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan informasi yang beragam.

4) Khalayak Interaktif di Era Konvergensi

Pada era konvergensi media, khalayak tidak lagi hanya sebagai penonton atau pembaca pasif. Mereka dapat berkomunikasi dan memberikan umpan balik secara *real time*. Situs berita *online* memungkinkan pengunjung untuk saling memberikan komentar dan berdiskusi di kolom komentar. Meskipun terpisah oleh ruang dan waktu, interaksi ini menciptakan komunitas yang lebih terhubung. Dengan adanya fitur interaktif ini, media dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi audiens, serta menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi mereka. Khalayak kini berperan aktif dalam proses konsumsi dan distribusi informasi.

3. Strategi Konvergensi Media untuk Radio

1) Digitalisasi Konten

Digitalisasi merupakan proses konversi teknologi analog ke teknologi digital, atau penggunaan teknologi dan data digital guna meningkatkan kinerja, efisiensi, dan nilai dari suatu aktivitas, fungsi, atau model bisnis.⁹ Dalam konteks radio, digitalisasi mencakup berbagai aspek, antara lain:

a. Podcasting

⁹ Heryana Nono, Muhammad Fuad, and Titi Nugraheni, *UMKM Dalam Digitalisasi Nasional* (Cendikia Mulia Mandiri, 2023), 9.

Salah satu bentuk digitalisasi konten yang populer adalah podcast. Radio yang sebelumnya hanya tersedia melalui siaran langsung kini dapat diakses ulang oleh pendengar melalui podcast. Ini memungkinkan konten untuk diakses kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan gaya hidup *on-demand* yang disukai oleh Gen Z. Podcast juga memungkinkan pengarsipan program-program sebelumnya, memberikan fleksibilitas bagi pendengar untuk memilih topik yang relevan dengan minat mereka.

b. Streaming Online

Selain podcast, teknologi streaming daring memungkinkan radio untuk menjangkau pendengar di luar batas geografis tradisionalnya. Melalui teknologi ini, pendengar dapat menikmati siaran secara langsung melalui internet, baik melalui situs web resmi stasiun radio maupun aplikasi pihak ketiga. Hal ini meningkatkan aksesibilitas dan memungkinkan radio bersaing dengan platform digital lainnya.

c. Aplikasi Mobile

Pengembangan aplikasi seluler khusus untuk stasiun radio merupakan salah satu langkah dalam digitalisasi konten. Aplikasi tersebut tidak hanya menyediakan layanan streaming langsung, tetapi juga fitur-fitur tambahan seperti notifikasi siaran, interaksi dengan penyiar, dan konten eksklusif. Aplikasi seluler memberikan kemudahan akses dan memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna.

2) Interaktivitas

Interaktivitas dapat didefinisikan sebagai sejauh mana teknologi komunikasi mampu menciptakan lingkungan yang dimediasi, di mana peserta dapat berkomunikasi (satu-ke-satu, satu-ke-banyak, dan banyak-ke-banyak), baik secara sinkron maupun asinkron, serta berpartisipasi dalam pertukaran pesan timbal balik.¹⁰ Interaktivitas adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan pendengar, terutama di kalangan Gen Z yang cenderung lebih responsif terhadap konten yang interaktif dan partisipatif. Beberapa strategi interaktivitas meliputi:

a. Live Streaming dan Komentar Real-Time

Menggunakan platform seperti YouTube, Facebook Live, atau Instagram Live, stasiun radio dapat melakukan siaran langsung, memungkinkan audiens untuk menonton dan mendengarkan siaran sembari memberikan komentar secara real-time. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih dinamis serta memungkinkan interaksi secara langsung antara penyiar dan audiens.

b. Polling dan Survei

Menggunakan fitur polling di media sosial atau aplikasi radio, stasiun dapat mengundang pendengar untuk berpartisipasi dalam survei atau polling. Ini tidak hanya membantu dalam

¹⁰ S Kiouisis, "Interactivity: A Concept Explication," *New Media & Society* 4, no. 3 (2002): 355–383.

mendapatkan umpan balik langsung dari audiens tetapi juga membuat pendengar merasa lebih terlibat dalam konten yang disajikan.

c. Konten Multimedia

Memperkaya siaran radio dengan elemen visual seperti video klip, infografis, dan foto dapat meningkatkan daya tarik konten. Misalnya, wawancara dengan tokoh publik atau diskusi panel dapat ditampilkan dalam format video dan dibagikan di media sosial atau platform video.

3) Pemasaran dan Promosi

Integrasi media sosial dalam strategi pemasaran dan promosi adalah komponen penting dari konvergensi media.¹¹ Media sosial memungkinkan radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi dengan mereka secara lebih langsung dan personal. Beberapa taktik yang dapat diterapkan meliputi:

a. Promosi Program dan Acara

Stasiun radio dapat menggunakan platform seperti Instagram, Twitter, dan Facebook untuk mempromosikan program-program mereka, termasuk jam tayang, tamu spesial, dan topik yang akan dibahas. Promosi dapat dilakukan melalui posting visual yang menarik, cerita pendek, atau bahkan teaser video.

b. Kegiatan Interaktif

Mengadakan kegiatan interaktif seperti kuis, giveaway, atau kampanye hastag dapat meningkatkan partisipasi audiens dan memperkuat brand loyalty. Kontes yang melibatkan pengiriman video, cerita, atau foto dari pendengar juga dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan.

c. Konten Eksklusif

Memberikan akses eksklusif ke konten tertentu, seperti cuplikan di balik layar, wawancara eksklusif, atau materi promosi khusus bagi pengikut media sosial dapat meningkatkan nilai tambah bagi audiens dan mendorong lebih banyak interaksi.

4. Karakteristik Konsumsi Media Gen Z

a. Preferensi terhadap Konten yang Singkat, Interaktif, dan Visual

Generasi Z yang tumbuh dalam era digital, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap konten yang singkat, padat, dan visual.¹² Hal ini dipengaruhi oleh terbatasnya rentang perhatian yang dimiliki oleh generasi ini, yang cenderung lebih cepat bosan dengan konten yang panjang dan monoton. Audiens muda lebih tertarik pada konten yang menyajikan informasi secara cepat dan langsung, seperti klip video pendek, meme, dan infografis yang menarik secara visual. Selain itu,

¹¹ Tegar Roli A, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Media Konvensional," *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2024): 18.

¹² Melsya Dwi Putri et al., "Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital," *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora* 4, no. 2 (2024): 215.

adanya elemen interaktif seperti voting, polling, atau fitur "like" dan "comment" pada platform media sosial menambah daya tarik bagi Gen Z, karena mereka dapat secara aktif terlibat dan berpartisipasi dalam konten tersebut.

b. Kecenderungan untuk Multitasking dan Penggunaan Media Secara Simultan

Gen Z dikenal memiliki kemampuan untuk melakukan multitasking, yakni mengerjakan beberapa tugas sekaligus.¹³ Hal ini tercermin dalam cara mereka mengonsumsi media, di mana mereka seringkali menggunakan beberapa platform secara bersamaan. Sebagai contoh, seorang pendengar radio dari kalangan Gen Z tidak hanya mendengarkan siaran tetapi juga aktif berinteraksi melalui media sosial atau aplikasi pesan instan. Multitasking media merupakan bagian integral dari keseharian Gen Z. Mereka sering kali menggabungkan konsumsi media tradisional seperti radio dengan media digital seperti media sosial atau streaming video, menciptakan pengalaman media yang saling melengkapi.

c. Keinginan untuk Berpartisipasi Aktif dalam Pembuatan Konten atau Berinteraksi dengan Penyiar

Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen pasif konten media; mereka juga menunjukkan keinginan yang kuat untuk terlibat secara aktif dalam pembuatan dan penyebaran konten. Gen Z merasa lebih terhubung dan terlibat ketika mereka diberikan kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam proses produksi konten. Misalnya, dalam program radio, pendengar dari generasi ini cenderung lebih aktif mengirimkan pertanyaan, memberikan komentar, atau bahkan berbagi pengalaman mereka sendiri. Media sosial juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi interaksi antara penyiar dan audiens, memungkinkan dialog dua arah yang lebih dinamis dan personal. Selain itu, fenomena *user-generated content*, di mana audiens dapat menciptakan dan membagikan konten mereka sendiri,¹⁴ semakin memperkuat keinginan mereka untuk tidak hanya menjadi penonton tetapi juga kontributor aktif.

5. Gambaran Umum Radio Suara Muslim

Radio Suara Muslim adalah stasiun radio yang berbasis di Surabaya, Indonesia, yang telah beroperasi sejak 1 Ramadhan 1431 H atau tahun 2010. Stasiun radio ini telah berhasil menjadi salah satu media penyiaran terkemuka di Indonesia, dengan jumlah pendengar yang mencapai lebih dari setengah juta orang. Target pendengar Radio Suara Muslim adalah kalangan dewasa dan kelas menengah perkotaan yang mencari konten yang mencerahkan, menyejukkan, dan relevan dengan kehidupan mereka. Dengan komitmen kuat untuk menyajikan nilai-nilai Islam yang positif, stasiun ini memainkan peran penting dalam menyebarkan wawasan keislaman dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

¹³ Right Asrul, *Millennial Teachers for Gen Z* (NOKTAH, 2022), 20.

¹⁴ Asep Syamsul M Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa Cendekia, 2018), 108.

Program-program yang disajikan oleh Radio Suara Muslim Surabaya sangat beragam dan mencakup berbagai lini kehidupan, baik kehidupan beragama maupun sosial kemasyarakatan seperti pada umumnya. Beberapa program unggulannya seperti “Assalamualaykum Indonesia” yang menyajikan kajian Alquran, serta current affair di setiap waktu pagi. Kemudian program “Mozaik” yang menghadirkan topik seputar wanita. Program “Oase” dengan konten informasi dan inspirasi untuk menemani pendengar pada saat istirahat siang. Kemudian “Resonansi” yang menghadirkan shiroh nabi dan sahabat, juga konsultasi fiqh interaktif. Pada sore hingga malam hari, Suara Muslim Surabaya menghadirkan program “Serambi Griya Alquran” yang mengajak pendengar belajar tahsin dan tahfidz Alquran secara interaktif melalui telepon dan media sosial. Juga program “Lini Masa”, sebuah program yang dirancang khusus untuk menggaet pendengar pada kalangan millennial dan gen z, dengan topik dan penyajian yang sangat khas dengan relevan dengan segmen anak muda. Program-program ini dirancang secara kreatif dan inovatif untuk memberikan pengalaman mendengarkan dan menonton siaran radio yang komprehensif dan dinamis, sehingga pendengar terpenuhi kebutuhannya dan menjadi loyal.

Radio Suara Muslim tidak hanya dapat didengarkan melalui frekuensi FM 93.8 di wilayah Surabaya dan sekitarnya, tetapi juga melalui radio streaming online yang memungkinkan pendengar dari berbagai lokasi untuk mengakses konten mereka. Selain itu, stasiun ini juga aktif di berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan update serta informasi terkini. Kehadiran di berbagai platform digital ini menunjukkan komitmen Radio Suara Muslim untuk tetap relevan di era digital dan mendekatkan diri dengan pendengar di mana pun mereka berada.

Dalam perjalanan lebih dari satu dekade, Radio Suara Muslim telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat Indonesia, khususnya di Surabaya. Dengan konten yang kaya akan nilai-nilai Islam dan informasi yang bermanfaat, stasiun radio ini terus berupaya memberikan kontribusi positif bagi pendengarnya. Selain menyajikan program-program berkualitas, Radio Suara Muslim juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan, memperkuat perannya sebagai media yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif. Melalui berbagai inisiatif dan komitmen yang konsisten, Radio Suara Muslim tetap menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari konten Islami yang mendidik dan mencerahkan.

6. Konvergensi Media Radio Suara Muslim dalam Merebut Pendengar Gen Z

Radio Suara Muslim Surabaya telah menerapkan strategi konvergensi media untuk merebut pendengar dari kalangan Gen Z, yang dikenal memiliki preferensi kuat terhadap media digital dan interaksi yang lebih dinamis. Konvergensi media yang dilakukan oleh stasiun radio ini melibatkan

dua pendekatan utama: siaran radio konvensional dan live streaming melalui platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok.

a. Siaran Radio dan Live Streaming Sosial Media

Radio Suara Muslim Surabaya menyadari pentingnya mengintegrasikan media konvensional dengan media digital untuk menarik perhatian Generasi Z, yang merupakan kelompok usia digital-native. Untuk memenuhi kebutuhan ini, stasiun radio tersebut tidak hanya mengandalkan siaran radio tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknologi live streaming. Program siaran radio yang sedang berlangsung disiarkan secara langsung melalui platform media sosial, seperti Instagram, yang merupakan salah satu media yang paling sering digunakan oleh Generasi Z.

Langkah ini memungkinkan audiens untuk mengakses konten secara real-time melalui perangkat mobile, sehingga memberikan fleksibilitas dan kenyamanan lebih dalam mengonsumsi konten. Integrasi antara siaran radio dan live streaming di media sosial ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga meningkatkan engagement dengan pendengar yang lebih muda. Selain itu, penyajian konten melalui berbagai kanal media memperkuat relevansi dan adaptabilitas Radio Suara Muslim di era digital, di mana konsumsi media semakin bergeser ke arah platform digital dan interaktif. Dengan demikian, strategi ini menjadi komponen penting dalam upaya Radio Suara Muslim untuk tetap kompetitif dan relevan di tengah dinamika perubahan preferensi audiens.

b. Interaksi dan Engagement

Salah satu komponen kunci dalam strategi konvergensi yang diterapkan oleh Radio Suara Muslim adalah peningkatan interaktivitas. Melalui live streaming yang dilakukan di berbagai platform media sosial, stasiun radio ini tidak hanya memperluas jangkauan siaran, tetapi juga menciptakan kanal interaksi langsung dengan pendengar. Pendengar diberikan kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam program melalui fitur komentar atau chat yang tersedia pada platform streaming tersebut. Fitur-fitur ini memungkinkan audiens untuk mengajukan pertanyaan, memberikan umpan balik, atau sekadar berkomunikasi dengan penyiar serta narasumber yang hadir dalam acara.

Interaksi yang dimediasi oleh teknologi ini tidak hanya meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement*) pendengar, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk membangun komunitas pendengar yang lebih solid dan loyal. Pendekatan ini memperkuat ikatan antara radio dan audiensnya, karena pendengar merasa dilibatkan secara langsung dalam konten yang disajikan. Selain itu, umpan balik yang diterima secara langsung melalui platform interaktif ini dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk memahami preferensi dan kebutuhan pendengar, sehingga memungkinkan Radio Suara Muslim untuk terus menyempurnakan program-programnya agar sesuai dengan harapan audiens. Dalam konteks ini, konvergensi media yang memfasilitasi interaksi langsung menjadi strategi vital untuk memastikan kelangsungan relevansi dan daya saing stasiun radio di era digital.

c. Diversifikasi Konten

Radio Suara Muslim Surabaya menerapkan diversifikasi konten dengan memanfaatkan rekaman live streaming untuk menciptakan materi tambahan yang diunggah ke berbagai platform media sosial. Materi ini disajikan dalam bentuk video pendek atau reels yang memuat cuplikan menarik dari program, sorotan pembahasan, atau momen interaksi dengan pendengar. Strategi ini memungkinkan stasiun radio untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak sempat mendengarkan siaran langsung tetapi tetap ingin mengikuti perkembangan informasi dan hiburan yang disajikan.

Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga memperkuat *brand awareness* melalui kehadiran di platform digital. Dengan menyediakan konten yang mudah diakses dan dikonsumsi dalam format yang lebih singkat dan visual, Radio Suara Muslim dapat memenuhi preferensi audiens modern yang cenderung menyukai media sosial. Diversifikasi konten ini juga membantu dalam membangun koneksi yang lebih erat dengan pendengar, memperkuat engagement, dan meningkatkan visibilitas program-program radio, sehingga memastikan relevansi stasiun di era digital.

d. Adaptasi Terhadap Tren Teknologi dan Preferensi Pendengar

Konvergensi media ini menunjukkan adaptasi Radio Suara Muslim Surabaya terhadap tren teknologi dan preferensi konsumsi media dari pendengar muda. Dalam era digital, kehadiran di media sosial dan penggunaan live streaming bukan lagi pilihan melainkan kebutuhan untuk tetap relevan dan kompetitif. Radio Suara Muslim Surabaya telah memanfaatkan platform ini tidak hanya sebagai saluran tambahan tetapi juga sebagai medium utama untuk menjalin komunikasi dua arah dengan pendengarnya.

Strategi konvergensi media yang diterapkan oleh Radio Suara Muslim Surabaya merupakan langkah yang cerdas dan relevan untuk meraih perhatian Gen Z. Dengan menggabungkan kekuatan siaran radio konvensional dan media sosial, mereka tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan *engaging* bagi pendengar. Ini merupakan contoh bagaimana media tradisional dapat bertransformasi dan tetap eksis di era digital melalui inovasi dan adaptasi teknologi.

7. Faktor Pendukung Konvergensi Media Radio Suara Muslim

a. Perubahan Preferensi Audiens

Dengan perubahan demografis, terutama pertumbuhan Generasi Z, Radio Suara Muslim dihadapkan pada audiens yang memiliki karakteristik dan preferensi yang berbeda secara signifikan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Generasi Z cenderung lebih akrab dengan teknologi digital dan menunjukkan preferensi yang kuat terhadap konten

yang interaktif, visual, serta dapat diakses melalui berbagai perangkat digital. Dalam rangka mempertahankan relevansi dan daya tarik di kalangan segmen pendengar ini, diperlukan adanya konvergensi media. Hal ini mencakup integrasi berbagai platform digital untuk menyajikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan mudah diakses, sehingga mampu memenuhi ekspektasi audiens yang lebih mengutamakan interaksi dan fleksibilitas dalam konsumsi media. Konvergensi media ini merupakan langkah strategis yang esensial untuk menjaga kelangsungan dan pertumbuhan Radio Suara Muslim di era digital.

b. Kemajuan Teknologi Digital

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara informasi dikonsumsi dan diproduksi. Ketersediaan internet berkecepatan tinggi, perangkat mobile, dan platform media sosial memungkinkan akses informasi yang cepat dan mudah. Radio tradisional, yang sebelumnya terbatas pada siaran FM, kini dapat memperluas jangkauannya melalui streaming online dan media sosial. Teknologi ini memungkinkan integrasi yang mulus antara audio dan visual, memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi pendengar.

c. Persaingan dalam Industri Penyiaran

Industri penyiaran mengalami persaingan yang ketat dengan munculnya berbagai platform media baru, seperti podcast, layanan streaming musik, dan media sosial. Untuk tetap kompetitif, radio harus menawarkan nilai tambah yang tidak hanya terletak pada konten audio tetapi juga pada cara penyajian dan interaktivitasnya. Konvergensi media memungkinkan radio untuk menawarkan konten yang lebih dinamis dan menarik, meningkatkan daya saing mereka di pasar.

d. Kebutuhan untuk Meningkatkan Engagement

Konvergensi media memungkinkan interaksi yang lebih besar dengan audiens, seperti melalui komentar real-time, voting, dan sesi tanya jawab langsung. Fitur-fitur ini meningkatkan keterlibatan audiens, membuat mereka merasa lebih terhubung dan terlibat dengan konten. Dalam konteks dakwah, hal ini juga penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan didiskusikan secara aktif oleh audiens.

e. Ekspansi Jangkauan Audiens

Dengan menggunakan media digital, Radio Suara Muslim dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang berada di luar jangkauan geografis siaran FM tradisional. Streaming online dan konten yang tersedia di media sosial memungkinkan akses dari mana saja, kapan saja. Ini sangat penting untuk memperluas dampak penyiaran dakwah dan menjangkau komunitas yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar negeri.

f. Peluang Monetisasi Baru

Konvergensi media juga membuka peluang monetisasi baru. Misalnya, melalui sponsorship di platform media sosial, iklan yang disematkan dalam live streaming, atau konten berbayar. Pendekatan ini tidak hanya mendiversifikasi sumber pendapatan tetapi juga meningkatkan stabilitas finansial radio.

g. Adaptasi terhadap Kebiasaan Multitasking Audiens

Gen Z sering kali melakukan multitasking saat mengonsumsi media, seperti mendengarkan radio sambil mengakses media sosial. Konvergensi media memungkinkan Radio Suara Muslim untuk hadir di berbagai platform secara bersamaan, memenuhi kebutuhan audiens yang terbiasa dengan multitasking ini. Dengan demikian, radio tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga bagian dari ekosistem media sehari-hari audiens.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung tersebut, Radio Suara Muslim tidak hanya melakukan konvergensi media sebagai strategi bertahan, tetapi juga sebagai langkah proaktif untuk memperluas jangkauan dan relevansinya di era digital. Hal ini menunjukkan adaptasi yang baik terhadap perubahan dalam perilaku konsumen dan lanskap teknologi, serta komitmen untuk tetap menjadi sumber informasi dan inspirasi yang andal bagi audiensnya.

8. Tantangan Konvergensi Media Radio Suara Muslim

Meskipun konvergensi media menawarkan banyak manfaat, Radio Suara Muslim juga menghadapi berbagai tantangan atau faktor penghambat dalam proses ini. Berikut adalah beberapa faktor penghambat yang mungkin dihadapi:

a. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dan Keahlian Teknis

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) merupakan tantangan yang dalam transformasi digital. Transformasi ini memerlukan modal tidak hanya dalam bentuk peralatan canggih, tetapi juga dalam keahlian dan kapabilitas SDM.¹⁵ Konvergensi media menuntut tenaga kerja yang terampil dalam teknologi digital dan produksi konten multimedia. Keterbatasan dalam SDM yang memiliki keahlian khusus dalam manajemen media sosial, video editing, dan teknologi streaming dapat menjadi hambatan.¹⁶ Staf yang sebelumnya hanya terbiasa dengan format radio tradisional mungkin memerlukan pelatihan tambahan untuk menguasai alat dan platform digital baru.

b. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Implementasi konvergensi media memerlukan infrastruktur teknologi yang memadai, seperti peralatan untuk siaran live streaming, server untuk menyimpan dan memproses data, serta perangkat lunak untuk manajemen konten digital. Keterbatasan anggaran atau investasi dalam

¹⁵ "Tantangan Media Konvensional Saat Ini," *Tempo Institute*, <https://blog.tempoinstitute.com/berita/tantangan-media-konvensional-saat-ini/>.

¹⁶ Didit Darmawan et al., *Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 152.

infrastruktur ini dapat membatasi kemampuan Radio Suara Muslim untuk sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital.

c. Persaingan yang Ketat di Platform Digital

Media konvensional saat ini menghadapi tantangan besar karena harus bersaing dengan konten viral yang dapat diunggah oleh siapa saja tanpa melalui proses redaksi.¹⁷ Di era digital, Radio Suara Muslim tidak hanya bersaing dengan stasiun radio lain, tetapi juga dengan berbagai bentuk hiburan dan informasi lainnya, seperti podcast, YouTube, influencer, dan layanan streaming musik. Persaingan yang semakin ketat ini mengharuskan mereka untuk menghasilkan konten yang kreatif dan berkualitas tinggi agar dapat menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Hal ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi media konvensional.

d. Masalah Keamanan dan Privasi Data

Penggunaan platform digital dan media sosial melibatkan proses pengumpulan dan pengelolaan data audiens, yang menimbulkan tantangan terkait dengan keamanan dan privasi data. Khususnya, penting untuk menjaga informasi pribadi pengguna dengan hati-hati. Kesalahan dalam menangani data ini dapat berdampak buruk pada reputasi stasiun radio dan menurunkan tingkat kepercayaan dari pendengar. Kesadaran akan risiko ini, serta partisipasi dalam program edukasi terkait, dapat membantu menciptakan lingkungan online yang lebih aman dan terlindungi.¹⁸

e. Resistensi Terhadap Perubahan

Resistensi terhadap perubahan sering muncul di kalangan anggota tim atau manajemen dalam proses konvergensi media. Hal ini bisa disebabkan oleh ketidaknyamanan dengan teknologi baru, kekhawatiran mengenai perubahan peran pekerjaan, atau ketidakpastian tentang hasil dari perubahan tersebut. Budaya organisasi yang kurang adaptif terhadap perubahan juga dapat menjadi hambatan signifikan dalam upaya transformasi ini. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan yang melibatkan pelatihan, komunikasi terbuka, dan penyesuaian budaya organisasi untuk mendukung adaptasi dan inovasi.

f. Biaya Implementasi yang Tinggi

Konvergensi media membutuhkan investasi besar dalam teknologi, pelatihan staf, dan produksi konten. Radio Suara Muslim mungkin mengalami tantangan keuangan dalam mengalokasikan dana untuk kebutuhan ini, terutama jika mereka tidak memiliki sumber pendapatan tambahan yang memadai untuk mendukung transformasi digital. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan strategi keuangan yang efektif, seperti mencari mitra atau investor, serta memaksimalkan pendapatan dari iklan dan layanan berbayar, guna memastikan kelancaran proses transformasi ini.

g. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah

¹⁷ "Tantangan Media Konvensional Saat Ini."

¹⁸ "Keamanan Data Online: Menjaga Privasi Di Media Sosial," last modified 2024, <https://toekangdigital.com/keamanan-data-online-menjaga-privasi-di-media-sosial/>.

Regulasi dan kebijakan pemerintah yang mengatur penyiaran dan media digital terkadang dapat membatasi inovasi. Sebagai contoh, peraturan tentang konten yang dapat disiarkan atau dibagikan di media sosial mungkin menghambat kreativitas atau membatasi jenis konten yang dapat diproduksi. Hal ini dapat menjadi tantangan signifikan bagi Radio Suara Muslim dan media lainnya yang berusaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren konten digital. Untuk menghadapi kendala ini, media harus secara proaktif memahami dan mengikuti regulasi yang ada, serta bekerja sama dengan regulator untuk mencari solusi yang mendukung inovasi tanpa mengesampingkan kepatuhan terhadap peraturan. Selain itu, media juga dapat mengeksplorasi berbagai strategi kreatif dalam produksi konten yang tetap sesuai dengan regulasi namun tetap menarik bagi audiens. Dengan demikian, media dapat mempertahankan dinamika inovasi sambil memastikan keselarasan dengan kebijakan yang berlaku.

h. Tantangan dalam Membuat Konten yang Relevan dan Engaging

Menciptakan konten yang tetap relevan dan menarik bagi Gen Z merupakan tantangan yang kompleks. Generasi ini memiliki preferensi yang cepat berubah dan rentang perhatian yang lebih pendek, yang menuntut Radio Suara Muslim untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren terbaru. Upaya untuk memahami perilaku, minat, dan kebutuhan Gen Z menjadi krusial. Strategi yang efektif dapat melibatkan analisis data audiens secara mendalam untuk mengidentifikasi tren dan pola konsumsi konten yang populer di kalangan Gen Z. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau tokoh yang berpengaruh di media sosial dapat membantu meningkatkan daya tarik konten. Pendekatan lain yang bisa diambil adalah menghasilkan konten yang interaktif dan partisipatif, seperti siaran langsung yang memungkinkan audiens berinteraksi secara real-time. Dengan menggabungkan berbagai strategi ini, Radio Suara Muslim dapat lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian audiens Gen Z, sekaligus memastikan konten yang disajikan tetap relevan dan menarik.

C. Kesimpulan

Perkembangan teknologi digital memaksa media konvensional seperti radio untuk beradaptasi agar tetap relevan. Radio Suara Muslim Surabaya, melalui strategi konvergensi media, berusaha menjangkau Generasi Z yang lebih akrab dengan media digital dan interaktif, sebagai berikut:

1. Transformasi Media Konvensional: Radio Suara Muslim Surabaya telah menunjukkan bahwa media konvensional, seperti radio, harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital untuk tetap relevan. Konvergensi media yang diterapkan oleh stasiun ini menunjukkan bahwa integrasi antara siaran radio tradisional dan platform digital, seperti media sosial, merupakan langkah penting untuk mempertahankan dan memperluas jangkauan audiens, terutama di kalangan Generasi Z.

2. Fokus Distribusi pada Media yang Telah Berkonvergensi: Setelah melakukan konvergensi, tantangan utama bagi Radio Suara Muslim Surabaya bukan lagi pada produksi konten, tetapi pada distribusi. Stasiun radio ini harus memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya bisa diakses melalui frekuensi radio tradisional, tetapi juga bisa eksis dan berkembang di platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, yang lebih sering digunakan oleh Generasi Z.
3. Penambahan Nilai pada Konten: Untuk menarik minat Generasi Z, Radio Suara Muslim Surabaya menambahkan nilai pada kontennya dengan membuatnya lebih interaktif, visual, dan singkat. Strategi ini dilakukan melalui penyajian program yang dikemas secara dinamis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengar muda. Konten yang disajikan tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur dan melibatkan audiens secara langsung.
4. Peran Interaktivitas dalam Meningkatkan Engagement: Interaktivitas adalah elemen kunci dalam strategi Radio Suara Muslim Surabaya untuk meningkatkan engagement dengan pendengar muda. Dengan menggunakan live streaming di platform seperti Instagram dan TikTok, pendengar dapat berpartisipasi langsung dalam program melalui komentar atau chat real-time, yang tidak hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga membangun komunitas pendengar yang lebih kuat dan loyal.
5. Adaptasi terhadap Preferensi Generasi Z: Keberhasilan Radio Suara Muslim Surabaya dalam mempertahankan relevansinya sangat bergantung pada kemampuannya untuk terus beradaptasi dengan preferensi dan kebiasaan konsumsi media Generasi Z. Dengan menggabungkan siaran radio konvensional dan kehadiran di platform digital, stasiun radio ini mampu menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens muda di era digital.

Dengan menerapkan konvergensi media, Radio Suara Muslim Surabaya berhasil mempertahankan relevansi dan daya saingnya di era digital, menunjukkan bagaimana media tradisional dapat bertransformasi untuk memenuhi kebutuhan audiens yang semakin berkembang.

Daftar Pustaka

- Aisah, Siti Nur, Kusumawati Reni, and Pramadika Arliandi. "Analisis Fenomena Program Kajian Masa Kini Guna Meningkatkan Pemikiran Islami Gen Z." *Jurnal Ilmiah Research Student* 1, no. 1 (2023).
- Asrul, Right. *Millennial Teachers for Gen Z*. NOKTAH, 2022.
- Darmawan, Didit, Anitha Paulina, Choliq. Abdul, Santy Srihayanti, Hariyanti Hamid, Ria Estiana, Girafi Mohammad, and Dkk. *Manajemen Sumber Daya Manusia Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

- Default, Site. "Konvergensi Media Menurut Para Ahli Dan Pengaruhnya Kepada Khalayak." *PakarKomunikasi.Com*. Accessed July 31, 2024. <https://pakarkomunikasi.com/konvergensi-media>.
- Efendi, Erwan, Gita Ramadhani, and Tria Tanti. "Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 2 (2023).
- Kiousis, S. "Interactivity: A Concept Explication." *New Media & Society* 4, no. 3 (2002): 355–383.
- Nono, Heryana, Muhammad Fuad, and Titi Nygraheni. *UMKM Dalam Digitalisasi Nasional*. Cendikia Mulia Mandiri, 2023.
- Nugroho, Catur. *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, Dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media, 2020.
- Pilitsidou, Zacharenia, Nikolaos Tsigilis, and George Kalliris. "Radio Stations and Audience Communication: Social Media Utilization and Listeners Interaction." *Issues in Social Sciences in Social Science* 7, no. 1 (2019).
- Putri, Melsya Dwi, Emilia Susanti, Lara Santri, Nopalia Susanti, and Rasti Ananda. "Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital." *Khatulistiwa : Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora* 4, no. 2 (2024).
- Rizky, Annisa Shah. "Manajemen Radio Suara Muslim Surabaya (Manajemen Media Islam Atau Islami)." *Jurnal Kopsis* 2, no. 2 (2020).
- Roli A, Tegar. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Media Konvensional." *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2024): 18–26.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia, 2018.
- Satriya, Raga Bagus. "Dakwah Dialogis Radio Suara Muslim Surabaya," 2019.
- Ummah, Athik Hidayatul. *Manajemen Industri Media Massa*. Syiah Kuala University Press, 2022.
- "Keamanan Data Online: Menjaga Privasi Di Media Sosial." Last modified 2024. <https://toekangdigital.com/keamanan-data-online-menjaga-privasi-di-media-sosial/>.
- "Tantangan Media Konvensional Saat Ini." *Tempo Institute*. <https://blog.tempoinstitute.com/berita/tantangan-media-konvensional-saat-ini/>.