



Talk Show Program Production Strategies on Campus Radio as an Information Medium for University Students

M. Rifkia Andika ^{*1.}

^{*} rifkiaandika60@gmail.com.

¹ Universitas Islam Yasni Bungo, Jambi, Indonesia

ABSTRACT

The rapid development of information and communication technology has transformed media consumption patterns among university students. The emergence of digital media and Artificial Intelligence (AI)-based technologies has contributed to a decline in students' interest in campus radio, highlighting the need for more innovative program production strategies to maintain its role as an information medium. This study aims to analyze the production strategies of talk show programs at the campus radio station of the Yasni Bungo Institute of Islamic Studies (IAI Yasni Bungo) as a source of information for university students. The study employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observations, in-depth interviews, and documentation. The participants included campus radio managers, broadcasters, and university students selected through purposive sampling. Data were analyzed using the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing, while the trustworthiness of the findings was ensured through source, technique, and time triangulation. The findings indicate that the production strategy for talk show programs has been implemented through three main stages: planning, implementation, and evaluation. During the planning stage, the radio management designed programs tailored to students' needs and gradually promoted them through social media using creative approaches aligned with current digital trends. Nevertheless, students' interest in campus radio remains relatively low, as most prefer obtaining information through digital media and AI-based applications, which are perceived as faster, more practical, and more accessible. These conditions present significant challenges for the IAI Yasni Bungo Campus Radio in improving program quality, strengthening digital promotion, and developing broadcasting innovations through the integration of podcasts, social media, and streaming services. The study concludes that the success of talk show program production strategies depends not only on the quality of broadcast content but also on the ability of radio managers to understand changing audience behavior and effectively utilize digital technology to support the production process, thereby ensuring that campus radio remains relevant as an information medium within higher education institutions.

Keywords: Production Strategy; Campus Radio; Talk Show; Information Media; University Students.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap industri media massa, termasuk media radio. Jika pada masa lalu radio hanya dipandang sebagai media penyampai informasi berbasis audio dengan jangkauan siaran yang terbatas, saat ini radio telah mengalami transformasi menjadi media konvergen yang mampu memadukan siaran konvensional dengan berbagai platform digital seperti media sosial, podcast, dan layanan streaming. Perubahan tersebut mendorong lembaga penyiaran untuk terus berinovasi dalam memproduksi program-program yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan khalayak.

Meskipun berbagai media digital berkembang sangat pesat, radio masih memiliki posisi penting sebagai media komunikasi yang mudah diakses, murah, serta mampu membangun kedekatan emosional dengan pendengarnya melalui kekuatan suara dan interaksi langsung (Muhammad Rizqy et al., 2023).

Di lingkungan perguruan tinggi, radio kampus merupakan salah satu media komunikasi yang memiliki fungsi strategis dalam mendukung penyebaran informasi akademik maupun nonakademik. Radio kampus tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan universitas, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran bagi mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi di bidang penyiaran, jurnalistik, komunikasi massa, produksi media, dan kepemimpinan organisasi. Keberadaan radio kampus juga menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menyalurkan kreativitas, menyampaikan aspirasi, serta membangun budaya komunikasi yang partisipatif di lingkungan akademik (Satria et al., 2022).

Salah satu format program yang banyak digunakan dalam radio kampus adalah program talkshow. Format ini dinilai efektif karena mampu menghadirkan dialog interaktif antara penyiar, narasumber, dan pendengar mengenai isu-isu aktual yang berkaitan dengan kehidupan mahasiswa, seperti kegiatan akademik, organisasi kemahasiswaan, beasiswa, kewirausahaan, kesehatan mental, literasi digital, hingga peluang karier. Dibandingkan dengan program musik atau siaran informasi satu arah, talkshow memberikan kesempatan kepada pendengar untuk berpartisipasi secara langsung melalui telepon, pesan singkat, maupun media sosial sehingga tercipta komunikasi dua arah yang lebih dinamis (Arif et al., 2022).

Dalam konteks komunikasi massa, kualitas sebuah program talkshow tidak hanya ditentukan oleh kemampuan penyiar dalam membawakan acara, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh proses produksi yang dilakukan sebelum, selama, dan setelah siaran berlangsung. Produksi siaran radio merupakan suatu proses yang sistematis mulai dari penentuan ide program, penyusunan konsep, penulisan naskah, pemilihan narasumber, pengaturan teknis studio, pelaksanaan siaran, hingga evaluasi terhadap hasil program. Seluruh tahapan tersebut saling berkaitan sehingga menentukan kualitas isi program yang diterima oleh pendengar. Dengan demikian, strategi produksi menjadi aspek yang sangat penting dalam menghasilkan program talkshow yang mampu memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa (Effendy et al., 2023).

Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai generasi digital memiliki pola konsumsi media yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mahasiswa tidak lagi hanya mengandalkan media konvensional sebagai sumber informasi, melainkan juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Spotify, podcast, maupun portal berita daring. Kondisi ini menyebabkan radio kampus menghadapi tantangan yang semakin kompleks dalam mempertahankan eksistensi dan menarik perhatian pendengar. Oleh karena itu, radio kampus dituntut untuk mampu mengembangkan strategi produksi program yang kreatif, inovatif, serta mampu mengintegrasikan media konvensional dengan media digital agar tetap relevan dengan karakteristik audiens saat ini (Sabran et al., 2020).

Transformasi tersebut menunjukkan bahwa radio tidak mengalami kemunduran, melainkan beradaptasi dengan perkembangan teknologi melalui konvergensi media audio. Radio modern tidak lagi hanya mengandalkan frekuensi siaran, tetapi juga memperluas distribusi konten melalui podcast, streaming, serta media sosial sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa produksi program radio pada era digital tidak hanya berorientasi pada proses penyiaran, tetapi juga mencakup strategi distribusi konten, promosi, interaksi dengan audiens, dan pemanfaatan berbagai platform digital sebagai pendukung keberhasilan program (Balsebre-Torroja et al., 2022).

Dalam perspektif ilmu komunikasi, strategi produksi program talkshow dapat dipahami

melalui Grand Theory Uses and Gratifications Theory yang dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini menjelaskan bahwa khalayak merupakan individu yang aktif dalam memilih media sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya. Pendengar tidak lagi dipandang sebagai penerima informasi yang pasif, tetapi memiliki kebebasan menentukan media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, identitas pribadi, maupun interaksi sosial. Dengan demikian, keberhasilan suatu program talkshow sangat bergantung pada kemampuan tim produksi dalam memahami kebutuhan pendengar dan menyusun isi program yang relevan dengan kebutuhan tersebut (Haqqu, 2020).

Penerapan Uses and Gratifications Theory dalam penelitian media audio menunjukkan bahwa pendengar memilih program radio atau podcast karena mampu memberikan informasi yang bermanfaat, hiburan, pengalaman belajar, rasa kebersamaan, serta kesempatan untuk tetap produktif ketika melakukan aktivitas lain. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa media audio masih memiliki daya tarik yang tinggi apabila mampu menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Oleh karena itu, strategi produksi menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan sebuah program talkshow di radio kampus (Meidina & Kurniasari, 2022).

Selain menggunakan grand theory tersebut, penelitian ini juga didukung oleh konsep manajemen produksi media, yang menjelaskan bahwa keberhasilan sebuah program penyiaran dipengaruhi oleh perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan evaluasi (evaluating). Dalam konteks produksi talkshow radio, setiap tahapan tersebut harus dilakukan secara sistematis agar menghasilkan program yang berkualitas, memiliki nilai informasi yang tinggi, serta mampu meningkatkan keterlibatan mahasiswa sebagai pendengar maupun sebagai partisipan dalam program siaran (Roshandy, 2022).

Berdasarkan hasil kajian berbagai penelitian terdahulu, sebagian besar penelitian mengenai radio lebih banyak membahas transformasi radio digital, podcast, strategi mempertahankan pendengar, maupun konvergensi media audio. Penelitian yang secara khusus mengkaji strategi produksi program talkshow pada radio kampus sebagai media informasi mahasiswa masih relatif terbatas. Padahal radio kampus memiliki karakteristik yang berbeda dengan radio komersial karena orientasinya tidak hanya pada aspek hiburan, tetapi juga pendidikan, penyebaran informasi akademik, pengembangan kompetensi mahasiswa, serta penguatan budaya komunikasi di lingkungan perguruan tinggi. Kesenjangan penelitian (research gap) inilah yang menjadi dasar penting dilaksanakannya penelitian ini sehingga diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi penyiaran, khususnya pada bidang produksi siaran radio kampus (Sabran et al., 2020).

Penelitian mengenai produksi program siaran radio pada dasarnya telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian lebih berfokus pada media radio komersial, radio publik, maupun transformasi radio di era digital. Misalnya, penelitian mengenai strategi produksi program talkshow pada Radio Benpas Subang menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah program dipengaruhi oleh perencanaan tema yang mengikuti isu terkini, koordinasi tim produksi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pengendalian materi siaran. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa kendala utama produksi meliputi keterbatasan narasumber, kesibukan kru, dan penjadwalan siaran yang sering berubah (Ismed et al., 2024).

Di sisi lain, penelitian mengenai proses produksi program talkshow pada media penyiaran menunjukkan bahwa tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi merupakan satu kesatuan yang menentukan kualitas sebuah program. Tahap pra-produksi meliputi penyusunan konsep, penentuan tema, penjadwalan narasumber, serta penyusunan naskah. Tahap produksi berkaitan dengan pelaksanaan siaran dan koordinasi seluruh kru, sedangkan tahap pascaproduksi dilakukan melalui evaluasi terhadap isi program, kualitas penyiaran, dan

respons audiens. Penelitian tersebut menegaskan bahwa keberhasilan program talkshow tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan penyiar, tetapi juga oleh manajemen produksi yang efektif (Susanti & Standi, 2020).

Berbagai penelitian lainnya lebih banyak mengkaji perilaku pendengar radio melalui pendekatan Uses and Gratifications Theory. Penelitian pada radio komunitas kampus menunjukkan bahwa mahasiswa mendengarkan radio terutama untuk memenuhi kebutuhan hiburan, memperoleh informasi, membangun interaksi sosial, serta memperkuat identitas diri. Walaupun media digital berkembang sangat pesat, radio kampus masih dipandang memiliki nilai karena mampu menjadi media komunikasi yang dekat dengan kehidupan mahasiswa (Arif et al., 2022).

Namun demikian, hasil-hasil penelitian tersebut masih menyisakan beberapa kesenjangan penelitian (research gap). Pertama, sebagian besar penelitian lebih menitikberatkan pada kepuasan pendengar atau motif penggunaan media, sedangkan pembahasan mengenai strategi produksi sebagai proses manajerial belum dikaji secara mendalam. Kedua, penelitian tentang radio lebih banyak dilakukan pada radio komersial atau radio publik sehingga karakteristik radio kampus sebagai media pendidikan belum memperoleh perhatian yang memadai. Ketiga, perkembangan media digital menyebabkan perubahan perilaku mahasiswa dalam mengakses informasi sehingga diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan bagaimana strategi produksi program talkshow radio kampus beradaptasi dengan perubahan tersebut. Bahkan penelitian terbaru mengenai radio universitas menunjukkan adanya kesenjangan antara preferensi mahasiswa yang menginginkan konten singkat, interaktif, dan terintegrasi dengan media digital dengan praktik penyiaran radio kampus yang masih banyak mengandalkan pola siaran konvensional (Sabran et al., 2020).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa radio kampus tidak lagi cukup hanya menyajikan informasi melalui siaran audio konvensional. Mahasiswa sebagai digital native memiliki karakteristik yang cenderung memilih media yang cepat, fleksibel, interaktif, dan dapat diakses melalui berbagai perangkat. Oleh karena itu, strategi produksi program talkshow perlu disesuaikan dengan kebutuhan audiens melalui pemilihan tema yang relevan, narasumber yang kompeten, gaya penyiaran yang komunikatif, serta integrasi dengan media sosial dan platform digital. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan mahasiswa sebagai pendengar sekaligus memperluas jangkauan penyebaran informasi kampus (Armadila, 2025).

Dalam perspektif Grand Theory Uses and Gratifications, mahasiswa dipandang sebagai individu yang aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhannya. Menurut teori ini, kebutuhan memperoleh informasi, hiburan, identitas pribadi, maupun interaksi sosial menjadi alasan utama seseorang menggunakan media tertentu. Dengan demikian, keberhasilan program talkshow radio kampus tidak hanya diukur dari jumlah pendengar, tetapi juga dari sejauh mana program tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa secara cepat, akurat, dan menarik. Strategi produksi menjadi faktor penting karena menentukan kesesuaian antara isi program dengan kebutuhan audiens yang terus berkembang (Nauzal & Setiawati, 2023).

Selain grand theory tersebut, penelitian ini juga menggunakan konsep manajemen produksi media sebagai landasan operasional. Manajemen produksi menjelaskan bahwa keberhasilan suatu program penyiaran ditentukan oleh fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan evaluasi (evaluating). Pada tahap perencanaan, tim produksi menentukan tujuan program, segmentasi pendengar, tema, jadwal siaran, serta narasumber. Tahap pengorganisasian dilakukan melalui pembagian tugas kepada produser, penyiar, operator, editor audio, dan tim media sosial. Selanjutnya, tahap pelaksanaan berfokus pada proses siaran secara langsung maupun rekaman, sedangkan tahap evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas program berdasarkan masukan

pendengar, capaian tujuan program, serta efektivitas strategi produksi. Keempat fungsi tersebut saling berkaitan dalam menghasilkan program talkshow yang berkualitas dan berdaya saing (Nauzal & Setiawati, 2023).

Penelitian ini menjadi penting karena radio kampus memiliki fungsi yang berbeda dengan radio komersial. Radio kampus tidak semata-mata mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menjalankan fungsi edukasi, penyebaran informasi akademik, pengembangan kompetensi mahasiswa, serta pengabdian kepada masyarakat. Oleh sebab itu, strategi produksi yang diterapkan harus mampu menyeimbangkan aspek profesionalisme penyiaran dengan tujuan pendidikan tinggi. Program talkshow yang diproduksi secara baik diharapkan mampu menjadi media komunikasi yang efektif antara pihak universitas, dosen, organisasi kemahasiswaan, dan mahasiswa sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami, dipercaya, dan dimanfaatkan (Rahmasari et al., 2025).

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola radio kampus dalam mengembangkan strategi produksi program talkshow yang lebih inovatif dan sesuai dengan perkembangan teknologi komunikasi. Dari sisi akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang produksi siaran radio dan komunikasi penyiaran di lingkungan perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas pengelolaan media kampus, konvergensi media, maupun inovasi produksi program penyiaran di era digital (Rahmasari et al., 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis secara mendalam strategi produksi program talkshow pada radio kampus sebagai media informasi bagi mahasiswa. Fokus penelitian mencakup tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi produksi program, berbagai kendala yang dihadapi selama proses produksi, serta strategi yang diterapkan untuk menghasilkan program talkshow yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa sebagai audiens utama. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian komunikasi penyiaran sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengelolaan radio kampus di era digital (Ismed & Kayla Maisie Ayu Putri Muslim, 2025).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam strategi produksi program talkshow pada radio kampus sebagai media informasi bagi mahasiswa melalui pengalaman, pandangan, serta praktik yang dilakukan oleh para pelaku penyiaran. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai proses produksi program, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi, beserta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun kendala yang dihadapi selama proses produksi. Menurut (Ismed et al., 2024), penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial melalui pengumpulan data secara alamiah serta analisis yang bersifat interpretatif (Ismed et al., 2024).

Desain studi kasus dipilih karena penelitian difokuskan pada satu objek tertentu, yaitu pengelolaan program talkshow pada radio kampus. Studi kasus memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengkaji suatu fenomena secara mendalam berdasarkan konteks nyata sehingga dapat menggambarkan strategi produksi yang diterapkan secara utuh. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik penelitian komunikasi yang tidak hanya menjelaskan hasil akhir suatu program, tetapi juga menelaah proses yang terjadi selama produksi siaran berlangsung. (Kurnia et al., 2023), menjelaskan bahwa studi kasus merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang menelaah suatu sistem, program, organisasi, atau

aktivitas tertentu secara mendalam melalui berbagai sumber data sehingga menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Kurnia et al., 2023).

Penelitian ini dilaksanakan pada Radio Kampus yang menjadi media penyiaran di lingkungan perguruan tinggi. Lokasi tersebut dipilih secara purposive karena radio kampus memiliki fungsi sebagai media informasi, edukasi, serta sarana pengembangan kompetensi mahasiswa di bidang penyiaran. Fokus penelitian diarahkan pada strategi produksi program talkshow yang diselenggarakan oleh radio kampus dalam menyampaikan informasi kepada mahasiswa.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam proses produksi program talkshow. Informan penelitian terdiri atas kepala radio kampus atau manajer penyiaran, produser program talkshow, penyiar, operator siaran, serta beberapa mahasiswa yang menjadi pendengar aktif program tersebut. Pemilihan informan dilakukan hingga data yang diperoleh mencapai kejenuhan informasi (data saturation), yaitu kondisi ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan data baru yang signifikan. Pendekatan purposive sampling dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih mendalam dibandingkan pemilihan sampel secara acak karena informan dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian (Nurhidayati et al., 2022).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas produksi program talkshow, mulai dari tahap pra-produksi, pelaksanaan siaran, hingga evaluasi setelah program selesai. Melalui observasi, peneliti dapat memahami interaksi antarkru, pembagian tugas, penggunaan peralatan penyiaran, serta mekanisme kerja yang diterapkan selama proses produksi berlangsung.

Selanjutnya, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun berdasarkan fokus penelitian. Wawancara bertujuan memperoleh informasi mengenai strategi perencanaan program, proses pemilihan tema, penentuan narasumber, koordinasi tim produksi, penggunaan media sosial sebagai pendukung siaran, hambatan yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas program talkshow. Bentuk wawancara semi-terstruktur memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk mengembangkan pertanyaan sesuai dengan jawaban informan sehingga data yang diperoleh menjadi lebih kaya dan mendalam (Nurhidayati et al., 2022).

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara. Dokumen yang dikumpulkan meliputi jadwal siaran, naskah program, rundown acara, foto kegiatan produksi, arsip rekaman siaran, pedoman operasional radio kampus, serta dokumentasi publikasi program melalui media sosial. Dokumen-dokumen tersebut berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian sekaligus menjadi bahan triangulasi terhadap informasi yang diperoleh dari informan.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, seperti produser, penyiar, operator, dan mahasiswa pendengar. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi waktu dilakukan melalui pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk melihat konsistensi informasi yang diberikan oleh informan. Penerapan triangulasi bertujuan meningkatkan kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas hasil penelitian sehingga temuan yang diperoleh lebih dapat dipercaya (Nur et al., 2023).

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan informasi yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai fokus penelitian. Tahap ini bertujuan menghilangkan data yang tidak relevan sehingga hanya informasi penting yang digunakan dalam proses analisis.

Tahap berikutnya adalah penyajian data (data display). Data yang telah direduksi disusun secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, maupun tabel sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi pola, hubungan antartema, dan kecenderungan yang muncul dari hasil penelitian. Penyajian data yang sistematis membantu peneliti memperoleh gambaran utuh mengenai strategi produksi program talkshow pada radio kampus.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan disusun berdasarkan pola-pola yang ditemukan selama proses analisis dan terus diverifikasi dengan data lapangan hingga diperoleh temuan yang konsisten. Proses verifikasi dilakukan secara berulang melalui pengecekan kembali hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga kesimpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi empiris di lapangan. Analisis yang dilakukan bersifat induktif, yaitu membangun konsep dan pemahaman berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian, bukan untuk menguji hipotesis tertentu. Pendekatan induktif merupakan karakteristik utama penelitian kualitatif yang menekankan pemaknaan terhadap fenomena sosial berdasarkan perspektif partisipan (Nurhidayati et al., 2022).

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui desain studi kasus, teknik pengumpulan data yang beragam, serta analisis data yang sistematis, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang komprehensif mengenai strategi produksi program talkshow pada radio kampus sebagai media informasi bagi mahasiswa. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran, tetapi juga menjadi bahan evaluasi bagi pengelola radio kampus dalam meningkatkan kualitas produksi program sehingga lebih relevan dengan kebutuhan informasi mahasiswa di era digital (Annory Langga'o & Ameilia Andriani Putri, 2025).

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Radio Kampus Institut Agama Islam (IAI) Yasni Bungo dengan tujuan untuk mengetahui strategi produksi program talkshow sebagai media informasi bagi mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pengelola radio kampus, penyiar, serta mahasiswa sebagai pendengar potensial. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pelaksanaan program talkshow di Radio Kampus IAI Yasni Bungo belum berjalan secara optimal. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh rendahnya minat mahasiswa terhadap radio kampus serta perubahan pola konsumsi informasi yang kini lebih banyak mengandalkan teknologi digital, termasuk penggunaan aplikasi berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI).

1. Perencanaan Program Talkshow

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola radio kampus, perencanaan program talkshow diawali dengan menentukan tema yang berkaitan dengan kehidupan akademik mahasiswa, seperti informasi perkuliahan, organisasi kemahasiswaan, seminar, beasiswa, dan kegiatan kampus lainnya. Penentuan narasumber dilakukan berdasarkan kompetensi dan keterkaitan dengan topik yang akan dibahas.

Meskipun perencanaan telah disusun dengan baik, pelaksanaan program belum sepenuhnya mencapai target pendengar. Pengelola radio mengungkapkan bahwa jumlah mahasiswa yang mengikuti siaran talkshow masih relatif sedikit. Salah satu penyebabnya adalah perubahan kebiasaan mahasiswa dalam memperoleh informasi. Mahasiswa lebih sering

mencari informasi melalui media sosial, mesin pencari, maupun aplikasi AI karena dianggap lebih cepat, praktis, dan dapat diakses kapan saja.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa promosi program talkshow masih terbatas pada penyebaran poster digital melalui grup WhatsApp dan akun media sosial kampus sehingga jangkauan promosi belum maksimal.

2. Pelaksanaan Produksi Program

Pada tahap pelaksanaan, tim produksi telah menjalankan tugas sesuai pembagian kerja masing-masing. Produser bertanggung jawab menyusun konsep acara, penyiar memandu jalannya talkshow, sedangkan operator mengatur aspek teknis siaran.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program masih menghadapi beberapa kendala. Salah satu kendala utama adalah rendahnya partisipasi mahasiswa selama siaran berlangsung. Interaksi yang diharapkan melalui telepon, WhatsApp, maupun media sosial belum berjalan secara aktif. Sebagian besar mahasiswa memilih menjadi pendengar pasif, bahkan banyak yang tidak mengetahui jadwal siaran radio kampus.

Beberapa mahasiswa yang diwawancarai menyampaikan bahwa mereka lebih sering memperoleh informasi melalui AI seperti ChatGPT, Google Gemini, atau aplikasi pencarian lainnya dibandingkan mendengarkan radio. Menurut mereka, AI mampu memberikan jawaban secara cepat, spesifik, dan sesuai kebutuhan sehingga dianggap lebih efisien dibandingkan menunggu jadwal siaran radio.

Temuan ini menunjukkan adanya perubahan perilaku mahasiswa dalam mengakses informasi. Radio yang bersifat linear mulai bersaing dengan media digital yang menawarkan akses informasi secara instan dan personal.

3. Kendala Produksi Program

Hasil penelitian menunjukkan beberapa kendala utama yang dihadapi Radio Kampus IAI Yasni Bungo, yaitu:

Pertama, rendahnya minat mahasiswa terhadap radio kampus. Banyak mahasiswa belum mengenal keberadaan radio kampus maupun jenis program yang disiarkan.

Kedua, keterbatasan promosi menyebabkan informasi mengenai jadwal siaran tidak menjangkau seluruh mahasiswa.

Ketiga, perkembangan teknologi AI menjadi tantangan baru bagi radio kampus. AI memberikan akses informasi yang cepat sehingga sebagian mahasiswa merasa tidak perlu lagi menunggu program siaran untuk memperoleh informasi tertentu.

Keempat, keterbatasan sumber daya manusia menyebabkan produksi program talkshow belum dapat dilakukan secara rutin dengan variasi tema yang beragam.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai pendukung siaran masih belum maksimal. Program talkshow belum dikembangkan dalam **bentuk podcast atau konten pendek yang dapat diputar ulang oleh mahasiswa.**

4. Strategi Pengembangan Program

Berdasarkan hasil wawancara, pengelola radio menyadari bahwa radio kampus harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Salah satu strategi yang direncanakan adalah mengintegrasikan program talkshow dengan media digital, misalnya menyiarkan secara langsung melalui Instagram Live, YouTube, atau mengunggah rekaman siaran dalam bentuk podcast.

Mahasiswa yang diwawancarai juga menyampaikan bahwa mereka tetap tertarik mendengarkan radio apabila isi program bersifat interaktif, menghadirkan narasumber inspiratif, membahas isu yang sedang tren di kalangan mahasiswa, serta dapat diakses melalui aplikasi digital.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa AI sebenarnya tidak harus dipandang sebagai pesaing radio, melainkan dapat dimanfaatkan sebagai pendukung proses produksi. AI dapat

membantu tim produksi dalam menyusun naskah, mencari referensi, membuat ringkasan materi, hingga menghasilkan ide topik talkshow yang lebih menarik. Dengan demikian, keunggulan radio dapat difokuskan pada aspek yang tidak dimiliki AI, yaitu interaksi langsung, diskusi bersama narasumber, serta penyampaian informasi yang kontekstual sesuai kondisi kampus.

Ringkasan Temuan

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi program talkshow di Radio Kampus IAI Yasni Bungo telah mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, tetapi efektivitasnya masih belum optimal. Tantangan utama berasal dari perubahan perilaku mahasiswa yang lebih memilih memperoleh informasi melalui AI dan media digital karena dianggap lebih cepat dan mudah diakses. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jumlah pendengar serta minimnya interaksi selama program berlangsung.

Oleh karena itu, pengembangan radio kampus tidak cukup hanya meningkatkan kualitas produksi siaran, tetapi juga perlu melakukan inovasi melalui konvergensi media, memperkuat promosi digital, menghadirkan konten yang lebih relevan dengan kebutuhan mahasiswa, serta memanfaatkan AI sebagai alat bantu dalam proses produksi. Dengan strategi tersebut, radio kampus berpeluang kembali menjadi media informasi yang menarik, edukatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi tanpa kehilangan fungsi utamanya sebagai sarana komunikasi di lingkungan perguruan tinggi (Wulandari & Wahyudin, 2024).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi program talkshow di Radio Kampus IAI Yasni Bungo masih berada pada tahap pengembangan. Berdasarkan hasil observasi, pengelola radio telah menyusun berbagai perencanaan untuk meningkatkan minat mahasiswa terhadap radio kampus. Perencanaan tersebut meliputi penyusunan tema talkshow yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penggunaan desain promosi yang mengikuti tren digital agar lebih menarik perhatian mahasiswa. Meskipun demikian, implementasi strategi tersebut masih dilakukan secara bertahap sehingga dampaknya terhadap peningkatan jumlah pendengar belum terlihat secara signifikan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengelola radio kampus telah memahami pentingnya tahap perencanaan (planning) dalam proses produksi siaran. Dalam manajemen produksi media, perencanaan merupakan tahapan awal yang menentukan keberhasilan suatu program karena mencakup penentuan tujuan, sasaran pendengar, format program, tema siaran, serta strategi promosi. Perencanaan yang baik akan memudahkan tim produksi dalam menghasilkan program yang sesuai dengan kebutuhan audiens (Ritonga et al., 2025). Oleh karena itu, upaya Radio Kampus IAI Yasni Bungo untuk mulai menerapkan promosi yang lebih modern merupakan langkah yang relevan dalam menghadapi perubahan perilaku konsumsi media mahasiswa.

Di sisi lain, hasil penelitian juga menemukan bahwa minat mahasiswa terhadap radio kampus masih relatif rendah. Berdasarkan wawancara dengan beberapa mahasiswa, mereka lebih sering memperoleh informasi melalui media digital dibandingkan mendengarkan radio. Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT maupun platform pencarian berbasis AI lainnya, untuk memperoleh informasi akademik karena dianggap lebih cepat, praktis, dan mampu memberikan jawaban secara langsung sesuai kebutuhan. Kondisi ini menyebabkan radio kampus bukan lagi menjadi pilihan utama mahasiswa ketika mencari informasi.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui Uses and Gratifications Theory yang dikembangkan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Teori ini menjelaskan bahwa audiens merupakan pihak yang aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi kebutuhannya.

Mahasiswa tidak lagi hanya mengonsumsi media yang tersedia, tetapi memilih media yang dianggap paling efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini, AI dipilih mahasiswa karena memiliki karakteristik cepat, mudah diakses, bersifat personal, dan mampu memberikan jawaban secara instan. Dengan demikian, rendahnya minat terhadap radio kampus bukan semata-mata disebabkan oleh kualitas program siaran, melainkan juga karena perubahan preferensi media di kalangan mahasiswa (Mulyani et al., 2025).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mengenai radio komunitas kampus yang menunjukkan bahwa pendengar akan memilih media yang mampu memberikan kepuasan terbesar terhadap kebutuhannya. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan radio kampus apabila program yang disajikan mampu memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan. Namun, ketika terdapat media lain yang dianggap lebih efektif, maka kecenderungan pendengar akan beralih ke media tersebut.

Fenomena rendahnya minat terhadap radio kampus juga tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi komunikasi digital. Saat ini mahasiswa termasuk kelompok digital native yang terbiasa memperoleh informasi melalui internet, media sosial, maupun AI. Kemudahan akses informasi menyebabkan media konvensional, termasuk radio kampus, menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa AI menjadi alternatif utama mahasiswa karena mampu memberikan informasi tanpa harus menunggu jadwal siaran. Berbeda dengan radio yang bersifat linear, AI memungkinkan pengguna memperoleh informasi sesuai kebutuhan pada waktu yang diinginkan.

Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa pengelola Radio Kampus IAI Yasni Bungo tidak tinggal diam menghadapi kondisi tersebut. Salah satu strategi yang mulai diterapkan adalah melakukan promosi melalui media sosial dengan konsep yang lebih kekinian. Penggunaan desain visual yang menarik, video pendek, poster digital, serta penyebaran informasi melalui platform yang banyak digunakan mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap keberadaan radio kampus. Strategi ini menunjukkan bahwa radio mulai mengarah pada konsep konvergensi media, yaitu menggabungkan penyiaran konvensional dengan platform digital agar mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Strategi tersebut sesuai dengan perkembangan industri penyiaran saat ini yang menuntut radio untuk tidak hanya mengandalkan siaran melalui frekuensi, tetapi juga memanfaatkan media digital sebagai sarana distribusi konten dan promosi. Penelitian mengenai radio kampus menunjukkan bahwa integrasi radio dengan media digital dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa karena mereka lebih mudah menemukan informasi mengenai jadwal siaran, tema talkshow, maupun narasumber yang dihadirkan.

Selain aspek promosi, hasil penelitian menunjukkan bahwa tema program talkshow yang disusun telah diarahkan pada kebutuhan mahasiswa. Pengelola radio berusaha memilih topik-topik yang berkaitan dengan dunia akademik, organisasi kemahasiswaan, pengembangan keterampilan, peluang beasiswa, hingga perkembangan teknologi. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk menjadikan radio kampus sebagai media informasi yang relevan dengan kehidupan mahasiswa. Namun demikian, berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa menginginkan penyajian informasi yang lebih interaktif, singkat, dan dapat diputar ulang apabila mereka tidak sempat mengikuti siaran secara langsung.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa tantangan utama radio kampus bukan hanya menghasilkan isi siaran yang berkualitas, tetapi juga menyesuaikan format penyajian dengan karakteristik audiens. Mahasiswa saat ini lebih menyukai konten yang fleksibel, dapat diakses kapan saja, serta terintegrasi dengan perangkat digital yang mereka gunakan sehari-hari. Oleh sebab itu, pengembangan program talkshow dalam bentuk podcast, siaran langsung melalui

media sosial, maupun cuplikan video pendek dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan jangkauan program (Kusuma et al., 2024).

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa AI sebenarnya bukan ancaman mutlak bagi radio kampus, melainkan indikator bahwa pola konsumsi informasi mahasiswa telah berubah. Radio kampus dapat memanfaatkan AI sebagai alat bantu dalam proses produksi, misalnya untuk mencari referensi materi, menyusun naskah siaran, membuat ringkasan berita, atau merancang ide tema talkshow. Dengan demikian, AI tidak menggantikan fungsi radio sebagai media komunikasi, tetapi menjadi teknologi pendukung yang dapat meningkatkan efisiensi produksi (Harliantara, 2024).

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa keberhasilan strategi produksi program talkshow di Radio Kampus IAI Yasni Bungo tidak hanya ditentukan oleh kualitas penyiar atau isi materi, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam memahami perubahan perilaku audiens. Mahasiswa sebagai generasi digital membutuhkan media yang cepat, interaktif, fleksibel, dan mudah diakses. Oleh karena itu, strategi produksi radio kampus perlu diarahkan pada inovasi konten, penguatan promosi digital, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, serta pemanfaatan AI sebagai pendukung proses produksi. Dengan strategi tersebut, radio kampus memiliki peluang untuk kembali menjadi media informasi yang relevan sekaligus mendukung kegiatan akademik di lingkungan perguruan tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi produksi program talkshow pada Radio Kampus Institut Agama Islam (IAI) Yasni Bungo telah dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Pada tahap perencanaan, pengelola radio telah berupaya menyusun tema siaran yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa serta mulai mengembangkan strategi promosi yang lebih kreatif dan mengikuti tren digital. Promosi dilakukan secara bertahap melalui media sosial dengan harapan dapat meningkatkan perhatian dan minat mahasiswa terhadap keberadaan radio kampus. Upaya tersebut menunjukkan adanya kesadaran pengelola bahwa perubahan perilaku mahasiswa dalam mengakses informasi menuntut radio kampus untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap Radio Kampus IAI Yasni Bungo masih relatif rendah. Sebagian besar mahasiswa lebih memilih memanfaatkan media digital dan aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI) sebagai sumber informasi karena dinilai lebih cepat, mudah diakses, serta mampu memberikan informasi secara langsung sesuai kebutuhan. Kondisi ini menjadi tantangan utama bagi radio kampus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media informasi di lingkungan perguruan tinggi. Temuan tersebut sejalan dengan perspektif *Uses and Gratifications Theory* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhan informasinya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan program talkshow tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi siaran, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam memahami karakteristik audiens serta menerapkan strategi produksi yang inovatif. Oleh karena itu, radio kampus perlu mengembangkan konsep siaran yang lebih interaktif, menghadirkan topik-topik yang relevan dengan kehidupan mahasiswa, memperkuat promosi digital, serta mengintegrasikan program radio dengan platform seperti podcast, media sosial, dan layanan streaming. Selain itu, pemanfaatan AI sebagai alat bantu dalam proses produksi, seperti penyusunan materi, pencarian referensi, dan pengembangan ide program, dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas produksi tanpa menghilangkan fungsi utama radio sebagai media komunikasi yang interaktif (Octaviani & Dinero, 2023).

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa tantangan terbesar Radio Kampus IAI Yasni Bungo bukan hanya persaingan dengan media digital, tetapi juga perubahan pola konsumsi informasi mahasiswa. Oleh karena itu, inovasi dalam strategi produksi, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan keterlibatan mahasiswa dalam setiap proses penyiaran menjadi faktor penting agar radio kampus tetap relevan, diminati, dan mampu menjalankan fungsinya sebagai media informasi, edukasi, dan pengembangan kreativitas mahasiswa di era digital. serta memberikan saran bagi pembaca mengenai peluang penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annory Langga'o, & Ameilia Andriani Putri. (2025). Strategi Penyiaran Program “ Selamat Pagi Kabupaten Bogor” untuk Meng - Update Informasi kepada Pendengar. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2(6), 158–169. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i6.1460>
- Arif, R., Zuhri, S., & Suwatah, S. (2022). Eksistensi Radio Komunitas Kampus Surabaya di Era Konvergensi Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 193–208. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.2.193-208>
- Armadila, A. (2025). Strategi Komunikasi Radio TRAX FM Dalam Meningkatkan Partisipasi Pendengar Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 9(2), 39. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v9i2.26708>
- Balsebre-Torroja, A., Ortiz-Sobrin, M.-Á., & Soengas-Pérez, X. (2022). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 119–141. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1848>
- Effendy, E., Ningsih, P. S., & Sinembela, R. F. (2023). Mekanisme Produksi Siaran Langsung dan Tidak Langsung (Taping) di Radio dan TV. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1157–1164. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3116>
- Haqq, R. (2020). Uji Uses and Gratifications dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 11–18. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i2.1378>
- Harliantara, H. (2024). Artificial Intelligent Opportunities for Creativity and Innovation of Future Radio Translators. *Jurnal Syntax Transformation*, 5(6), 908–918. <https://doi.org/10.46799/jst.v5i6.967>
- Ismed, M., D. Mongkau, R., & Amala, M. (2024). Implementation of the 3-O Approach As an Innovation in Radio Program Production. *KnE Engineering*. <https://doi.org/10.18502/keg.v6i1.15431>
- Ismed, M., & Kayla Maisie Ayu Putri Muslim. (2025). The IMPLEMENTATION OF PRODUCTION STAGES IN THE RADIO FEATURE PROGRAM “Suara Dari Tanah Jauh.” *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 13(2), 24–30. <https://doi.org/10.46961/jip.v13i2.1847>
- Kurnia, S. S., Firmansyah, F., Ahmadi, D., Cakranegara, D. I., Karsa, S. I., & Kustiman, E. (2023). Digital Diversification to Expand the Indonesian Radio Industry: A Case Study of PRFM, Delta, and Dahlia Stations. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(3), 202–220. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3903-11>
- Kusuma, A., Ghaniyya, S. N., Saummi, D. W., & Febriyanti, A. (2024). REVOLUSI AUDIO DIGITAL: TANTANGAN RADIO DI TENGAH GELOMBANG POPULARITAS PODCAST. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 5(3), 316–329. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i3.1285>
- Meidina, D. L., & Kurniasari, N. (2022). Audience's Motives and Gratification in Listening to The Podcast. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.37535/103003120221>

- Muhammad Rizqy, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, & Meity Suryandari. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>
- Mulyani, H. S., Basith, A. A., Syafri, B. S., & Danu, R. (2025). AI Integration in Broadcast Production Management at Radio XChannel. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 9(1), 76–91. <https://doi.org/10.24198/jkj.v9i1.63631>
- Nauzal, A., & Setiawati, T. (2023). Reality Show Production Strategy to Attract the Audience. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 12(2), 37–48. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i2.3109>
- Nur, Y. R., Anom, E., & Iswadi, I. (2023). Communication Strategy of Broadcaster through Visual Radio Broadcasting. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 9(9), 687–697. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i9.4095>
- Nurhidayati, N., Setyadji, V., & Nataly, F. (2022). Pengemasan Program Campursari untuk Mempertahankan Pendengar Sahabat Radio. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 14(01), 44. <https://doi.org/10.33221/jikom1.v14i01.227>
- Octaviani, V., & Dinero, R. (2023). ANALYSIS OF THE LEVEL OF SATISFACTION OF LISTENERS OF RADIO DEHASSEN 88.5 FM (Descriptive Study of Dehasen University Students Bengkulu). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3). <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4509>
- Rahmasari, M. A., Magvira Yuliani, & Yulia Rahmawati. (2025). Prambors Radio's Communication Strategy for Sustaining Relevance in the Digital Era. *Golden Ratio of Social Science and Education*, 5(2), 350–361. <https://doi.org/10.52970/grsse.v5i2.1618>
- Ritonga, M. A., Kustiawan, W., Salsabila, K., Fajar, K., Nisa, K., Ritonga, N. H., & Auliya, T. (2025). Online Media Program Production and Marketing Process. *Jurnal Riset Ilmu Pendidikan*, 5(1), 101–106. <https://doi.org/10.56495/jrip.v5i1.875>
- Roshandy, S. A. (2022). Program Production Management Gen FM Network Radio. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 3(1), 66. <https://doi.org/10.37535/103003120226>
- Sabran, R., A. Rahman, S. H., & Hussin, R. (2020). Cabaran Mengekalkan Kemampanan Radio Kampus di Universiti-Universiti di Malaysia dan Indonesia dalam Era Media Baharu. *'Abqari Journal*, 23(2), 98–114. <https://doi.org/10.33102/abqari.vol23no2.354>
- Satria, E., Hendra, T., & Dilla, S. (2022). Peran Program Sharing Time RRI Pro 2 Bukittinggi dalam Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Mahasiswa. *Journal of Da'wah*, 1(2), 194–208. <https://doi.org/10.32939/jd.v1i2.1666>
- Susanti, S., & Standi, K. (2020). MANAJEMEN PRODUKSI PROGRAM “ANAK INDONESIA” DI TVRI JAWA BARAT. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 4(2), 133–141. <https://doi.org/10.25077/rk.4.2.133-141.2020>
- Wulandari, Y., & Wahyudin, A. (2024). The Transformation Strategy of Radio Republik Indonesia in Attracting Interest of the Youth: Case Study of RRI Central Java. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(2), 75–91. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-05>