ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK

TUGAS AKHIR

Oleh:

SALSABELLA ZULYTA
2103110040

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Audio Visual

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap	:	Salsabella Zulyta
NPM	:	2103110040
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal	:	Senin, 24 Maret 2025
Waktu	:	Pukul 08.30 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom ( )

PENGUJI II : SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom ( )

PENGUJI III : NURHASANAH NASUTION S.Sos., M.I.Kom ( )

PANITIA PENGUJI

Ketua	Sekretaris
Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP	**Assoc. Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom**

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap	:	Salsabella Zulyta
NPM	:	2103110040
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Analisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio Melalui Platform Digital Dalam Menyajikan Konten Soft News Dan Musik

Medan, 11 Maret 2025

Pembimbing

Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0110077602

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc.,Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Salsabella Zulyta**, NPM **2103110040**, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 27 April 2025

Yang Menyatakan,

Salsabella Zulyta

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **"ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK"** dan juga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya dan setulusnya peneliti berikan kepada **Ayahanda Zulkarnain,** dan juga **Ibunda Miswitawati** atas dukungan yang telah diberikan kepada peneliti, yakni dukungan materil, moral, serta nasehat-nasehat kepada peneliti selama peneliti berkuliah dan juga dukungan doa serta support yang tiada hentinya sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir dan juga perkuliahan peneliti.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1 Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2 Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3 Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, Ssos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4 Ibu Dr. Hj. Yusrina Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5 Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

6 Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

7 Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing peneliti selama proses penyelesaian tugas akhir ini

8 Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Biro FISIP UMSU yang telah membantu peneliti dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada peneliti

9 Bapak Zaky Yusuf selaku Direktur Utama Move Online Radio

10 Kepada kedua abang kandung peneliti yang telah memberikan support dan nasehat-nasehat selama peneliti menyelesaikan tugas akhir yaitu Achmad Dito Azlamsyah, dan Muhammad Jan Setiawan

11 Kepada sahabat-sahabat tercinta yang selalu mendukung selama peneliti menyelesaikan tugas akhir yaitu Ristya Chayani, Anjelita Ditya, Zefanya Brigitha Barus, dan Vanisa Pricilia Putri

12 Kepada teman-teman peneliti terpeneliting yang sama-sama berjuang menyelesaikan perkuliahan hinga tugas akhir dan selalu mendukung peneliti yaitu Fauziah Mar'atu Shaleha, Tata Amelia, Husna Latifunnisa

13 Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Walau tidak tertulis, InsyaAllah perbuatan kalian akan menjadi amal baik, aamiin.

Akhir kata, peneliti mohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada tugas akhir ini. Namun peneliti berharap saran dan kritik yang membangun dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini.

Medan, 8 Maret 2025
Peneliti,

Salsabella Zulyta
2103110040

ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK

Salsabella Zulyta
2103110040

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi industri penyiaran radio, menggeser pola konsumsi audiens dari siaran konvensional ke platform digital. Move Online Radio merupakan salah satu contoh radio daring yang memanfaatkan *website*, aplikasi hingga media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, di tengah persaingan dengan media digital lainnya, diperlukan strategi yang tepat agar tetap relevan. Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio Melalui Platform Digital dalam Menyajikan Konten *Soft News* dan Musik. Kajian ini didasarkan pada Teori Konvergensi Media, yang menjelaskan bagaimana berbagai bentuk media dapat saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain. Dengan teori ini, penelitian mengkaji bagaimana Move Online Radio mengadopsi strategi penyiaran digital untuk meningkatkan *engagement audiens*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui analisis konten serta wawancara. Data yang diperoleh dianalisis untuk memahami pola adaptasi penyiaran digital yang dilakukan Move Online Radio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Move Online Radio menerapkan strategi berbasis tren dengan mengoptimalkan teknologi digital, seperti kurasi *playlist* berbasis data dan integrasi media sosial untuk interaksi audiens. Pendekatan *participatory culture* juga diterapkan dengan memberikan peran lebih besar kepada audiens dalam menentukan konten siaran. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan penyiaran radio di era digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh inovasi dalam strategi penyampaian dan adaptasi terhadap perubahan teknologi serta preferensi audiens.

Kata Kunci : *Dinamika Penyiaran, Konvergensi Media, Move Online Radio*

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR iv
DAFTAR TABEL v
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Sistematika Penulisan 6
BAB II URAIAN TEORITIS 8
2.1 Komunikasi Massa 8
2.2 Dinamika 10
2.3 Radio 13
2.4 Platform Digital 18
2.5 Konvergensi Media 21
2.6 Analisis Konten (*Content Analysis*) 22
BAB III METODE PENELITIAN 24
3.1 Jenis Penelitian 24
3.2 Kerangka Konsep 24
3.3 Definisi Konsep 25
3.4 Kategorisasi Penelitian 26
3.5 Narasumber 27
3.6 Teknik Pengumpulan Data 28
3.7 Teknik Analisis Data 29
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian 31
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian 31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 34

4.1 Hasil Penelitian 34
4.2 Pembahasan 53
BAB V PENUTUP 78
5.1 Simpulan 78
5.2 Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 81
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Kerangka Konsep 25
Gambar 4. 1. Website Move Online Radio 35
Gambar 4. 2. Aplikasi Move Online Radio..... 36
Gambar 4. 3. Akun TikTok Move Online Radio 38
Gambar 4. 4. Akun Instagram Move Online Radio 39

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Kategorisasi Penelitian..... 27

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, penyiaran radio mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Transformasi ini ditandai oleh meningkatnya penggunaan *platform digital* untuk menyampaikan konten, termasuk *soft news* dan musik, yang sebelumnya didominasi oleh penyiaran tradisional.

Salah satu contoh nyata dari fenomena ini adalah Move Online Radio, yang memanfaatkan *platform digital* untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Langkah ini membuka peluang baru, tetapi juga menciptakan tantangan besar bagi penyiaran radio untuk mempertahankan relevansi dan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat dengan media baru.

Pemilihan topik penelitian ini berfokus pada dinamika penyiaran Move Online Radio melalui *platform digital*, seperti website "moveonlineradio.com" dan Instagram "moveonlineradio". Kedua *platform* ini menggambarkan pergeseran dari konsep penyiaran tradisional menuju konvergensi media. Dalam konteks ini, radio tidak lagi hanya menjadi medium audio tetapi juga meliputi format multimedia, seperti video dan teks, untuk menyampaikan kontennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi konvergensi yang diterapkan oleh Move Online

Radio dalam penyampaian konten *soft news* dan musik, serta bagaimana strategi ini berkontribusi pada peningkatan *engagement audience*.

Fenomena ini relevan mengingat banyak stasiun radio mengalami penurunan jumlah pendengar akibat pergeseran preferensi masyarakat ke media digital. Penurunan ini memaksa lembaga penyiaran radio untuk terus berinovasi, baik dalam teknologi penyiaran maupun materi siarannya, agar tetap kompetitif di era konvergensi media. Manajemen radio perlu terus ditingkatkan untuk menjamin keberlangsungan siaran radio langsung dan mempunyai strategi menghadapi persaingan di era digital ini (Nasution, 2018).

Berbagai penelitian terdahulu memiliki relevansi kuat dalam menggambarkan bagaimana media penyiaran, khususnya radio, menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Meskipun fokus objek penelitiannya berbeda, semua penelitian menyoroti pentingnya inovasi, strategi komunikasi, dan pemanfaatan teknologi digital dalam mempertahankan eksistensi media penyiaran. Peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut;

Penelitian (Nasution, 2018), yang *berjudul "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital"*, menyoroti strategi yang digunakan oleh KISS FM Medan untuk menarik segmen pasar remaja berusia 15-25 tahun. Radio ini berhasil tampil beda dengan konsisten memutar lagu-lagu terbaru dan tidak mengulang hits lama seperti radio lainnya. Selain itu, KISS FM telah merambah *platform digital* seperti YouTube, dengan menyajikan konten menarik seperti wawancara artis

yang dapat diakses secara online. Inovasi dalam strategi penyiaran, baik melalui *on-air, off-air*, maupun live streaming, menjadi kunci keberhasilan KISS FM menghadapi persaingan di era digital.

Peneliti (Sinaga, 2017), berjudul *"Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya",* mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh radio komunitas Usukom FM di tengah maraknya radio komersial. Meskipun memiliki keterbatasan dalam aplikasi strateginya, radio ini tetap berupaya menjaga eksistensinya melalui program-program yang relevan dan interaksi langsung dengan audiens, seperti permintaan lagu melalui SMS dan telepon. Usukom FM juga fokus pada kebutuhan komunitas mahasiswa sebagai target audiensnya, meskipun implementasi strategi tersebut masih perlu ditingkatkan.

Penelitian lainnya (Santoso et al., 2023), *"Online Media Reporting Model Encourages Society to Migrate to Digital Broadcasting"*, menganalisis peran media online, khususnya Detikcom, dalam mendorong peralihan masyarakat dari televisi analog ke digital. Penelitian ini menemukan bahwa model pemberitaan digital memainkan peran penting dalam menyosialisasikan digitalisasi siaran, dengan memperhatikan aspek ekonomi, teknis, yuridis, dan politik. Penelitian ini menunjukkan bagaimana pemberitaan media online dapat menjadi alat strategis dalam mengarahkan audiens untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi penyiaran.

Secara keseluruhan, ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi, strategi komunikasi yang efektif, strategi konvergensi media, seperti

multimedia dan multiplatform, serta penggunaan live streaming, dan adaptasi terhadap perubahan perilaku audiens adalah elemen penting dalam mempertahankan relevansi media penyiaran. Temuan ini menjadi acuan berharga bagi penelitian tentang dinamika penyiaran radio seperti Move Online Radio, yang juga menghadapi tantangan serupa dalam memanfaatkan *platform digital* untuk menyajikan konten *soft news* dan musik guna menarik audiens dan mempertahankan eksistensi di era digital.

Perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Utara khususnya di kota Medan sangat ketat sehingga diperlukan keterampilan dan pengetahuan untuk mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar radio baru. Regulasi di bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran memerlukan kreativitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution, 2017).

Penelitian ini akan mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh Move Online Radio dalam menyajikan konten *soft news* dan musik melalui *platform digital*. Kerangka teori yang digunakan adalah teori konvergensi media, yang menjelaskan bagaimana berbagai bentuk media dapat saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain. Peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis konten (*content analysis*) dan wawancara untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam. Fokus utama penelitian ini adalah mengungkap bagaimana dinamika penyiaran yang efektif

dapat meningkatkan *engagement* audiens serta membantu radio mempertahankan eksistensinya di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu "Bagaimana Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui *Platform Digital* dalam Menyajikan Konten *Soft News* dan Musik?".

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Bagaimana Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui *Platform Digital* dalam Menyajikan Konten *Soft News* dan Musik.

1.4 Manfaat Penelitian

Dapat dijelaskan manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan di bidang komunikasi khususnya mengenai penerapan teori konvergensi media dalam penyiaran radio digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas tentang strategi penyiaran di era digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini membekali para profesional penyiaran radio, khususnya Move Online Radio, dengan pengetahuan untuk memahami dinamika penyiaran digital yang efektif. Temuan penelitian dapat

menjadi dasar untuk merumuskan strategi pengelolaan konten *soft news* dan musik melalui *platform digital* untuk meningkatkan keterlibatan audiens

1.4.3 Manfaat Industri Media

Kajian ini dapat menjadi acuan bagi industri media untuk mengembangkan inovasi penyiaran, memperkuat eksistensinya dalam menghadapi persaingan media digital, dan menciptakan peluang baru kerjasama pemasaran dan multimedia.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing. Seperti, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Seperti komunikasi massa, dinamika, radio, *platform digital*, konvergensi media, dan analisis konten.

BAB III : Bab ini mengemukakan metode penelitian, mulai dari jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, narasumber, teknik pengumpulan dan analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan juga pembahasan.

BAB V : Bab ini terdiri dari simpulan dan juga saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi Massa

Salah satu bentuk dari komunikasi adalah komunikasi massa. Menurut tinjauan praktis, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) dengan menggunakan media massa sebagai perantaranya. Di samping pengiriman pesannya menggunakan media massa, pihak komunikan dalam komunikasi massa ini tidak berjumlah satu orang saja, tetapi melibatkan banyak orang. Dengan kata lain pesan dalam komunikasi massa ini diperuntukkan kepada massa. Itu jelas perbedaannya dengan komunikasi antarpribadi yang pesannya hanya dikirim secara personal bukan massal.

Pakar komunikasi, Gerbner pada (Rachman, 2018) mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai *mass communication is the tehnologically and institutionally based production and istribution of the most broadly shared continuos flow of messages in industrial societies*. Artinya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sesuai namanya, dapat dipahami bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang memanfaatkan media massa cetak, elektronik, atau media massa online sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak.

Berdasarkan bentuknya media massa dapat dibagi menjadi:

a. Media cetak (*printed media*), yaitu media massa yang dalam penyebaran pesan berbentuk teks atau visual. Seperti, surat kabar, majalah, buku, brosur atau sebagainya.
b. Media elektronik, yaitu media massa yang dalam penyebaran pesan berbentuk visual (gambar) dan audio (suara). Seperti, radio, televisi, film, video dan lain-lain.

Mengikuti perkembangan zaman, media massa kini tidak hanya terbatas pada surat kabar, televisi maupun radio saja. Yang terbaru yakni media massa yang memanfaatkan jaringan internet untuk menyebarluaskan pesan atau disebut sebagai media online. Media massa satu ini mempunyai sifat yang lengkap mencakup apa yang dimiliki oleh radio dan televisi, bahkan media online punya kelebihan dibanding media cetak dan elektronik. Keunggulan media online terdapat pada alur komunikasi yang lebih bergairah dan cepat, dimana khalayak dapat berperan aktif sebagai komunikator atau komunikan. Sebab, dengan memakai jaringan internet, para penerima pesan (komunikan) dapat saling memberi feedback (umpan balik) saat itu juga.

2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang melibatkan banyak orang sekaligus. Menurut Wright yang dikutip (Redi, 2015, p. 150) menyebutkan beberapa karakteristik komunikasi massa, yaitu:

a. Audiens Besar, Beragam, dan Anonim.

   Pesan dalam komunikasi massa ditujukan kepada kelompok yang sangat besar, terdiri dari orang-orang dengan latar belakang yang

berbeda-beda, dan tidak saling mengenal secara pribadi. Contohnya, penonton televisi atau pengguna media sosial.

b. Pesan Bersifat Umum, Terjadwal, dan Diterima Secara Serentak.

Pesan yang disampaikan biasanya tidak bersifat pribadi, tetapi relevan untuk banyak orang, seperti berita atau hiburan. Pesan ini sering direncanakan waktu penyebarannya (misalnya jadwal siaran TV) dan diterima oleh audiens pada waktu yang bersamaan.

c. Komunikator Berasal Dari Organisasi Besar Dengan Modal Cukup.

Pihak yang mengirimkan pesan biasanya adalah lembaga besar, seperti stasiun TV, perusahaan media, atau platform digital. Mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk menghasilkan dan menyebarkan pesan secara luas.

2.2 Dinamika

Dinamika berasal dari kata Yunani *dynamis*, yang berarti kekuatan atau daya. Dinamika adalah istilah yang sering digunakan dalam berbagai disiplin ilmu untuk menggambarkan perubahan atau pergerakan yang terjadi dalam suatu sistem.

2.1.2 Dinamika Dalam Konteks Studi

a. Dinamika Sosial

Dalam konteks sosial, dinamika mencakup perubahan dalam pola interaksi, struktur, dan norma-norma masyarakat. Menurut (Tejokusumo, 2014), dinamika mencerminkan kemampuan suatu sistem untuk beradaptasi

terhadap perubahan, baik yang berasal dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal).

Contoh nyata dari dinamika sosial adalah perubahan cara komunikasi akibat perkembangan teknologi digital. (Marchellia & Siahaan, 2022) menjelaskan bahwa media sosial telah mengubah pola hubungan sosial dari yang bersifat tatap muka menjadi berbasis virtual. Perubahan ini berdampak pada pembentukan identitas individu, pola hubungan antarkelompok, serta pengaruh sosial yang diterima oleh masyarakat

b. Dinamika Politik

Dalam ranah politik, dinamika merujuk pada perubahan yang berlangsung dalam sistem politik, kebijakan publik, maupun perilaku para aktor politik. Dinamika politik memperlihatkan sejauh mana sistem politik mampu menyesuaikan diri dengan tuntutan masyarakat, baik dalam aspek partisipasi politik maupun dalam hal distribusi sumber daya (Munggaran, 2023). Contoh konkret dari dinamika politik adalah perubahan sistem pemilu di berbagai negara. Menurut (Reza Retamara,Kun Budianto, 2023) Perkembangan dinamika politik di Indonesia kerap dipengaruhi oleh isu-isu strategis, antara lain korupsi, kebijakan ekonomi, dan politik identitas. Kondisi ini memperlihatkan bahwa sistem politik nasional bersifat dinamis dan mengalami perubahan berkelanjutan untuk merespons tuntutan masyarakat.

c. Dinamika Penyiaran

Dinamika dalam dunia penyiaran mencerminkan perubahan signifikan yang terjadi dalam berbagai aspek industri ini. Salah satu perubahan yang paling menonjol adalah peralihan dari penyiaran analog ke digital, serta kemunculan layanan penyiaran berbasis internet seperti video streaming dan radio online. Format penyiaran yang sebelumnya hanya terbatas pada media tradisional seperti televisi dan radio kini telah terhubung dengan platform digital, menciptakan pengalaman multiplatform yang lebih interaktif dan fleksibel bagi audiens (Rumata, 2017).

Dari sisi konten, penyiaran telah mengalami diversifikasi besar-besaran untuk memenuhi kebutuhan audiens yang semakin beragam. Tidak hanya menyediakan program-program standar seperti berita, drama, atau musik, industri penyiaran juga mulai mengadopsi format baru, seperti podcast, konten *on-demand*, hingga tayangan interaktif berbasis realitas virtual. Konten tidak lagi hanya disajikan secara linier, tetapi kini dirancang agar dapat diakses kapan saja dan di mana saja oleh audiens.

Dalam hal teknologi, penyiaran menjadi salah satu sektor yang paling terpengaruh oleh perkembangan inovasi. Penggunaan teknologi seperti big data dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan penyiar untuk menganalisis preferensi audiens dan menyajikan konten yang lebih relevan secara personal. Selain itu, teknologi produksi canggih, seperti kamera beresolusi tinggi dan efek visual berbasis komputer, telah meningkatkan kualitas estetika dari konten yang disiarkan.

Menurut (Setiawan et al., 2023) regulasi penyiaran memiliki peran vital dalam perkembangan industri ini, di mana pemerintah dan badan pengawas menetapkan kebijakan yang wajib dipatuhi oleh pelaku industri, termasuk transisi dari siaran analog ke digital, perlindungan konten lokal, dan penerapan etika penyiaran. Kebijakan tersebut bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi, kepentingan publik, dan keberlanjutan industri.

Interaksi antara penyiar, audiens, dan industri terkait juga mengalami perubahan signifikan. Audiens tidak lagi hanya sebagai penerima pasif, melainkan aktif berpartisipasi melalui komentar, like, atau berbagi tayangan di media sosial. Penyiar kini dituntut untuk lebih responsif terhadap umpan balik audiens, sehingga hubungan ini menjadi lebih dua arah. Selain itu, kolaborasi dengan industri lain seperti periklanan, *e-commerce*, dan teknologi menghasilkan ekosistem penyiaran yang semakin terintegrasi dan kompleks.

2.3 Radio

2.3.1 Definisi Radio

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara singkat dijelaskan bahwa radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara dengan gelombang elektromagnetik. Sedangkan siaraan sendiri memiliki pengertian yaitu proses penyampaian pesan (komunikasi) yang bersifat satu arah maupun dua arah antara penyiar dengan pendengar.

Asep Syamsul dan M. Romli (Kustiawan, Hani, et al., 2024), radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mentransmisikan sinyal melalui modulasi dan radiasi elektromagnetik. Gelombang elektromagnetik ini dapat bergerak melalui udara maupun ruang angkasa yang tidak memiliki udara, karena gelombang tersebut tidak memerlukan medium pengantar seperti molekul udara.

Radio memiliki kemampuan luar biasa untuk menyebarkan pesan-pesan pembangunan secara luas, cepat dan serentak ke berbagai wilayah, bahkan ke daerah terpencil. Kebutuhan manusia akan informasi dan hiburan membuat radio menjadi pilihan yang tepat.

Dari berbagai defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Radio merupakan sebuah teknologi komunikasi yang dipakai untuk mengirimkan sinyal dengan menggunakan radiasi yang dihasilkan oleh gelombang elektromagnetik. Gelombang bisa merambat melalui media seperti udara, tanah dan lain sebagainya. Gelombang radio yang memiliki frekuensi yang cukup luas yang dihasilkan dari rangkaian osilator yang terdapat pada alat elektronika.

2.3.2 Karakteristik Radio

Radio sebagai media massa, memiliki bebrapa karakteristik yang unik dan khas, yang juga tentunya mempunyai unggulan dan kelemahannya. Dalam menyampaikan pesan atau isi dan pernyataan yang dikemas dalam suatu program, radio mempunyai cara tersendiri yang di sebut dengan gaya radio meliputi bahasa kata-kata lisan,

musik/lagu, dan efek suara, yang menjadi kunci utama identitas sebuah stasiun radio dalam menyajikan programnya untuk menmikat pendengarnya. Bahasa atau kata-kata lisan yang digunakan penyiar dalam menyampaikan pesannya disebabkan apa yang disebut dengan "gaya radio" atau radio style.

Adapun menurut (Onong, 1990, pp. 82–84) sifat radio siaran, secara karakteristiknya sebagai berikut :

a Sifat auditori. Radio hanya bisa didengar, sehingga informasi yang diterima pendengar bersifat sementara dan tidak dapat diulang seperti membaca media cetak. Jika pendengar tidak memahami suatu bagian, mereka tidak bisa meminta pengulangan karena siaran berlalu begitu saja seperti angin.

b Mengandung gangguan. Radio menghadapi dua jenis gangguan: *semantic noise* (kesalahan pemahaman pesan) dan *channel noise* (gangguan teknis, seperti interferensi gelombang atau suara mendesis). Gangguan teknis sering dipengaruhi oleh alam, seperti sinar matahari yang mengganggu gelombang radio, sehingga siaran lebih jelas pada malam hari.

c Bersifat akrab. Radio menciptakan kesan intim, seolah-olah penyiar atau pembicara hadir di rumah pendengar. Penyiar dan pendengar seperti teman dekat yang berbagi hiburan dan informasi langsung di ruang pribadi, menjadikannya lebih personal dibanding media lain.

Sehingga radio bisa menjadi “teman” dikala sesorang sedang sedih ataupun gembira. Itulah sifat akrab radio.

Selain itu, gaya percakapan, bahasa yang digunakan bukan tulisan, tapi gaya obrolan sehari-hari. Tak heran juga banyak pameo atau bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuaatu yang nge-trend.

2.3.3 Format Radio

Sebuah format radio atau format pemrograman menjelaskan keseluruhan konten yang disiarkan disebuah stasiun radio. Format radio biasanya digunakan sebagai alat pemasaran dan terus berubah. Format radio didefeniskan juga sebagai formulasi seluruh aktivitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar. Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Ruang lingkup kajian format stasiun amat luas, tidak terbatas ada programming semata tetapi juga marketingnya.

Format produksi adalah rancang bangun acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya kedalam bahasa audio. Titik tekanannya adalah pada nuansa produksi, bukan pada materinya. Sedangkan format program adalah rancang bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendektan isi materinya. Titik berat dari format program adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat kedalam bentuk program acara siaran radio (Setianingrum, 2017).

Format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Penyiaran radio merakit formatnya dalam berbagai cara, hal termudah yang sering dijumpai yaitu membuat program yang diletakkan di beberapa segmen waktu.

2.3.4 Move Online Radio

Move Online Radio adalah salah satu stasiun radio digital yang berbasis di Medan, tepatnya berlokasi di Jl. Bunga Rinte, Kota Medan. Berbeda dengan radio konvensional yang menggunakan frekuensi AM atau FM, Move Online Radio hadir sebagai platform radio modern yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui situs resminya di **“**moveonlineradio.com”.

Didirikan sejak September 2019, Move Online Radio mengusung konsep digital yang relevan dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat modern. Radio ini mengusung tag line "*the real radio online 24 jam putar lagu populer*"**,** yang menggambarkan fokusnya dalam menyediakan hiburan musik tanpa henti.

Namun, layanan Move Online Radio tidak terbatas pada memutar lagu populer saja. Radio ini juga aktif menyelenggarakan program *talk show* dengan tema-tema menarik yang mengundang berbagai narasumber, mulai dari tokoh lokal hingga figur publik. Program ini biasanya dilakukan secara *live streaming* melalui situs web mereka, memungkinkan pendengar untuk terlibat langsung melalui fitur interaktif seperti komentar atau pertanyaan *real-time*.

Sebagai salah satu pelopor radio digital di Medan, Move Online Radio berkomitmen untuk memberikan pengalaman mendengarkan yang fleksibel dan berkualitas tinggi. Kehadirannya mencerminkan transformasi media tradisional ke arah digital, menjangkau pendengar yang lebih luas dengan kemudahan akses melalui internet.

2.4 Platform Digital

Platform digital adalah komponen utama dalam proses transformasi digital yang berlangsung di berbagai sektor kehidupan. Secara umum, *platform* ini dapat diartikan sebagai sistem berbasis teknologi yang memanfaatkan koneksi internet untuk menghubungkan berbagai pihak dalam sebuah ekosistem digital yang terintegrasi. Fungsi utama dari platform digital adalah sebagai media yang mendukung interaksi, komunikasi, pertukaran informasi, transaksi, dan kolaborasi antara individu, organisasi, atau komunitas. Ini memungkinkan para pengguna untuk aktif berpartisipasi sebagai konsumen, produsen, atau penyedia layanan dalam ruang digital yang bersifat fleksibel.

2.4.1 Definisi *Platform Digital*

Platform digital didefinisikan sebagai sistem berbasis teknologi yang berfungsi sebagai wadah untuk menghubungkan berbagai pihak dalam satu ekosistem digital. *Platform* ini memungkinkan interaksi antara individu, organisasi, atau komunitas melalui jaringan internet, baik untuk berbagi informasi, melakukan transaksi, maupun menciptakan kolaborasi.

Pada (Parker, 2016), *platform digital* adalah suatu sistem teknologi yang dibangun untuk menciptakan nilai ekonomi dengan memfasilitasi pertukaran antara dua atau lebih kelompok pengguna yang saling membutuhkan. Hal ini mencakup berbagai jenis hubungan, seperti antara produsen dan konsumen, penjual dan pembeli, serta penyedia dan penerima layanan. Sebagai penghubung di dunia maya, *platform* ini mendukung interaksi yang melintasi batas-batas geografis dengan skala yang sangat luas, menjadikannya sebagai salah satu elemen kunci dalam kemajuan ekonomi digital.

Platform digital juga menciptakan fenomena ekonomi berbasis *gig*, di mana individu dapat bekerja secara fleksibel melalui aplikasi seperti Uber, Gojek, atau Grab. Dengan model ini, peluang kerja dapat diakses oleh lebih banyak orang, bahkan di wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh lapangan kerja formal.

2.4.2 Jenis *Platform Digital*

Platform digital dapat dibedakan berdasarkan tujuan dan fungsi penggunaannya. Masing-masing jenis memiliki karakteristik dan peran yang unik dalam memfasilitasi kebutuhan pengguna di berbagai sektor kehidupan.

a Media Sosial

Platform digital akan selalu berkaitan dengan media sosial. Media sosial berfungsi sebagai wahana efektif untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas (Anshori, 2019).

Media sosial adalah *platform* yang dirancang untuk memungkinkan pengguna berbagi informasi, berkomunikasi, dan membangun komunitas secara online. Contohnya termasuk Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook. Keberadaan media sosial telah merevolusi cara orang berinteraksi satu sama lain, baik dalam konteks pribadi, profesional, maupun bisnis.

b *E-Commerce*

E-Commerce merupakan saluran daring yang dapat diakses melalui komputer, yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk menjalankan aktivitas komersial mereka dan oleh konsumen untuk memperoleh informasi. Proses ini dimulai dengan memberikan layanan informasi kepada konsumen dalam membantu mereka membuat keputusan pilihan (Teresya et al., 2022).

E-commerce, atau perdagangan elektronik, adalah *platform* yang memungkinkan transaksi jual-beli barang dan jasa secara online. Contoh yang paling populer meliputi Shopee, Lazada, Bukalapak, hingga Amazon. Keberadaan *platform* ini telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara drastis.

c *Platform* Kolaborasi

Platform kolaborasi adalah jenis *digital platform* yang dirancang untuk mendukung kerja sama tim dan komunikasi jarak jauh. Contoh yang paling sering digunakan adalah Zoom, dan Google Meet.

Popularitas *platform* ini meningkat pesat, terutama selama pandemi COVID-19, ketika banyak organisasi beralih ke model kerja jarak jauh.

Melalui *platform* ini, tim dapat berkomunikasi melalui video konferensi, berbagi dokumen secara real-time, dan mengatur jadwal rapat. Fitur-fitur seperti penyimpanan cloud, berbagi layar, dan integrasi dengan aplikasi lain membantu meningkatkan efisiensi kerja.

d *On-Demand Service*

Platform layanan berdasarkan permintaan (*on-demand services*) adalah jenis platform digital yang menawarkan layanan langsung sesuai kebutuhan pengguna (Nara Weking & Ndala, 2018). Contoh yang populer adalah Gojek dan Grab, yang menawarkan berbagai layanan mulai dari transportasi, pengantaran makanan, hingga belanja kebutuhan harian.

Aplikasi ini dirancang untuk memberikan kenyamanan maksimal bagi pengguna. Dalam hitungan menit, pengguna dapat memesan layanan dan mendapatkan respons cepat. Misalnya, Gojek tidak hanya menyediakan transportasi, tetapi juga layanan lain seperti GoFood untuk pengantaran makanan, GoSend untuk pengiriman dokumen, dan GoClean untuk jasa kebersihan rumah.

2.5 Konvergensi Media

Konvergensi media adalah sebuah fenomena yang menggambarkan integrasi berbagai bentuk media ke dalam satu ekosistem teknologi dan komunikasi yang saling terhubung. Istilah ini sering digunakan untuk

menjelaskan bagaimana batas-batas antara media tradisional, digital, dan teknologi informasi menjadi semakin kabur. Proses ini mencakup penggabungan berbagai saluran komunikasi, seperti televisi, radio, cetak, dan internet, ke dalam *platform digital* yang memungkinkan distribusi konten secara lebih efisien dan interaktif.

Teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Henry Jenkins menjelaskan bahwa konvergensi media terjadi seiring dengan perkembangan budaya masyarakat (Suhendra, 2023). Penelitian Jenkins telah difokuskan pada konsep "Konvergensi Media", berargumen bahwa teknologi-sederhana berfokus tentang bagaimana individu dalam kontemporer budaya sendiri memasuki dan menggabungkan banyak sumbersumber media yang berbeda menawarkan pemahaman yang jauh lebih kaya hubungan antara bentuk media yang berbeda.

Burnett dan Marshall (Gusna et al., 2021) mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan industri media, telekomunikasi dan komputer menjadi sebuah yang bersatu dan berfungsi sebagai media komunikasi yang berbentuk digital.

2.6 Analisis Konten (*Content Analysis*)

(Alsa & Ikeu Junita Triwardhani, 2022) analisis konten (*content analysis*) merupakan sebuah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemeriksaan mendalam terhadap isi informasi yang tertulis atau tercetak di media massa. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, serta menginterpretasikan pola makna tidak hanya dalam bentuk teks, tetapi juga

mencakup berbagai jenis konten seperti gambar, video, dan audio. Dalam kajian ini, peneliti membedakan dua jenis analisis konten, yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini mengadopsi pendekatan analisis kualitatif dengan menggunakan metode analisis konten deskriptif. Menurut (Tahir & Medita, 2023) menyatakan bahwa analisis konten deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dengan rinci isi pesan atau teks tertentu.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunkan jenis metode penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang telah diteliti (wawancarai). Artinya, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena yang diamati dengan mendalam dan menghasilkan deskripsi yang komprehensif. Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif, peneliti berusaha untuk bisa menjelaskan data dan infromasi yang telah peneliti dikumpulkan secara sistematis sehingga diperolehlah data yang factual maupun akurat mengenai fenomena yang diselidiki demi mencapai tujuan penelitian yaitu Bagaimana Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui *Platform Digital* dalam Menyajikan Konten *Soft News* dan Musik.

3.2 Kerangka Konsep

Menurut penelitian (Shirleen et al., 2023), kerangka konseptual dianggap sebagai objek utama yang dianalisis. Sifatnya dinamis karena terus berubah seiring dengan perkembangan penelitian dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap topik yang diteliti. Kerangka konseptual juga dianggap penting sebagai bahan evaluasi dan solusi dari sebuah permasalahan, terutama dalam konteks analisis kualitatif.

Gambar 3. 1. Kerangka Konsep

3.3 Definisi Konsep

Konsep adalah istilah atau definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak fenomena, kejadian, atau keadaan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian sosial. Dalam penelitian ini, konsep-konsep yang digunakan bertujuan untuk mempersempit dan menjelaskan fokus kajian yang akan diteliti, yaitu dinamika penyiaran Move Online Radio dalam konteks digital. Berikut adalah definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Dinamika Penyiaran

   Dinamika penyiaran mengacu pada perubahan atau adaptasi yang terjadi dalam proses penyampaian konten oleh media penyiaran. Dalam konteks Move Online Radio, dinamika ini mencakup transformasi dari format penyiaran tradisional ke digital, adaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta perubahan dalam pola konsumsi audiens yang lebih interaktif dan berbasis *platform digital*.

b. Move Online Radio

   Move Online Radio adalah stasiun radio berbasis internet yang menyediakan layanan penyiaran melalui *platform digital*. Radio ini memanfaatkan teknologi streaming untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan menawarkan konten musik dan berita ringan (*soft news*).

c. *Platform Digital*

Platform digital adalah infrastruktur berbasis internet yang mendukung distribusi dan interaksi konten dengan cepat dan mudah. Dalam penelitian ini, Move Online Radio memanfaatkan media sosial, dan situs web untuk menyediakan konten secara fleksibel, termasuk fitur *live streaming* di situsnya.

d. *Soft News*

Soft news merujuk pada jenis berita yang bersifat ringan, menghibur, dan sering kali menekankan aspek human interest, seperti gaya hidup, hiburan, atau tren terkini. Dalam penelitian ini, penyajian *soft news* oleh Move Online Radio mencakup topik-topik yang relevan dengan audiens digital, dengan gaya penyampaian yang santai dan menarik.

e. Musik

Musik adalah salah satu elemen utama dalam penyiaran Move Online Radio, yang mencakup kurasi playlist, dan siaran langsung lagu-lagu populer. Musik menjadi elemen penting yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan audiens dalam menikmati layanan penyiaran digital.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi penelitian adalah langkah untuk menentukan cara mengukur variabel penelitian agar lebih jelas dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang dikaji. Kategorisasi ini disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dirumuskan, baik dari konsep teoretis maupun aplikasi praktisnya.

Tabel 3. 1. Kategorisasi Penelitian

No	Konsep Teoritis	Indikator
1	Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui *Platform Digital*	- Adaptasi Teknologi Kovergensi Media - Personalisasi Konten - Kurasi *Playlist* Musik - Akun Instagram Move Online Radio - Website moveonlineradio.com

Sumber: Data Olahan, 2025

3.5 Narasumber

Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui wawancara terstruktur dengan narasumber utama, Bapak Zaky Yusuf selaku Direktur Move Online Radio. Sebagai pemimpin perusahaan, Direktur memiliki pemahaman yang mendalam tentang strategi, tantangan, dan proses adaptasi yang dilakukan oleh Move Online Radio dalam menghadapi perubahan industri penyiaran di era digital. Melalui wawancara ini, peneliti akan mengeksplorasi bagaimana dinamika penyiaran terjadi dalam operasional Move Online Radio, khususnya dalam memanfaatkan *platform digital* untuk menyajikan konten *soft news* dan musik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan narasumber yang sesuai kriteria pada peneltitian. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang

relevan secara efisien dari individu yang terlibat langsung dalam aktivitas penyiaran dan strategi digital Move Online Radio.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Susanto et al., 2023), teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah penting dalam penelitian untuk mendapatkan data yang relevan, sehingga pertanyaan penelitian dapat dijawab dengan valid. Dalam penelitian berjudul *"Analisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui Platform Digital dalam Menyajikan Konten Soft News dan Musik"*, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur dilakukan untuk menggali informasi langsung dari narasumber utama, yaitu Direktur Move Online Radio, yang memiliki otoritas dan pemahaman menyeluruh terkait dinamika penyiaran, strategi konten, serta pemanfaatan *platform digital.* Teknik wawancara ini melibatkan serangkaian pertanyaan terbuka yang dirancang untuk mengeksplorasi; Proses adaptasi Move Online Radio terhadap penyiaran berbasis digital, strategi dalam menyajikan konten *soft news* dan musik, dan pandangan terkait tantangan dan peluang di era digital.

Proses wawancara dapat dilakukan secara langsung atau daring melalui *platform* komunikasi virtual, dengan panduan wawancara untuk memastikan fokus pada topik penelitian.

b. Analisis Konten

Analisis konten dilakukan untuk mempelajari dan menilai materi yang disajikan oleh Move Online Radio melalui *platform digital.* Teknik ini mencakup pengamatan terhadap; Format penyajian konten *soft news*, seperti gaya bahasa, relevansi topik, dan playlist radio.

Aktivitas di *platform digital*, seperti unggahan di media sosial, fitur interaktif, atau layanan streaming. Data yang diperoleh dari analisis ini membantu memahami pola dan dinamika penyiaran Move Online Radio dalam menarik perhatian audiens digital.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data pendukung yang berasal dari dokumen-dokumen terkait, seperti laporan tahunan, statistik audiens, tangkapan layar aktivitas di *platform digital*, atau rekaman siaran. Dokumentasi ini berguna untuk; Menguatkan data yang diperoleh dari wawancara, menyediakan informasi tambahan untuk analisis mendalam, dan mendokumentasikan bukti visual dan naratif yang relevan dengan penelitian.

Teknik-teknik di atas diterapkan secara terintegrasi untuk mendapatkan data yang valid, relevan, dan komprehensif, sehingga analisis dinamika penyiaran Move Online Radio dapat dilakukan secara mendalam dan akurat.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana Move Online Radio memanfaatkan *platform digital* dalam menyajikan konten *soft news* dan musik. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, analisis konten, dan

dokumentasi, lalu diolah secara sistematis agar menghasilkan informasi yang terstruktur.

Langkah pertama adalah mereduksi data**,** yaitu menyaring informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian. Data dari wawancara digunakan untuk memahami pandangan Direktur Move Online Radio terkait strategi penyiaran digital, proses penyajian konten, serta tantangan yang dihadapi. Data dari analisis konten membantu melihat pola penyajian soft news dan musik, seperti format konten, gaya komunikasi, dan keterlibatan audiens. Sedangkan data dokumentasi, seperti rekaman siaran atau laporan aktivitas, memperkuat dan memperjelas temuan dari wawancara dan analisis konten.

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data dalam bentuk narasi yang terstruktur. Informasi dari berbagai sumber digabungkan untuk menggambarkan bagaimana Move Online Radio memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan pengalaman penyiaran yang lebih interaktif. Dalam hal ini, teori konvergensi media oleh Henry Jenkins menjadi dasar dalam menganalisis bagaimana berbagai elemen penyiaran, seperti audio, visual, dan media sosial, digabungkan untuk menyampaikan konten. Konvergensi media menjelaskan bagaimana Move Online Radio menggunakan *multiplatform* untuk memadukan teknologi lama (radio) dengan teknologi baru (*platform digital*) guna menarik audiens yang lebih luas dan menciptakan pengalaman yang lebih personal.

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan**,** di mana data yang telah dianalisis dirangkum untuk menjawab tujuan penelitian. Peneliti

mengidentifikasi hubungan antara dinamika penyiaran, strategi digital, dan pola penyajian konten Move Online Radio. Dengan menggunakan teori konvergensi media, peneliti mengevaluasi bagaimana integrasi teknologi digital memengaruhi penyajian konten *soft news* dan musik, serta meningkatkan interaksi dengan audiens.

Untuk memastikan hasil penelitian dapat dipercaya, dilakukan validasi melalui triangulasi**.** Data dari wawancara, analisis konten, dan dokumentasi dibandingkan untuk memastikan konsistensi dan meningkatkan keabsahan penelitian. Pendekatan ini membantu memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana penyiaran digital di era konvergensi media dapat memenuhi kebutuhan audiens dan memperkuat daya tarik konten.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Desember 2024 sampai dengan Maret 2025. Lokasi penelitian tidak terbatas pada satu tempat fisik, karena data akan dikumpulkan melalui wawancara dengan direktur *Move Online Radio* dan analisis konten yang dapat dilakukan secara daring. Selain itu, dokumentasi akan diambil dari sumber-sumber terkait yang tersedia secara online, seperti webstite dan akun media sosail. Dengan demikian, penelitian ini akan bersifat fleksibel dan dapat dilakukan tanpa terbatas pada lokasi lapangan tertentu.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Move Online Radio adalah stasiun radio digital yang berbasis di Medan, tepatnya berlokasi di Jl. Bunga Rinte, Kota Medan. Berbeda dengan radio konvensional yang menggunakan frekuensi AM atau FM, Move Online Radio

hadir sebagai platform radio modern yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui situs resminya di moveonlineradio.com serta aplikasi mobile-nya.

Didirikan pada September 2019, Move Online Radio mengusung konsep digital yang selaras dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat modern. Dengan mengedepankan tagline "*The Real Radio Online, 24 Jam Putar Lagu Populer*" radio ini berfokus pada penyediaan hiburan musik tanpa henti. Selain itu, Move Online Radio juga menghadirkan program *talk show* interaktif dengan beragam tema menarik, menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang, mulai dari tokoh lokal hingga figur publik. Program ini disiarkan secara *live streaming*, memungkinkan pendengar untuk berpartisipasi melalui fitur interaktif seperti komentar atau pertanyaan secara *real-time*.

Sebagai pelopor radio digital di Medan, Move Online Radio berkomitmen untuk memberikan pengalaman mendengarkan yang fleksibel dan berkualitas tinggi, sejalan dengan transformasi media tradisional ke era digital. Dengan kemudahan akses melalui internet, radio ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan konten yang relevan dengan dinamika masyarakat saat ini.

3.9.1 Platform Digital Move Online Radio

Siaran Move Online Radio dapat diakses melalui situs resminya yaitu https://moveonlineradio.com/ dan aplikasi mobile dapat didownload melalui link berikut https://play.google.com/store/apps/details?id=move.radio.online. Untuk konten-konten *soft news* dapat diakses melalui akun sosial media seperti TikTok https://www.tiktok.com/@moveonlineradio?_t=ZS-

8vrMB4D8dlw&_r=1 dan akun Instagram Move Online Radio https://www.instagram.com/moveonlineradio?igsh=dnpwMHgybXE3cnQx.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan terhadap bagaimana Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui *Platform Digital* dalam Menyajikan Konten *Soft News* dan Musik, adapun hasilnya sebagai berikut :

4.1.1 Adaptasi Move Online Radio Dalam Industri Penyiaran Digital

Terkait adaptasi Move Online Radio dalam industri penyiaran digital, peneliti berhasil mewawancarai Pak Zaky Yusuf selaku direktur utama Move Online Radio, dimana wawancara ini dilakukan pada hari Jumat tanggal 28 Februari 2025. Beliau menjelaskan Move Online Radio didirikan dengan latar belakang minimnya keberadaan radio yang sepenuhnya berbasis digital pada saat itu. Berbeda dengan radio konvensional yang menggunakan frekuensi siaran dan hanya memanfaatkan platform digital sebagai alat bantu distribusi melalui streaming, Move Online Radio mengusung konsep yang sepenuhnya digital sejak awal.

Dalam perkembangannya, Move Online Radio menyadari bahwa aksesibilitas menjadi faktor utama dalam menarik pendengar. Menurutnya berdasarkan survei, kepemilikan perangkat seluler (*handphone*) semakin meluas, di mana dari 1000 orang, sekitar 400 hingga 700 di antaranya memiliki handphone. Melihat tren ini, Move Radio memanfaatkan

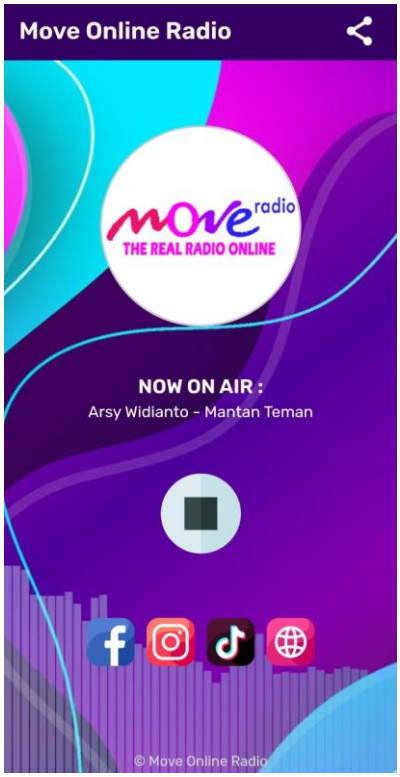
perangkat seluler sebagai media utama penyiarannya, sehingga audiens dapat dengan mudah mengakses siaran radio langsung dari ponsel mereka.

Pak Zaky menambahkan strategi yang diterapkan untuk mewujudkan hal ini dimulai dengan pengembangan situs web sebagai langkah awal sebelum beralih ke aplikasi seluler. Dengan adanya aplikasi yang dapat diunduh di berbagai sistem operasi seperti iOS dan Android, Move Online Radio memastikan bahwa siaran mereka dapat dijangkau oleh lebih banyak pengguna tanpa harus bergantung pada perangkat radio tradisional. Konsep ini menandai peralihan langsung dari pendekatan analog ke digital, tanpa melalui tahapan peralihan seperti radio konvensional yang kemudian beradaptasi ke platform digital.

Gambar 4. 1. Website Move Online Radio

Sumber: www.moveonlineradio.com

Gambar 4. 2. Aplikasi Move Online Radio



Sumber: https://play.google.com/store/apps/details?id=move.radio.online

4.1.2 Transformasi Radio Dari Format Tradisional ke Penyiaran Digital Interaktif

Penyiaran radio digital saat ini memiliki perbedaan yang sangat signifikan dibandingkan dengan format radio tradisional. Dalam sistem konvensional, pengalaman mendengarkan radio hanya mengandalkan audio. Pendengar tidak mengetahui siapa yang berbicara, selama suara penyiar terdengar menarik dan pilihan lagu yang disajikan sesuai selera audiens, maka radio tersebut bisa mendapatkan pendengar setia.

Namun, dalam era digital, penyiaran radio tidak bisa hanya mengandalkan audio semata. Pak Zaky mengatakan ada tuntutan lebih besar untuk menghadirkan kombinasi antara audio dan visual. Move

Online Radio memahami bahwa pendengar saat ini juga ingin mengetahui sosok di balik suara yang mereka dengarkan. Oleh karena itu, selain menyediakan siaran melalui situs we dan aplikasi khusus, Move Radio juga memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk memberikan pengalaman visual kepada audiens. Dengan strategi ini, Move Radio tidak hanya berfungsi sebagai media audio tetapi juga menghadirkan aspek visual yang lebih interaktif. Pendengar bisa tetap menikmati siaran melalui aplikasi, namun jika mereka ingin melihat langsung siapa penyiar yang sedang bertugas, mereka dapat mengakses platform digital lainnya. Pendekatan ini menciptakan pengalaman radio yang lebih modern dan sesuai dengan kebiasaan konsumsi media masyarakat saat ini

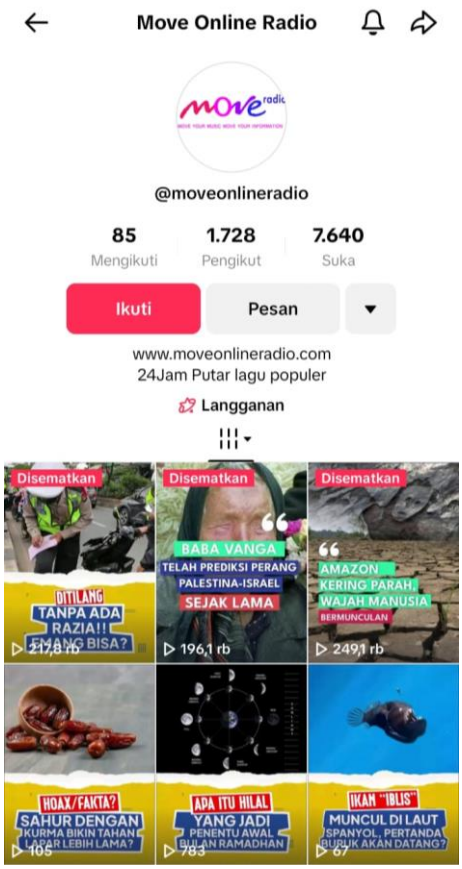
4.1.3 Pemanfaatan Media Sosial sebagai Pendukung Radio Digital

Dalam mengadaptasi perubahan pola konsumsi media, Move Online Radio tidak hanya mengandalkan aplikasi utama untuk siaran audio, tetapi juga melibatkan berbagai platform media sosial. Menurut Pak Zaky, penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi bagian penting dalam strategi penyiaran mereka. Di platform ini, pendengar tidak hanya bisa mendengarkan siaran, tetapi juga melihat secara langsung bagaimana penyiar berinteraksi dan menyampaikan program mereka.

Dengan adanya integrasi ini, Move Online Radio menawarkan pengalaman yang lebih interaktif bagi audiens. Jika melalui aplikasi pendengar hanya mendapatkan audio, di media sosial mereka bisa

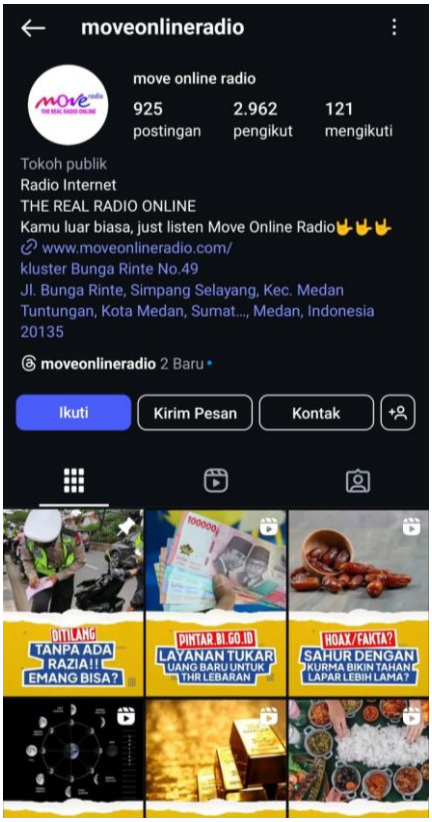
menikmati kombinasi audio dan visual secara bersamaan. Hal ini memperkuat keterlibatan pendengar serta memungkinkan mereka merasakan pengalaman yang lebih dekat dengan penyiar favorit mereka. Dengan pendekatan ini, Move Online Radio berhasil menghadirkan konsep baru dalam dunia penyiaran yang lebih sesuai dengan era digital saat ini.

Gambar 4. 3. Akun TikTok Move Online Radio



Sumber: https://www.tiktok.com/@moveonlineradio?_t=ZS-8vrMB4D8dlw&_r=1

Gambar 4. 4. Akun Instagram Move Online Radio



Sumber: https://www.instagram.com/moveonlineradio?igsh=dnpwMHgybXE3cnQx

4.1.4 Penyesuaian Konten Soft News dengan Preferensi Audiens Digital

Menurut Pak Zaky, sebelum menentukan jenis konten yang akan disiarkan, hal pertama yang perlu dipastikan adalah mengenali target pasar dari Move Online Radio. Saat pertama kali berdiri pada September 2019, Move Radio sudah mempertimbangkan siapa pendengar yang ingin mereka jangkau. Pak Zaky menambahkan bahwa target utama mereka bukanlah orang tua atau individu yang kesulitan menggunakan aplikasi digital, melainkan mereka yang sudah terbiasa dengan teknologi dan

perangkat seluler. Oleh karena itu, Move Online Radio menetapkan kelompok usia 20 hingga 40-an tahun sebagai audiens utama mereka.

Lebih lanjut, Pak Zaky mengatakan bahwa pemilihan kelompok usia ini didasarkan pada riset yang menunjukkan bahwa rentang usia tersebut adalah kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial seperti X, Instagram, dan TikTok. Meskipun Facebook masih digunakan oleh sebagian orang, platform tersebut dianggap kurang relevan bagi sebagian besar audiens muda saat ini. Dengan pemahaman tersebut, Move Radio memanfaatkan platform yang lebih populer di kalangan audiens mereka agar tetap terhubung dan relevan dengan tren digital yang berkembang.

Setelah menentukan target usia, Move Radio kemudian melakukan riset tambahan mengenai preferensi pendengar dalam hal konten musik. Menurut Pak Zaky, audiens di rentang usia ini cenderung lebih menyukai musik yang sudah populer dan mudah dikenali, dibandingkan dengan lagu-lagu yang kurang dikenal. Berdasarkan hal tersebut, Move Radio memfilter semua lagu yang mereka putar dengan hanya memilih lagu-lagu yang sudah dikenal luas di berbagai platform digital seperti Spotify dan TikTok.

Pak Zaky menambahkan bahwa strategi ini menjadi ciri khas dari Move Radio, yang kemudian dituangkan dalam tagline mereka: *"The Real Radio Online 24 Jam Putar Lagu Populer."* Dengan memastikan bahwa lagu-lagu yang disiarkan adalah lagu yang sudah dikenal oleh audiens, Move Radio mampu menarik perhatian pendengar dan membangun

loyalitas mereka. Melalui pendekatan ini, Move Online Radio memastikan bahwa kontennya tetap relevan dengan preferensi audiens digital yang beragam serta mudah diterima oleh target pasar mereka.

4.1.5 Segmentasi Konten Soft News dalam Siaran Move Online Radio

Pak Zaky mengatakan, dalam menyajikan konten *soft news*, Move Online Radio harus berhati-hati dalam menyesuaikan materi dengan preferensi pendengar. Beliau mengatakan bahwa target audiens utama Move Online Radio yang berada dalam rentang usia 20 hingga 40-an tahun cenderung tidak terlalu tertarik dengan berita-berita yang *bersifat hard news*. Sebaliknya, mereka lebih menyukai berita ringan atau *soft news* yang berkaitan dengan isu lingkungan, kondisi sosial, serta perkembangan ekonomi dan bisnis yang lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari. Namun, Pak Zaky menambahkan bahwa tidak semua berita ekonomi yang bersifat hard news dapat disajikan begitu saja, karena ada kalanya informasi tersebut perlu dikemas dengan cara yang lebih ringan agar lebih mudah diterima oleh pendengar.

Dalam hal penyajian konten, Move Online Radio juga menyesuaikan dengan perubahan pola konsumsi berita di era digital. Pak Zaky mengatakan bahwa berdasarkan riset, audiens saat ini tidak lagi tertarik untuk mengonsumsi berita dalam durasi yang panjang. Hal ini terutama berlaku bagi generasi milenial, Gen Z, dan Gen Alpha, yang lebih menyukai informasi yang disampaikan secara singkat, jelas, dan langsung ke intinya tanpa perlu banyak berpikir atau menganalisis terlalu dalam.

Untuk menyesuaikan dengan tren ini, Move Online Radio mengadopsi strategi penyajian berita dalam format potongan video berdurasi singkat, termasuk cuplikan talk show yang diunggah ke media sosial. Menurut Pak Zaky, pendekatan ini memungkinkan audiens mendapatkan wawasan berharga dalam waktu yang singkat, yakni sekitar satu menit, tanpa harus merasa terbebani dengan durasi yang panjang. Dengan cara ini, Move Online Radio mampu menghadirkan soft news yang tetap informatif namun lebih mudah diakses dan dinikmati oleh pendengar digital masa kini.

4.1.6 Kebijakan Kurasi Musik di Move Online Radio

Dalam memilih dan mengkurasi lagu yang diputar, Move Online Radio mengandalkan pengalaman bribadinya yang sebelumnya bekerja sebagai *program director* dan *music director* di berbagai radio besar di Indonesia. Dengan pengalaman tersebut, beliau memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana radio beroperasi, termasuk pentingnya segmentasi waktu dalam penyiaran musik. Pak Zaky menambahkan bahwa setiap radio memiliki waktu penyiaran yang memengaruhi jenis lagu yang akan diputar, yang dikenal dengan istilah *prime time* dan *roast time*.

Prime time merujuk pada waktu-waktu tertentu di mana audiens radio cenderung lebih banyak, seperti pada pagi hari saat banyak orang beraktivitas dan berada di jalan. Menurut beliau, pada jam-jam seperti ini, Move Online Radio memilih untuk memutar lagu-lagu yang *upbeat* dan penuh energi untuk membangkitkan semangat pendengar. Lagu dengan

tempo cepat dan ceria dianggap tepat untuk membantu audiens memulai hari mereka dengan baik, terutama di pagi hari saat banyak orang bersiap-siap untuk bekerja. Selain itu, informasi yang disampaikan pada pagi hari juga lebih berfokus pada *soft news*, seperti komedi ringan atau cerita yang dapat memengaruhi suasana hati pendengar.

Namun, setelah jam 11 atau 12 siang, Pak Zaky mengatakan bahwa strategi musik di Move Online Radio mulai berubah. Pada waktu-waktu ini, musik yang diputar cenderung lebih mellow dan tidak terlalu cepat, agar sesuai dengan suasana hati pendengar yang sudah makan siang dan mungkin merasa sedikit lebih santai. Lagu-lagu dengan tempo sedang dan lebih lembut lebih cocok diputar untuk menjaga pendengar tetap nyaman hingga sore hari.

Saat menjelang sore, ketika pendengar mungkin mulai merasa lelah setelah bekerja, Move Online Radio akan kembali memutar lagu-lagu yang lebih upbeat, tetapi dengan penyesuaian pada genre yang lebih kekinian. Hal ini dilakukan untuk memberikan "imun" kepada pendengar, memberi mereka dorongan energi untuk menyelesaikan sisa hari mereka.

Pada malam hari, pola konsumsi media mengalami perubahan, di mana audiens cenderung lebih banyak beralih ke televisi. Pak Zaky mengatakan bahwa pada pukul 19.00 hingga 21.00, jumlah pendengar radio biasanya menurun karena banyak orang lebih memilih menonton tayangan favorit mereka. Oleh karena itu, Move Online Radio tidak terlalu menargetkan jam tersebut sebagai waktu siaran utama. Namun, setelah

pukul 21.00, pendengar kembali aktif, sehingga Move Online Radio menyajikan lagu-lagu yang lebih lembut dan menenangkan untuk mengantar mereka beristirahat.

Dengan pendekatan segmentasi waktu dan pemilihan lagu berdasarkan *mood* audiens, Move Online Radio berusaha untuk tetap relevan dengan selera musik audiens yang dinamis, sekaligus menjaga pengalaman mendengarkan yang menyenangkan sepanjang hari.

4.1.7 Kontribusi Audiens dalam Pemilihan Lagu

Menurut Pak Zaky, cara audiens dalam berkontribusi terhadap pemilihan lagu di radio telah mengalami perubahan signifikan dibandingkan dengan era radio konvensional. Jika dulu pendengar harus menelepon ke studio radio untuk melakukan request lagu, kini metode tersebut sudah tidak relevan lagi. Move Online Radio telah meninggalkan sistem panggilan telepon dan beralih ke platform digital seperti TikTok dan Instagram untuk memfasilitasi interaksi antara pendengar dan penyiar.

Pak Zaky menambahkan bahwa pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang lebih mudah dan nyaman bagi audiens. Pendengar tidak perlu lagi mencari nomor telepon studio atau menunggu antrian untuk berbicara dengan penyiar. Sebaliknya, mereka cukup menggunakan paket data untuk bergabung dalam sesi siaran langsung (*live streaming*) di TikTok atau Instagram. Melalui fitur komentar atau chat yang tersedia di platform tersebut, pendengar bisa langsung menyapa penyiar dan mengajukan request lagu.

Selain itu, beliau juga menekankan bahwa Move Online Radio menghindari sistem yang berujung pada transaksi uang dalam proses request lagu. Model seperti itu dianggap tidak sesuai dengan preferensi pendengar saat ini, yang lebih menginginkan akses mudah tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan. Dengan hanya menggunakan paket data mereka, pendengar dapat berinteraksi secara langsung dengan penyiar, memberikan permintaan lagu, serta menikmati siaran tanpa hambatan.

Pak Zaky juga mengatakan bahwa Move Online Radio telah mengadopsi teknologi *QR code scanning* untuk mempermudah akses pendengar ke platform siaran mereka. Pendengar cukup memindai kode QR yang tersedia, lalu langsung terhubung ke aplikasi atau akun media sosial Move Radio. Melalui sistem ini, audiens selalu mendapatkan pembaruan tentang kapan penyiar akan melakukan siaran langsung, sehingga mereka bisa ikut serta dalam interaksi secara *real-time*.

Dengan memanfaatkan media sosial dan teknologi digital, Move Online Radio memastikan bahwa audiens tetap bisa berpartisipasi dalam pemilihan lagu dengan cara yang lebih praktis dan sesuai dengan kebiasaan digital mereka saat ini.

4.1.8 Strategi Move Online Radio dalam Menghadapi Tantangan Algoritma Instagram

Tantangan perubahan algoritma Instagram bukanlah sesuatu yang bisa dikendalikan sepenuhnya, sehingga Move Online Radio lebih memilih untuk fokus pada penyediaan konten yang disukai oleh audiens.

Pak Zaky mengatakan bahwa tujuan utama saat ini adalah memastikan sebanyak mungkin orang mengikuti (*follow*) akun Move Radio terlebih dahulu. Dengan begitu, jangkauan konten tetap terjaga meskipun algoritma Instagram mengalami perubahan dari waktu ke waktu.

Selain itu, beliau menambahkan bahwa Move Online Radio juga mengandalkan strategi pemasaran digital melalui iklan berbayar (*paid ads*), terutama di Instagram dan TikTok. Beliau menjelaskan bahwa iklan yang dibuat tidak perlu bersifat terlalu kompleks atau bertele-tele, karena audiens cenderung lebih tertarik pada pesan yang singkat, jelas, dan langsung ke inti. Oleh karena itu, isi iklan Move Radio biasanya hanya berfokus pada ajakan sederhana, seperti mendengarkan lagu-lagu populer yang tersedia di platform mereka.

Beliau juga menegaskan bahwa Move Online Radio tidak berusaha membuat klaim berlebihan mengenai kualitas radionya dalam materi iklan. Sebaliknya, mereka tetap konsisten dalam mempromosikan konten yang relevan dengan selera audiens, sehingga iklan yang ditampilkan lebih natural dan menarik perhatian tanpa terkesan memaksakan.

Dengan pendekatan ini, Move Online Radio dapat terus menjangkau audiens baru sekaligus mempertahankan pendengar yang sudah ada, tanpa bergantung sepenuhnya pada algoritma media sosial yang sering berubah.

4.1.9 Kontribusi Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Move Online Radio

Menurut Pak Zaky, media sosial seperti Instagram dan TikTok memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan jumlah pendengar Move Online Radio. Namun, beliau menambahkan bahwa pendekatan yang digunakan untuk kedua platform ini tidak bisa disamakan, karena preferensi audiensnya berbeda.

Pak Zaky menjelaskan bahwa untuk menarik lebih banyak pendengar, Move Online Radio tidak hanya mengandalkan konten siaran audio, tetapi juga memanfaatkan tampilan visual dari para penyiar. Beliau mengatakan bahwa penyiar harus memiliki karakter yang menarik dan ramah (*humble*), karena audiens TikTok dan Instagram cenderung lebih tertarik pada figur yang enak diajak berinteraksi. Selain itu, konten di Instagram lebih cocok untuk informasi yang bersifat edukatif, sementara TikTok lebih efektif dalam menarik pendengar baru karena platform tersebut memiliki jangkauan yang lebih luas dan interaksi yang lebih dinamis.

Beliau juga menekankan bahwa tantangan terbesar bagi Move Online Radio adalah memastikan bahwa para penyiar memiliki komunikasi yang fleksibel dan bisa menyesuaikan diri di kedua platform. Penyiar tidak hanya dituntut untuk berbicara dengan baik di siaran radio, tetapi juga harus nyaman tampil secara visual di media sosial. Hal ini membuat proses seleksi sumber daya manusia menjadi lebih ketat, karena

tidak semua penyiar siap untuk tampil secara langsung tanpa filter atau pengeditan.

Pak Zaky menambahkan bahwa TikTok memiliki dinamika unik di mana hal-hal kecil bisa menjadi perhatian besar bagi audiens. Misalnya, detail kecil seperti tanda lahir atau ekspresi wajah penyiar bisa menjadi bahan obrolan panjang selama siaran langsung. Menurut beliau, meskipun hal ini bisa dianggap remeh, justru inilah yang membuat audiens merasa lebih terhubung dengan penyiar dan akhirnya betah untuk tetap mengikuti siaran.

Dengan memahami karakteristik masing-masing platform, Move Online Radio berusaha menciptakan komunikasi yang seimbang, baik di Instagram maupun TikTok. Strategi ini memungkinkan mereka untuk terus menarik pendengar baru sekaligus mempertahankan engagement yang tinggi di dunia digital.

4.1.10 Pola Jam Kerja Penyiar di Move Online Radio

Penyiar di radio memang memiliki jam siaran tertentu, seperti penyiar pagi dan penyiar malam. Namun, beliau menjelaskan bahwa perbedaannya tidak seketat seperti dulu. Sebelumnya, penyiar malam dikenal memiliki suara berat dan pemahaman yang baik tentang jenis lagu yang cocok untuk diputar pada jam tersebut. Namun, saat ini, siapa pun sebenarnya bisa menjadi penyiar di waktu pagi maupun malam, meskipun menjadi penyiar pagi membutuhkan usaha lebih.

Pak Zaky mengatakan bahwa penyiar pagi memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam membangun suasana hati (*mood*) pendengar. Beliau menekankan bahwa penyiar pagi harus selalu bersemangat, ceria, dan banyak bercerita agar bisa memberikan energi positif kepada audiens yang sedang memulai aktivitas mereka. Jika seorang penyiar pagi tidak mampu membangun suasana yang menyenangkan, kemungkinan besar pendengar akan kehilangan minat.

Dalam hal perekrutan, Pak Zaky menambahkan bahwa meskipun keterampilan penyiar bisa dilatih, karakter dan bakat alami tetap menjadi faktor utama. Saat menerima calon penyiar baru, tim produksi bisa langsung menilai apakah seseorang cocok untuk siaran pagi atau malam hanya dari sesi wawancara awal. Misalnya, jika seorang calon penyiar tidak mampu menunjukkan emosi atau antusiasme yang cukup, kemungkinan besar ia kurang cocok untuk menjadi penyiar pagi. Begitu pula dengan penyiar malam, meskipun suaranya bagus, ia tetap harus bisa menjaga emosi dan interaksi dengan pendengar agar tetap menarik.

Pak Zaky mengatakan bahwa menjadi penyiar bukanlah pekerjaan yang bisa dilakukan sembarangan. Meskipun keterampilan berbicara bisa diasah, seseorang yang tidak memiliki bakat alami mungkin tidak akan bertahan lama di industri ini. Namun, beliau juga menambahkan bahwa saat ini ada banyak cara bagi seseorang untuk menunjukkan potensinya, misalnya melalui platform seperti TikTok. Seseorang yang aktif berbicara

di media sosial dan bisa menarik perhatian audiens berpotensi menjadi penyiar radio yang baik.

Beliau juga menyoroti perubahan tren dalam dunia penyiaran radio saat ini. Dulu, penyiar dikenal sebagai sosok yang cerdas dan selalu memiliki wawasan lebih dibanding pendengar. Namun, menurut beliau, pasar saat ini telah bergeser. Banyak pendengar yang lebih tertarik pada hal-hal ringan seperti kelucuan penyiar atau bahkan detail kecil seperti ciri fisik mereka. Meskipun begitu, Pak Zaky menekankan bahwa jika ingin menjadi penyiar yang benar-benar berkualitas, seseorang harus memiliki kombinasi antara bakat alami dan wawasan yang luas. Dengan begitu, mereka tidak hanya sekadar menghibur, tetapi juga bisa memberikan nilai lebih bagi pendengarnya.

4.1.11 Peran Website Move Online Radio dalam Ekosistem Digital

Website “moveonlineradio.com” bukan sekadar pelengkap siaran, tetapi justru menjadi elemen utama dalam strategi digital Move Online Radio. Beliau menjelaskan bahwa keberadaan website ini memiliki nilai jual yang penting, terutama dalam membangun citra profesional di mata klien. Tampilan dan fitur yang ada di dalamnya mencerminkan keseriusan radio dalam mengelola kontennya.

Pak Zaky mengatakan bahwa website radio saat ini terus berevolusi mengikuti perkembangan pasar. Sebagai contoh, beberapa website radio lain sudah mulai menerapkan fitur interaktif seperti sistem *sawer*, di mana pendengar bisa memberikan dukungan langsung kepada penyiar. Fitur

tambahan seperti permintaan lagu atau kuis tebak lagu juga dapat diintegrasikan untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Meskipun Move Online Radio belum menerapkan semua fitur ini, beliau menekankan bahwa inovasi semacam ini bisa menjadi arah pengembangan ke depan agar website semakin menarik dan interaktif bagi pendengar.

Beliau menambahkan bahwa selain sebagai sarana interaksi dengan audiens, website juga berperan dalam menyediakan data analitik yang transparan bagi klien. Melalui integrasi dengan *Google Analytics*, Move Online Radio bisa menyajikan informasi akurat mengenai jumlah pendengar, jam aktif mereka, serta demografi seperti usia, gender, dan lokasi. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi klien yang ingin beriklan di platform ini, karena mereka dapat melihat data yang lebih jelas dibandingkan dengan radio FM konvensional yang tidak memiliki web pendukung.

Pak Zaky juga menegaskan bahwa transparansi data menjadi nilai tambah bagi Move Online Radio. Dengan adanya analitik yang terukur, radio ini dapat memberikan laporan real-time kepada klien, seperti jumlah pendengar di jam tertentu atau total audiens dalam sebulan. Ini membedakan Move Online Radio dari radio tradisional yang sering kali tidak bisa menyajikan data detail mengenai pendengar mereka. Bahkan, sejak seseorang pertama kali membuka website moveonlineradio.com, sistem sudah bisa merekam perangkat yang digunakan, lokasi geografis, hingga karakteristik demografis pendengar.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa website bukan hanya sekadar pelengkap, melainkan wajah utama dari Move Online Radio dalam ekosistem digital. Dengan tampilan yang profesional, fitur interaktif, serta transparansi data yang tinggi, website ini menjadi salah satu faktor penting dalam menarik perhatian baik pendengar maupun klien.

4.1.12 Rencana Pengembangan Fitur Baru Website

Optimasi website Move Online Radio dilakukan dengan mengikuti perkembangan tren digital agar tetap relevan dan menarik bagi audiens. Beliau menjelaskan bahwa pengembangan fitur baru terus dipertimbangkan, terutama yang dapat memberikan pengalaman berbeda bagi pendengar. Salah satu inovasi yang direncanakan adalah peningkatan kualitas audio, di mana pendengar bisa memilih kualitas suara sesuai preferensi mereka, apakah dalam format standar (SD) atau kualitas tinggi (HD). Langkah ini bertujuan agar pengalaman mendengarkan radio menjadi lebih nyaman dan berkualitas.

Selain itu, Pak Zaky menambahkan bahwa tampilan website juga akan mengalami penyempurnaan. Move Online Radio berencana untuk memperbesar tampilan gambar penyanyi dan memperbaiki elemen warna agar lebih menarik secara visual. Berbeda dengan beberapa radio lain yang masih mengandalkan teks berita di situs mereka, Move tidak akan terlalu berfokus pada fitur berita berbasis teks. Sebagai gantinya, informasi akan disajikan dalam bentuk video pendek yang lebih sesuai dengan kebiasaan

konsumsi media saat ini. Untuk berita lengkap, audiens akan diarahkan langsung ke platform media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Beliau juga mengungkapkan bahwa ke depannya, Move Online Radio berencana mengembangkan sistem keanggotaan (*membership*). Pendengar yang login melalui akun Instagram Move Radio akan mendapatkan berbagai keuntungan, seperti diskon di outlet tertentu sebagai bagian dari kerja sama dengan mitra bisnis. Tak hanya itu, dalam dua tahun ke depan, Move juga berencana meluncurkan "Move Dangdut," sebuah kanal khusus dengan fitur tambahan seperti sistem saweran. Fitur ini memungkinkan pendengar memberikan saweran dengan nominal yang mereka tentukan, disertai dengan pesan pribadi yang akan diterima langsung oleh penyiar. Berbagai metode pembayaran juga akan disediakan untuk mempermudah proses ini.

Melalui berbagai pengembangan ini, Pak Zaky menegaskan bahwa Move Online Radio terus beradaptasi dengan kebutuhan audiens dan tren digital yang berkembang pesat.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penjabaran wawancara diatas, dapat dilihat bahwasanya kegiatan wawancara penelitian berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan penulis. Pak Zaky selaku narasumber memberikan informasi yang sangat jelas serta sangat membantu dan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Dari hasil penelitian di atas, peneliti mendeskripsikan menjadi beberapa kategori, adalah sebagai berikut :

4.2.1 Transformasi Move Online Radio dalam Era Konvergensi Media

Adaptasi Move Online Radio dalam industri penyiaran digital mencerminkan perubahan fundamental dalam lanskap penyiaran yang beralih dari format analog ke digital. Berbeda dengan radio konvensional yang pada awalnya mengandalkan frekuensi siaran dan kemudian menyesuaikan diri dengan platform digital sebagai media distribusi tambahan, Move Online Radio sejak awal mengadopsi pendekatan digital secara menyeluruh. Hal ini selaras dengan konsep Konvergensi Media, sebagaimana dikemukakan oleh Jenkins, yang menjelaskan bahwa konvergensi tidak hanya mencakup perpaduan berbagai media dalam satu platform, tetapi juga mengubah pola produksi dan konsumsi konten oleh audiens. Seperti yang ditegaskan oleh Pak Zaky, dalam hal ini Move Online Radio tidak lagi terbatas pada batasan geografis seperti radio konvensional, melainkan mampu menjangkau audiens global melalui internet dan perangkat seluler.

Keputusan Move Online Radio untuk fokus pada aksesibilitas berbasis seluler juga selaras dengan tren peningkatan penggunaan smartphone dalam mengakses konten digital. Data dari *We Are Social* dan *Hootsuite* (Riyanto, 2024) menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna internet di Indonesia mengakses media melalui perangkat seluler. Hal ini memperkuat strategi yang diterapkan oleh Move Online Radio, di mana mereka lebih mengutamakan website dan aplikasi seluler dibandingkan

dengan platform tradisional. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan ekosistem digital yang lebih fleksibel dan mudah diakses oleh audiens tanpa bergantung pada perangkat radio fisik.

Namun, meskipun strategi adaptasi ini memiliki keunggulan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, tetap ada beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satu keterbatasan yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah ketergantungan terhadap infrastruktur internet yang stabil. Tidak seperti radio konvensional yang dapat diakses di berbagai daerah tanpa hambatan sinyal, Move Online Radio sangat bergantung pada koneksi internet, yang bisa menjadi kendala bagi audiens di daerah dengan jaringan yang kurang memadai. Selain itu, pengembangan aplikasi yang optimal memerlukan biaya dan sumber daya manusia yang kompeten, yang menjadi tantangan tersendiri dalam proses digitalisasi radio.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa adaptasi Move Online Radio ke dalam industri penyiaran digital bukan sekadar perubahan dari format analog ke digital, tetapi juga bagian dari transformasi yang lebih luas dalam industri media. Pendekatan berbasis konvergensi yang mereka terapkan memungkinkan radio untuk tetap relevan di era digital, meskipun tetap ada tantangan yang harus diatasi dalam proses pengembangannya.

4.2.2 Penyesuaian dan Segmentasi Konten Soft News dalam Penyiaran Move Online Radio

Dalam era digital, radio tidak hanya berfungsi sebagai media penyiaran audio tetapi juga harus mampu menyesuaikan kontennya dengan tren dan preferensi audiens. Move Online Radio memahami pentingnya strategi ini dalam mempertahankan relevansi dan menarik pendengar. Menurut Pak Zaky, sebelum menentukan jenis konten yang akan disiarkan, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah memahami target audiens mereka.

Sejak didirikan pada September 2019, Move Online Radio telah menetapkan bahwa target utama mereka adalah individu yang sudah terbiasa dengan teknologi dan perangkat seluler. Kelompok usia 20 hingga 40-an tahun dipilih sebagai audiens utama karena mereka merupakan pengguna aktif media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter). Platform seperti Facebook mulai dianggap kurang relevan untuk menjangkau segmen ini, sehingga Move Online Radio lebih memfokuskan distribusi kontennya melalui platform yang lebih populer bagi audiens muda.

Dalam menyesuaikan konten musik, Move Online Radio menggunakan pendekatan berbasis tren dengan hanya memutar lagu-lagu yang sudah populer dan dikenal luas di platform digital seperti Spotify dan TikTok. Pak Zaky menambahkan bahwa strategi ini bertujuan untuk memastikan pendengar mendapatkan pengalaman mendengarkan yang

sesuai dengan preferensi mereka. Tagline "*The Real Radio Online 24 Jam Putar Lagu Populer*" menjadi representasi dari pendekatan ini, yang membedakan Move Online Radio dari stasiun radio digital lainnya. Dengan demikian, strategi ini membantu membangun loyalitas pendengar karena mereka dapat menikmati lagu-lagu yang mereka kenal dan sukai tanpa perlu mencari sendiri.

Selain konten musik, Move Online Radio juga berupaya menyesuaikan penyajian konten soft news agar lebih menarik bagi audiens digital. Menurut Pak Zaky, mayoritas pendengar mereka tidak tertarik dengan berita-berita yang bersifat *hard news*. Sebaliknya, mereka lebih menyukai berita ringan atau *soft news* yang berkaitan dengan isu sosial, lingkungan, serta perkembangan ekonomi dan bisnis yang lebih relevan dengan kehidupan sehari-hari. Namun, dalam menyajikan berita ekonomi yang bersifat lebih kompleks, Move Online Radio memastikan bahwa informasi tersebut dikemas secara lebih ringan agar lebih mudah dipahami oleh pendengar.

Perubahan pola konsumsi berita di era digital juga menjadi pertimbangan utama dalam strategi penyajian konten. Berdasarkan riset internal, audiens saat ini cenderung menghindari berita berdurasi panjang dan lebih menyukai informasi yang singkat, jelas, dan langsung ke intinya. Fenomena ini terutama terlihat pada generasi milenial, Gen Z, dan Gen Alpha yang mengonsumsi konten melalui media sosial dalam bentuk video pendek. Untuk menyesuaikan dengan tren ini, Move Online Radio

menerapkan strategi penyajian berita dalam format potongan video berdurasi singkat yang kemudian diunggah ke media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pendekatan ini memungkinkan audiens mendapatkan wawasan berharga hanya dalam waktu satu menit tanpa harus merasa terbebani oleh durasi berita yang panjang.

Dalam konteks Teori Konvergensi Media, strategi Move Online Radio ini mencerminkan bagaimana media digital telah mendorong transformasi penyiaran radio menjadi lebih interaktif dan visual. Sejalan dengan temuan (Harliantara, 2016), konvergensi media telah mengubah format penyiaran radio dari yang semula hanya berbasis audio menjadi lebih visual dan berbasis multimedia, terutama melalui integrasi dengan media sosial. Dengan menghadirkan konten berita dan musik dalam format yang lebih dinamis, Move Online Radio menunjukkan bagaimana radio digital tidak lagi hanya mengandalkan siaran audio tradisional, tetapi juga memanfaatkan berbagai platform digital untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Namun, di balik keberhasilan strategi ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana Move Online Radio dapat mempertahankan daya saingnya di tengah banyaknya platform digital lain yang menawarkan layanan serupa. Selain itu, perubahan tren yang cepat juga menjadi tantangan tersendiri, di mana Move Online Radio harus terus beradaptasi agar tidak tertinggal oleh inovasi baru di industri penyiaran digital. Dengan memahami dinamika ini,

Move Online Radio dapat terus mengembangkan format penyiarannya agar tetap relevan dan menarik bagi audiens digital di masa depan.

4.2.3 Kurasi Playlist Musik di Move Online Radio

Dalam era digital, kurasi musik dalam siaran radio tidak hanya bergantung pada preferensi internal, tetapi juga harus disesuaikan dengan tren konsumsi audiens yang dinamis. Move Online Radio menerapkan kebijakan kurasi musik yang sistematis dengan mempertimbangkan pengalaman penyiaran dan pola konsumsi musik digital saat ini. Sebagai direktur utama Move Online Radio, Pak Zaky Yusuf mengandalkan pengalamannya sebagai program director dan music director di berbagai radio besar di Indonesia untuk menentukan format musik yang tepat bagi audiens mereka.

Sejalan dengan konsep konvergensi media, Move Online Radio menyesuaikan strategi pemilihan lagu dengan kebiasaan audiens dalam mengakses musik melalui berbagai platform digital. Jika pada radio konvensional pemilihan lagu lebih bersifat internal, Move Online Radio mengadopsi pendekatan berbasis data dengan mengacu pada popularitas lagu di platform seperti Spotify dan TikTok.

Salah satu strategi utama Move Online Radio dalam mengkurasi musik adalah dengan membagi jam siaran ke dalam beberapa segmen waktu, yang masing-masing memiliki karakteristik lagu yang berbeda sesuai dengan suasana hati dan aktivitas audiens. Konsep ini sejalan dengan teori programming dalam industri penyiaran, di mana penyiaran musik

harus disesuaikan dengan pola konsumsi audiens untuk meningkatkan engagement.

a *Prime Time* (Pagi dan Sore Hari) Pada pagi hari (06.00 - 10.00), audiens cenderung aktif dalam perjalanan atau mempersiapkan diri untuk beraktivitas. Oleh karena itu, Move Online Radio memilih lagu-lagu *upbeat* dengan tempo cepat untuk membangkitkan semangat. Lagu-lagu pop hits yang familiar dan memiliki ritme energik lebih banyak diputar pada jam ini. Selain itu, segmen *soft news* yang dikemas dalam format ringan juga turut menemani audiens.

   Sore hari (16.00 - 18.00) menjadi momen ketika audiens mulai merasa lelah setelah bekerja atau beraktivitas. Untuk mengimbanginya, Move Online Radio kembali memutar lagu-lagu dengan ritme yang lebih bersemangat, namun dengan pilihan genre yang lebih beragam seperti pop, R&B, atau EDM ringan yang sedang tren.

b Siang Hari (11.00 - 15.00) Setelah pagi yang dinamis, siang hari menjadi waktu di mana audiens mulai mencari ketenangan. Pada jam-jam ini, Move Online Radio menyesuaikan musik dengan lagu-lagu yang lebih *mellow* dan *easy listening*, memungkinkan pendengar untuk tetap fokus pada aktivitas mereka tanpa merasa terganggu. Lagu-

lagu akustik atau balada sering menjadi pilihan utama di segmen ini.

c Malam Hari (19.00 - 23.00) Pada malam hari, terjadi perubahan pola konsumsi media, di mana sebagian besar audiens lebih memilih menonton televisi atau mengakses konten streaming video. Oleh karena itu, Move Online Radio tidak menjadikan jam ini sebagai waktu siaran utama. Namun, setelah pukul 21.00, jumlah pendengar mulai meningkat kembali. Untuk mengakomodasi hal ini, Move Online Radio menyesuaikan kurasi lagu dengan pilihan musik yang lebih lembut dan menenangkan, seperti lagu-lagu *chill pop* atau lo-fi.

Strategi kurasi musik yang diterapkan oleh Move Online Radio merupakan bentuk adaptasi terhadap tren konvergensi media. Dengan memanfaatkan data dari berbagai platform digital, Move Online Radio dapat menyajikan playlist yang relevan dengan preferensi audiens modern. Hal ini menunjukkan bahwa penyiaran radio digital tidak hanya mengandalkan intuisi penyiar, tetapi juga perlu didukung oleh analisis tren musik digital agar tetap kompetitif di industri penyiaran.

Namun, dalam penerapannya, Move Online Radio juga menghadapi tantangan. Salah satu keterbatasan utama adalah perubahan tren musik yang sangat cepat, sehingga proses kurasi lagu harus selalu diperbarui agar tetap relevan. Selain itu, keterbatasan akses ke lagu-lagu berlisensi juga menjadi

faktor yang perlu diperhitungkan dalam menentukan playlist yang dapat diputar secara legal di platform radio digital.

Dengan strategi kurasi yang adaptif dan berbasis data, Move Online Radio mampu memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens digital. Hal ini membuktikan bahwa dalam era konvergensi media, keberhasilan penyiaran radio digital bergantung pada sejauh mana media dapat menyesuaikan kontennya dengan perkembangan teknologi dan preferensi audiens yang terus berubah.

4.2.4 Adaptasi Move Online Radio terhadap Perubahan Algoritma Media Sosial

Perubahan algoritma Instagram menjadi tantangan bagi banyak kreator dan bisnis digital, termasuk Move Online Radio. Algoritma yang terus berubah mempengaruhi visibilitas konten, sehingga strategi yang digunakan harus adaptif dan tidak bergantung sepenuhnya pada satu pendekatan. Move Online Radio memahami bahwa salah satu cara terbaik untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan memperkuat keterlibatan audiens secara organik atau secara alami, terutama dengan mendorong lebih banyak pengguna untuk mengikuti akun mereka. Strategi ini memastikan bahwa konten tetap dapat menjangkau audiens meskipun algoritma mengalami perubahan.

Dalam konteks teori Konvergensi Media, strategi ini menunjukkan bagaimana radio digital memanfaatkan berbagai platform untuk mempertahankan audiens. Menurut Jenkins, konvergensi media

memungkinkan berbagai bentuk komunikasi dan distribusi konten untuk saling terhubung, sehingga strategi multi-platform menjadi sangat penting. Dengan fokus pada pertumbuhan jumlah pengikut, Move Online Radio memastikan bahwa audiens mereka tetap mendapatkan pembaruan dan tidak terlalu terpengaruh oleh fluktuasi algoritma.

Selain mengandalkan pengikut organik, Move Online Radio juga menerapkan strategi pemasaran digital melalui iklan berbayar (*paid ads*) di Instagram dan TikTok. Karena iklan digital yang bersifat singkat dan langsung ke inti pesan lebih efektif dalam menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, Move Online Radio menggunakan materi iklan yang sederhana namun relevan dengan selera pendengar mereka. Dengan demikian, mereka tidak hanya mengandalkan algoritma organik tetapi juga memanfaatkan jangkauan iklan berbayar untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Namun, strategi ini juga memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan iklan berbayar membutuhkan anggaran yang berkelanjutan, sehingga efektivitasnya tergantung pada alokasi dana yang dimiliki. Kedua, interaksi audiens yang bergantung pada algoritma media sosial tetap memiliki risiko ketidakpastian, terutama jika platform seperti Instagram mengubah kebijakan distribusi konten mereka. Selain itu, pendekatan ini lebih efektif bagi audiens yang aktif di media sosial, sedangkan bagi mereka yang kurang aktif, jangkauan konten masih menjadi tantangan.

Meskipun demikian, langkah-langkah yang diterapkan Move Online Radio menunjukkan bagaimana radio digital dapat tetap relevan di tengah perubahan ekosistem media. Dengan menggabungkan strategi penguatan komunitas dan pemasaran digital, mereka dapat menyesuaikan diri dengan tantangan yang ada tanpa kehilangan daya saing di dunia penyiaran digital.

Peran media sosial dalam industri penyiaran digital semakin krusial, terutama dalam menjangkau dan mempertahankan audiens. Berdasarkan hasil penelitian ini, Move Online Radio menggunakan Instagram dan TikTok sebagai alat utama untuk meningkatkan jumlah pendengar. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kustiawan, Rivaldo, et al., 2024), yang menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan radio digital untuk membangun keterlibatan audiens yang lebih interaktif dan personal.

Dalam konteks teori Konvergensi Media, pemanfaatan media sosial oleh Move Online Radio menunjukkan bagaimana integrasi berbagai platform menciptakan pengalaman yang lebih dinamis bagi audiens. Menurut Jenkins, konvergensi media memungkinkan berbagai bentuk komunikasi untuk saling melengkapi. Hal ini terlihat dari bagaimana Move Online Radio menggunakan Instagram sebagai sarana penyampaian informasi edukatif, sementara TikTok lebih difokuskan untuk menarik pendengar baru melalui interaksi visual dan live streaming.

Salah satu strategi utama yang diterapkan Move Online Radio adalah menghadirkan penyiar yang tidak hanya memiliki kemampuan berbicara

yang baik, tetapi juga mampu membangun citra yang menarik di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Alifah et al., 2024) menegaskan bahwa audiens digital lebih tertarik pada figur publik yang tampak autentik dan dapat diajak berinteraksi secara langsung. Oleh karena itu, pendekatan yang diterapkan Move Online Radio dalam memilih penyiar yang fleksibel dan ramah menjadi faktor penting dalam meningkatkan engagement.

Namun, strategi ini juga memiliki beberapa tantangan. Ketergantungan terhadap algoritma media sosial membuat jangkauan konten tidak selalu stabil, terutama karena platform seperti TikTok dan Instagram sering melakukan pembaruan kebijakan. Selain itu, tidak semua penyiar nyaman dengan eksposur visual yang tinggi, sehingga proses seleksi sumber daya manusia menjadi lebih ketat. Faktor-faktor ini dapat menjadi hambatan dalam mempertahankan konsistensi interaksi dengan audiens.

Secara keseluruhan, Move Online Radio berhasil memanfaatkan keunggulan masing-masing platform media sosial untuk memperluas jangkauan pendengarnya. Dengan memahami karakteristik audiens di TikTok dan Instagram, mereka dapat menciptakan strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan tren digital saat ini. Namun, agar keberlanjutan strategi ini tetap optimal, diperlukan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan algoritma serta pengembangan kompetensi penyiar agar tetap relevan dalam ekosistem digital yang terus berkembang.

4.2.5 Optimalisasi Peran Website dalam Ekosistem Digital Move Online Radio

Peran website dalam ekosistem digital Move Online Radio menunjukkan bahwa platform digital bukan sekadar pelengkap, melainkan menjadi elemen kunci dalam strategi pengelolaan dan pemasaran radio digital. Website "moveonlineradio.com" bukan hanya sebagai tempat penyiaran konten, tetapi juga sebagai alat branding profesional yang menarik perhatian klien serta memberikan transparansi data kepada audiens dan pengiklan.

Dalam perspektif Teori Konvergensi Media, bahwa media digital memungkinkan berbagai bentuk komunikasi untuk saling melengkapi dan beradaptasi. Hal ini tercermin dalam bagaimana Move Online Radio memanfaatkan websitenya sebagai pusat data dan interaksi dengan audiens, yang sebelumnya hanya dapat dilakukan melalui siaran radio konvensional.

Website Move Online Radio tidak hanya berfungsi sebagai portal informasi, tetapi juga sebagai sarana interaksi yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Saat ini, beberapa radio digital telah mengadopsi fitur-fitur interaktif seperti sistem donasi (sawer) dan kuis berhadiah untuk meningkatkan engagement. Meskipun Move Online Radio belum menerapkan fitur tersebut, potensi pengembangan ini dapat menjadi peluang untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan loyalitas pendengar.

Selain itu, keunggulan utama website dalam ekosistem digital terletak pada kemampuannya untuk menyediakan data analitik yang transparan. Dengan memanfaatkan *Google Analytics*, Move Online Radio dapat melacak jumlah pengunjung, waktu aktif pendengar, serta karakteristik demografis mereka. Keunggulan ini tidak dimiliki oleh radio konvensional yang sering kali kesulitan dalam mengukur jumlah pendengar secara akurat. Data ini juga menjadi nilai jual bagi pengiklan, karena mereka dapat menargetkan audiens dengan lebih tepat berdasarkan informasi yang tersedia.

Namun, ada beberapa tantangan dalam pengoptimalan website sebagai bagian dari strategi digital. Salah satunya adalah kebutuhan akan inovasi yang berkelanjutan agar tetap menarik bagi audiens. Dengan banyaknya pilihan hiburan digital saat ini, website radio harus mampu menawarkan pengalaman yang unik dan lebih dari sekadar platform streaming. Selain itu, tantangan lain adalah memastikan bahwa audiens tetap aktif menggunakan website, mengingat banyaknya platform media sosial lain yang lebih sering diakses oleh pendengar muda.

Secara keseluruhan, peran website dalam ekosistem digital Move Online Radio mencerminkan bagaimana industri penyiaran beradaptasi dengan era digital. Dengan memanfaatkan website sebagai pusat interaksi, branding, dan transparansi data, Move Online Radio dapat memperkuat posisinya di industri radio digital. Namun, inovasi yang terus-menerus

diperlukan agar website tetap relevan dan mampu bersaing dalam lanskap media yang semakin dinamis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Move Online Radio telah berhasil beradaptasi dengan dinamika penyiaran digital melalui strategi berbasis konvergensi media. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Move Online Radio tidak hanya menyajikan konten dalam bentuk audio tetapi juga mengintegrasikan elemen visual dan interaktif melalui platform media sosial. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih terlibat dibandingkan dengan radio konvensional.

Dalam menyajikan konten soft news dan musik, Move Online Radio menerapkan strategi berbasis tren dengan fokus pada lagu-lagu populer serta berita ringan yang dikemas dalam format singkat dan mudah diakses. Seperti dengan membagi waktu siaran menjadi beberapa segmen sesuai dengan kebiasaan konsumsi audiens. Strategi ini sejalan dengan perubahan pola konsumsi media digital yang lebih mengutamakan efisiensi dan keterjangkauan informasi serta memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih relevan.

Selain itu, peran audiens dalam menentukan konten yang disiarkan semakin besar berkat pemanfaatan media sosial. Move Online Radio mengadopsi sistem interaksi yang lebih praktis dan cepat melalui platform seperti TikTok dan Instagram, memungkinkan pendengar untuk lebih aktif dalam mengajukan permintaan lagu dan memberikan umpan balik secara *real-time*. Pendekatan ini memperkuat konsep *participatory culture* dalam ekosistem radio digital, di mana

audiens tidak lagi sekadar konsumen pasif, melainkan turut serta dalam membentuk konten penyiaran.

Sementara itu, website Move Online Radio berkembang menjadi elemen penting dalam ekosistem digital, tidak hanya sebagai platform penyiaran, tetapi juga sebagai alat branding, pusat data analitik, dan sarana interaksi audiens. Pengembangan fitur seperti sistem keanggotaan dan potensi monetisasi melalui saweran menunjukkan bahwa inovasi digital menjadi kunci dalam menjaga daya saing di industri penyiaran daring.

Penelitian ini mengukuhkan bahwa Move Online Radio mampu beradaptasi dengan era konvergensi media melalui strategi berbasis data, interaktif, dan fleksibel. Keberhasilan dalam industri penyiaran digital tidak hanya ditentukan oleh konten yang menarik, tetapi juga oleh sejauh mana media dapat berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta preferensi audiens yang terus berubah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan Move Online Radio untuk meningkatkan efektivitas penyiaran digital serta menjaga daya saingnya dalam industri penyiaran daring.

Pertama Move Online Radio dapat meningkatkan keterlibatan audiens dengan menghadirkan lebih banyak konten yang bersifat personal, seperti program interaktif yang melibatkan pendengar dalam pembuatan playlist, polling lagu favorit, atau sesi diskusi langsung dengan penyiar melalui platform media sosial.

Mengingat pentingnya persona digital dalam dunia penyiaran modern, Move Online Radio dapat memberikan pelatihan kepada penyiar agar mereka mampu mengembangkan konten kreatif di berbagai platform, seperti video pendek di TikTok dan Instagram, podcast eksklusif, serta sesi live streaming yang menarik.

Hal lain mengingat perubahan algoritma media sosial yang tidak selalu menguntungkan, Move Online Radio perlu membangun komunitas digital yang lebih kuat, misalnya dengan mengembangkan aplikasi atau platform eksklusif seperti saluran WhatsApp dan saluran Instagram yang memungkinkan pendengar tetap terhubung tanpa bergantung pada algoritma media sosial pihak ketiga. Dan dapat juga bekerja sama dengan influencer untuk memperluas *exposure*. Untuk tetap relevan di industri penyiaran digital, Move Online Radio harus secara rutin mengevaluasi efektivitas strategi kontennya serta terus berinovasi dalam menghadirkan pengalaman mendengarkan yang lebih menarik bagi audiens.

Terakhir peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap Move Online Radio. Penelitian lanjutan ini diharapkan tidak hanya memperkaya temuan yang ada, tetapi juga mampu mengungkap dimensi baru yang relevan dengan perkembangan media digital. Dengan demikian, penelitian tersebut dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi literatur di bidang komunikasi dan teknologi penyiaran.

DAFTAR PUSTAKA

Alifah, E., Putri, N., Widodo, A., Raya, J., & Widodo@ds, A. (2024). Audience Engagement In Supporting Influencer Work On Instagram Keterlibatan Audiens Dalam Mendukung Karya Influencer Di Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, *3*(1), 17–33. http://netnografiikom.org/index.php/netnografi

Alsa, D. I., & Ikeu Junita Triwardhani. (2022). Makna Komunikasi Interpersonal dalam Film Keluarga Cemara. *Bandung Conference Series: Communication Management*, *2*(1). https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1952

Anshori, A. (2019). *Pencitraan Politik Melalui Media Sosial terhadap Sikap Pemilih di Kota Medan*.

Arif, R., Zuhri, S., & Suwatah, S. (2022). Eksistensi Radio Komunitas Kampus Surabaya di Era Konvergensi Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *12*(2). https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.2.193-208

Gusna, S. S., Fatih, A. M., & Salsabila, T. (2021). Konvergensi Digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, *3*(1). https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.12017

Harliantara, Mr. (2016). Komunikasi Siaran Integrasi Media Konvensional Dan Internet Pada Penyiaran Radio Swasta. *Jurnal Komunikasi*, *10*(2). https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art4

Kustiawan, W., Hani, F. R., Raqiqah, N. R., Affandi, Z., Fikhry, M. D., Harahap, M. P., & Elman, E. (2024). Radio Journalism Products. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, *7*(3), 9658–9664.

Kustiawan, W., Rivaldo, A., Wahid, I., Purba, N., Faradillah, H., Aini, N., Khairina, M. A., & Ningsih, W. (2024). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Keterlibatan Audiens Dengan Siaran Radio. In *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin* (Vol. 8, Issue 6).

Marchellia, R. I. A. C., & Siahaan, C. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Hubungan Pertemanan. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *11*(1). https://doi.org/10.33366/jisip.v11i1.2357

Munggaran, T. P. (2023). Peran Dan Pengaruh Perempuan Dalam Dinamika Politik Di Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, *4*(7). https://doi.org/10.59141/jist.v4i7.653

Nara Weking, A., & Ndala, S. (2018). Analisis Implementasi Model Bisnis On Demand Service Mobile Platform Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Gojek Di Indonesia. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, *3*(3). https://doi.org/10.30591/jpit.v3i3.1021

Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2).

Nasution, N. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *2*(2).

Onong, U. (1990). Radio Siaran Teori dan Praktek. *Bandung: Mandar Maju*.

Parker, G. G. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. WW Norton & Company.

Rachman, R. A. (2018). Mengenal Teori Kultivasi George Gerbner. *Academia.Edu*, *210120180031*.

Redi, P. (2015). Sistem Penyiaran Indonesia: Sebuah Kajian Strukturalisme Fungsional. *Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri*.

Reza Retamara,Kun Budianto, R. A. (2023). Analisis Tindakan Ator-Aktor Poitik Jelang Pemilu Tahun 2024 Dalam Proses Pencalonan Melalui Media Sosial. *Jurnal Studi Ilmu Politik (JSIPOL)*, *2*(3).

Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*.

Rumata, V. M. (2017). Dinamika Tata Kelola Kebijakan Industri Penyiaran dan Telekomunikasi Indonesia Menuju Konvergensi: Sebuah Studi Paradigma Interpretatif. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, *5*(1). https://doi.org/10.17933/jppi.2015.0501006

Santoso, P., Corry, &, & Sinaga, N. (2023). *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi Online Media Reporting Model Encourages Society to Migrate to Digital Broadcasting*. *7*, 205–228. https://doi.org/10.15575/cjik.v7i2

Sartono Baktiar, M. (n.d.). *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi Eksistensi Radio Maja FM Mojokerto Melalui Konvergensi Media dan Participatory Media Culture*. https://e-journal.unair.ac.id/Medkom

Setianingrum, V. M. (2017). Programming Radio Berdasarkan Karakter Pendengar Pedesaan Dan Perkotaan (Studi Kasus Di Radio Pandowo Tulungagung Dan She Radio Surabaya Jawa Timur). *The Journal of Society & Media*, *1*(1). https://doi.org/10.26740/jsm.v1n1.p84-101

Setiawan, H., Handayani, B., & Sherlya, A. F. (2023). Ekosistem Radio Siaran Swasta di Pekanbaru pada Era Penyiaran Digital. *Jurnal Riset Komunikasi*, *6*(1). https://doi.org/10.38194/jurkom.v6i1.730

Sheila. (2022). Media Sosial Sebagai Pendukung Interaktivitas Penyiar Dan Pendengar Di Radio Swaragama Fm (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram di Radio Swaragama FM. *Journal Information*, *10*.

Shirleen, J. P., Puspitasari, A., & Hijriah, A. (2023). Analisis Lagu Bertema Akuntansi "Galang Rambu Anarki" Dalam Perspektif Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, *3*(2). https://doi.org/10.61696/juwira.v3i2.151

Sinaga, C. N. A. P. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom FM dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(1), 1–16.

Suhendra, S. (2023). Studi Efektifitas Dan Dampak Konvergensi Media Di Kantor Berita Antara Sumatera Selatan. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1). https://doi.org/10.47995/jik.v6i1.185

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, *1*(1). https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60

Tahir, A., & Medita, H. (2023). Film Tari Sebagai Media Komunikasi Massa dalam Pertunjukkan Seni Tari. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(1).

Tejokusumo, B. (2014). Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial. *Jurnal Geodukasi*, *III*(1).

Teresya, R., Rizka Rahmah Nabiilah, & Safina Tunnajah. (2022). Literature Review E-Commerce: Profitabilitas, Tekanan Eksternal Dan Kemudahan Pengguna. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *3*(4). https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.979

LAMPIRAN

Acc PB
20/02-2025

Draf Wawancara

Judul : Analisis Dinamika Penyiaran Move Onine Radio Melalui Platform Digital Dalam Menyajikan Konten Soft News Dan Musik

Nama : Zaky Yusuf

Jabatan : Direktur Utama

1. Bagaimana strategi Move Online Radio dalam memanfaatkan teknologi konvergensi media agar tetap kompetitif di era digital, terutama di tengah dominasi platform streaming musik seperti Spotify dan YouTube Music?

2. Selama adaptasi ke platform digital, apakah memberikan dampak signifikan terhadap jumlah dan keterlibatan audiens, atau justru menimbulkan tantangan baru seperti penurunan loyalitas pendengar?

3. Bagaimana Move Online Radio menyesuaikan konten soft news agar tetap relevan dengan preferensi audiens digital yang beragam?

4. Konten apa saja yang biasanya disajikan dalam siaran Move Online Radio? Apakah ada segmentasi khusus untuk soft news?

5. Mengingat selera musik audiens digital sangat dinamis, bagaimana kebijakan Move Online Radio dalam memilih dan mengkurasi lagu yang diputar? Apa ada format khusus dalam penyajian musik, seperti segmentasi berdasarkan genre atau waktu tertentu?

6. Seperti kebanyakan radio, sejauh mana audiens bisa berkontribusi dalam pemilihan lagu, misalnya melalui request atau polling?

7. Bagaimana Move Online Radio menghadapi tantangan algoritma Instagram yang sering berubah dan mempengaruhi jangkauan konten? Apa ada strategi khusus dalam pemanfaatan ads atau kolaborasi dengan influencer/media lain?

8. Sejauh mana Instagram berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pendengar atau traffic ke website Move Online Radio?

9. Apakah website moveonlineradio.com dirancang hanya sebagai pendukung siaran, atau ada strategi khusus agar website ini menjadi pusat ekosistem digital bagi audiens?

10. Bagaimana proses optimasi website Move Online Radio agar tetap relevan dengan tren digital dan mudah diakses oleh audiens? Apakah ada rencana pengembangan fitur baru di website ke depan?

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 498/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : -.-
Hal : ***Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa***

Medan, 20 Sya'ban 1446 H
19 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Direktur Utama Move Online Radio**
di-
Tempat.

Bissmillahirahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Kantor Move Online Radio, atas nama :

Nama mahasiswa	: **SALSABELLA ZULYTA**
N P M	: 2103110040
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: **ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN: 0030017402

Cc : File.

No.79.UM.18072024/MDN.MOVERADIO//

Hal : SURAT BALASAN PENYELESAIAN PENELITIAN

Medan, 20 Maret 2025

Kepada
Yth. Dekan Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU
Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Medan
di Tempat

Sehubungan dengan telah selesainya penelitian yang dilakukan oleh Saudari **Salsabella Zulya** di **Move Radio**, kami menyampaikan apresiasi atas dedikasi dan kerja keras yang telah dilakukan selama masa penelitian.

Kami mengonfirmasi bahwa Saudari telah menyelesaikan seluruh rangkaian penelitian dengan baik dan sesuai dengan prosedur yang berlaku di perusahaan kami. Kami berharap pengalaman yang diperoleh selama penelitian ini dapat memberikan manfaat serta wawasan tambahan bagi Saudari dalam pengembangan ilmu dan karier ke depan.

Kami juga mengucapkan terima kasih atas kerja sama yang telah terjalin. Jika di kemudian hari diperlukan referensi atau dokumen tambahan terkait penelitian ini, jangan ragu untuk menghubungi kami.

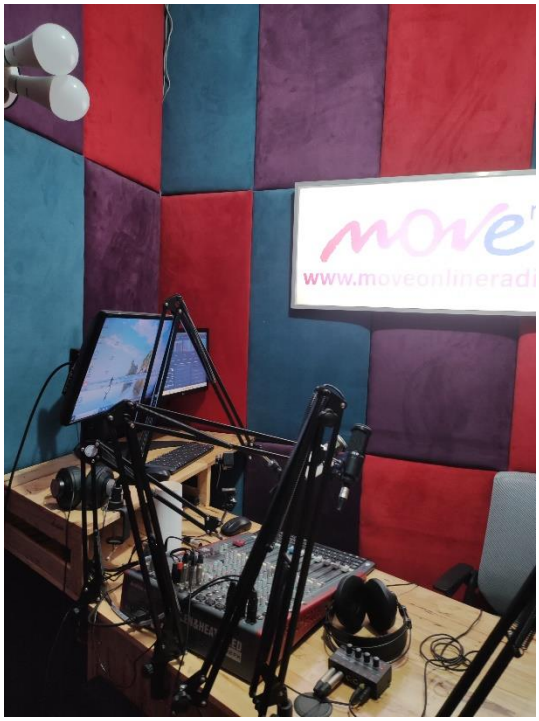
Demikian surat ini kami sampaikan. Semoga sukses selalu dalam perjalanan akademik dan profesional Saudari.

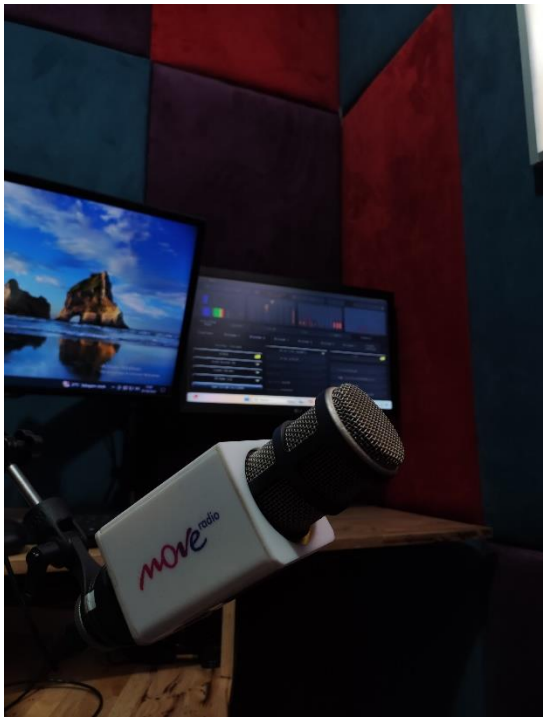
Salam Hormat,
Move Online Radio

Zaky Yusuf
Direktur

Dokumentasi

Narasumber : Bapak Zaky Yusuf





Studio siaran Move Online Radio

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi .Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 10 Desember 2024

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Salsabella Zulyta
NPM : 2103110040
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Audio Visual)
SKS diperoleh : 119 SKS, IP Kumulatif 3,76

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Analisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio melalui Platform Digital dalam Menyajikan Konten Soft News dan Musik	19 Des 2024
2	Analisis Semiotika Makna Identitas Sosial dalam Lirik Lagu "Rewrite The Stars" Karya Benj Pasek dan Justin Paul	
3.	Analisis Teknik Broadcasting dalam Meningkatkan Engagement Pemirsa Pada Acara Variety Show Bercanda Tapi Santai (BTS) di Trans7	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :
1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi: 051.21.311
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tanggal 24 Desember 2024

Ketua

Program Studi.....

(.....)

NIDN:

Pemohon,

(SALSABELLA ZULYTA)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk

Program Studi.....

(NURHASANAH NASUTION)

NIDN:

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2264/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal **: 24 Desember 2024**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	**: SALSABELLA ZULYTA**
N P M	: 2103110040
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK**
Pembimbing	: **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 051.21.311 tahun 2024.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 24 Juni 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tangal, 23 Djumadil Akhir 1446 H
24 Desember 2024 M

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN: 0030017402

Tembusan :
1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20230 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 66254 4 - 6631003
http://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menyerah surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

PERMOHONAN **Sk-3**
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 16 Januari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Salsabella Zulyta
N P M : 2102140040
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa** (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2264/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2024 tanggal 24 Desember 2024 dengan judul sebagai berikut :

Analisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio Melalui Platform Digital Dalam Menyajikan Konten Soft News Dan Musik

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK – 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua	Menyetujui	Pemohon,
Program Studi	Pembimbing	
(Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom)	(Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.Si)	(SALSABELLA ZULYTA)
NIDN: 0127048401	NIDN: 0110077602	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 246/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Jum'at, 31 Januari 2025
Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
16	ADINDA PUTRI HASIANI	2103110114	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS MAKNA VISUAL CINEMATIC FILM SUNGJIN "30" DAN STORY CONCEPT FILM NMIXX "DIZZINESS OF FREEDOM"
17	IMAM PRABOWO	2103110052	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si.	STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI PTPN III KEBUN TORGAMBA
18	ABDULLAH BIMA RAIHAN PRATAMA	2103110061	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	ANALISIS ISI NASKAH DRAMATIK DALAM FILM THE ROUND UP : PUNISHMENT KARYA HEO MYEONG-HAENG
19	AHMAD AULIA	2103110049	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK JEFFRY SENTANA DAN M HAIKAL DALAM PEMENANGAN PEMILU WALIKOTA 2024 DI KOTA LANGSA
20	SALSABELLA ZULYTA	2103110040	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK

Medan, 30 Rajab 1446 H
30 Januari 2025 M
Dekan

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Salsabella Zulyta
NPM : 2103110040
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Analisis Dinamika Penyiaran Move Online Radio Melalui Platform Digital Dalam Menyajikan Konten Soft News dan Musik

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	19/12/24	ACC Judul	
2	14/01/-25	Bimbingan Proposal	
3	15/01/-25	Revisi Proposal	
4	16/01/-25	ACC Proposal	
5	18/02/-25	Revisi Bab 3	
6	19/02/-25	ACC Bab 1-3	
7	20/02/-25	Bimbingan Draf Wawancara	
8	21/02/-25	ACC Draf Wawancara	
9	07/03/-25	Bimbingan Bab 4	
10	11/03/-25	ACC Bab 1-5	

Medan, 11 Maret 2025

Dekan,
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.Si)
NIDN: 0003017402

Ketua Program Studi,
(Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN. 0127048401

Pembimbing,
(.....)
NIDN: 0110077602

Sk-10

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 647/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Senin, 24 Maret 2025
Waktu : 08.30 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	SALSABELLA ZULYTA	2103110040	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS DINAMIKA PENYIARAN MOVE ONLINE RADIO MELALUI PLATFORM DIGITAL DALAM MENYAJIKAN KONTEN SOFT NEWS DAN MUSIK
7	RAUDHA HASANATUL HUSNAH	2103110166	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI ORANGTUA DALAM MENGAWASI PENGGUNAAN GAWAI PADA GENERASI ALPHA DI KABUPATEN DELI SERDANG
8	YURIKA BUNGA CHINTYA PANJAITAN	2103110075	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS KOMUNIKASI BNN DALAM PENANGANAN KASUS PENYALAHGUNAAN DAN PEREDARAN NARKOBA DI TANJUNGBALAI
9	AHMAD AULIA	2103110049	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK JEFFRY SENTANA DAN M HAIKAL DALAM PEMENANGAN PILKADA 2024 DI KOTA LANGSA
10	PUTRI MAHARANI	2103110194	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	PERAN KOMUNIKASI KELOMPOK TANI MAWAR DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN PETANI DI DESA TANJUNG REJO, KABUPATEN DELI SERDANG

Notulis Sidang :
1.

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. HUMAIDAH ARIFIN, SR, M.Hum.

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Medan, 21 Ramadhan 1446 H
21 Maret 2025 M

Panitia Ujian

Sekretaris

Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Biodata Peneliti

Nama	: Salsabella Zulyta
Tempat/Tanggal Lahir	: Tanjung Pura, 20 Maret 2002
Usia	: 23 Tahun
Anak ke	: 3 dari 3 Bersaudara
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Stabat, Jl. Kelapa Sawit Blok A No. 4

Data Orangtua

Nama Ayah	: Zulkarnain
Nama Ibu	: Miswitawati
Pekerjaan Ayah	: Pegawai Negeri Sipil
Pekerjaan Ibu	: Ibu Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan Formal

SD	: SD Negeri 050660 Kwala Bingai
SMP	: SMP Negeri 1 Stabat
SMA	: SMA Negeri 1 Stabat
S1	: FISIP UMSU

Medan, 27 April 2025

Salsabella Zulyta