

Transformasi Brand Radio Blambangan di Era Digital: Analisis Brand Awareness Melalui Konten Digital dan Networking

Yohandi¹, Anggie Rahmawati², Chintya Sari^{3*}, Dwi Amelia Putri⁴, Nurul Firdausiyah⁵
yohandi1986@gmail.com¹, anggirahma3@gmail.com, chintyasr0@gmail.com, nurul@f2@ gmail.com

¹ Universitas Ibrahimy Situbondo

^{2,3*,4,5} Mahasiswa Prodi KPI Universitas Ibrahimy Situbondo

*Corresponding Author

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan pola konsumsi media masyarakat dan berdampak langsung pada eksistensi radio sebagai media penyiaran. Penurunan jumlah pendengar radio dari awal 2000-an hingga dekade 2020-an menunjukkan adanya pergeseran dari media analog menuju platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi brand Radio Blambangan 88.1 FM sebagai radio pemerintah daerah dalam membangun brand awareness di era digital melalui pemanfaatan konten digital dan networking. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur terhadap pihak internal radio, analisis konten digital, serta observasi dan dokumentasi terhadap aktivitas kolaborasi dan jejaring kerja sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi brand Radio Blambangan tidak hanya berupa digitalisasi siaran melalui streaming dan media sosial, tetapi juga mencakup perubahan strategi komunikasi, penguatan identitas sebagai radio publik, serta peningkatan kedekatan emosional dengan audiens melalui interaksi personal penyiar. Selain itu, networking dengan komunitas, institusi, dan pelaku industri kreatif berperan penting dalam memperluas jangkauan dan memperkuat citra radio. Transformasi ini terbukti mampu mempertahankan relevansi dan meningkatkan brand awareness Radio Blambangan di tengah dominasi media digital.

Keywords : *Radio publik, transformasi brand, brand awareness, digitalisasi media, konten digital, networking, radio lokal*

Abstract

The development of digital technology has significantly transformed patterns of media consumption and directly affected the existence of radio as a broadcasting medium. The decline in radio listenership from the early 2000s to the 2020s indicates a shift from analog media to digital platforms. This study aims to analyze the brand transformation of Radio Blambangan 88.1 FM, a local government-owned radio station, in building brand awareness in the digital era through the utilization of digital content and networking. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through semistructured interviews with internal radio stakeholders, digital content analysis, and documentary observation of collaborative activities and networking partnerships. The findings reveal that the brand transformation of Radio Blambangan extends beyond the digitalization of broadcasting through streaming and social media to include changes in communication strategies, the strengthening of its identity as a public radio station, and the enhancement of emotional closeness with audiences through personalized announcer interactions. Furthermore, networking with communities, institutions, and creative industry actors plays a

crucial role in expanding reach and reinforcing the radio's brand image. This transformation has proven effective in maintaining relevance and increasing the brand awareness of Radio Blambangan amid the dominance of digital media.

Keyword ; *Local Public Radio, Brand Transformation, Brand Awareness, Media Digitalization, Digital Content and Networking*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri media, termasuk media penyiaran radio. Pada awal tahun 2000, radio menjadi media yang sangat populer. Hasil survei BPS pada 2003 menunjukkan persentase penduduk yang mendengarkan radio masih berada di angka sekitar 50,3%. survei data dari tahun 2024 yang menyebutkan persentase pendengar radio sebesar $\pm 8,6\%$ (sekitar 25 juta orang) terlihat ada penurunan dramatis dalam proporsi pendengar radio dari awal 2000-an sampai dekade 2020-an. Jika pada 2003 sekitar setengah populasi usia 10+ mendengarkan radio, maka pada 2024 hanya kurang dari $\pm 10\%$.¹ Data ini menunjukkan transformasi besar dalam pola konsumsi media. Penurunan ini kemungkinan mencerminkan pergeseran perilaku masyarakat dari media analog (radio tradisional) ke media digital, termasuk pendengaran melalui perangkat mobile atau streaming. serta perubahan preferensi informasi dan hiburan.

Pergeseran pola konsumsi media masyarakat yang semakin mengarah ke platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan layanan streaming lainnya, telah menggeser popularitas radio. Media radio lokal dengan frekuensi terbatas berada pada posisi yang rentan karena harus bersaing dengan inovasi teknologi baru. Oleh sebab itu, media penyiaran dituntut untuk

beradaptasi agar dapat mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat, misalnya melalui integrasi dengan platform internet serta perluasan jangkauan siaran, terutama bagi radio lokal yang memiliki frekuensi terbatas.² Radio Blambangan, sebagai radio pemerintah daerah, menghadapi tantangan untuk mempertahankan identitasnya sekaligus menyesuaikan diri dengan perkembangan digital. Upaya adaptasi ini terlihat dalam pemanfaatan media digital, pengembangan konten visual, serta perluasan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak.

Dominasi platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan berbagai layanan streaming lainnya menimbulkan anggapan bahwa radio merupakan media yang semakin tidak relevan dan mulai ditinggalkan. Sementara itu radio Blambangan sebagai radio pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam menyampaikan informasi publik, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat. Di tengah perubahan ekosistem media, Radio Blambangan menghadapi tantangan untuk mempertahankan identitasnya sekaligus menyesuaikan diri dengan perkembangan digital. Upaya adaptasi tersebut terlihat dari pemanfaatan media digital, pengembangan konten visual, serta perluasan jaringan kerja sama dengan berbagai pihak.

Radio Blambangan 88.1 FM merupakan radio lokal yang memiliki keunggulan yang berada pada kedekatan

¹ Yosepha Debrina Ratih Pusparisa, "Jurus Bertahan Radio, Perkuat Sisi Kemanusiaan," Kompas.id, Web Page, 8 Juli 2025, https://www.kompas.id/artikel/memupuk-eksistensi-radio-mengembalikan-kemanusiaan-yang-pudar?utm_source=chatgpt.com.

² Anindita Trinoviana, *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM))*, 12, no. 1 (2017): 36.

radio terhadap audience dengan menggunakan emosional pendengar. Mendengarkan bukan sekadar menerima informasi, tetapi merupakan tindakan berwujud (embodied action) yang membentuk empati melalui proses dynamic unfolding, kolaborasi, dan mutual perspective-reshaping. Konsep ini mendukung gagasan bahwa media auditif seperti radio juga dapat menjadi ruang terjadinya emotional listening, karena pendengar mengalami resonansi emosional, keterlibatan afektif, dan proses perspektif yang dinamis ketika mendengarkan suara, cerita, atau pengalaman orang lain melalui medium radio.³

Transformasi brand Radio Blambangan tidak hanya dimaknai sebagai perubahan dari siaran konvensional ke platform digital, tetapi juga sebagai pergeseran strategi komunikasi dan penguatan identitas merek. Kehadiran Radio Blambangan di media digital memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih intens dengan audiens serta membuka peluang untuk memperluas jangkauan brand melalui networking dan kolaborasi. Radio Blambangan 88.1 FM, merupakan contoh menarik dari transformasi tersebut. Sebagai media informasi dan hiburan masyarakat daerah, Radio Blambangan menghadapi tantangan untuk mempertahankan relevansi brand di tengah perubahan ekosistem media. Untuk merespons tantangan tersebut, Radio Blambangan mulai mengembangkan berbagai strategi digital seperti penyediaan layanan streaming, penguatan konten digital melalui media sosial, serta membangun networking dengan komunitas dan berbagai lembaga di Banyuwangi.

Transformasi ini tidak hanya berfungsi sebagai adaptasi teknologis, tetapi juga sebagai upaya membangun brand

awareness agar Radio Blambangan tetap dikenal, diingat, dan relevan bagi masyarakat, terutama generasi muda dan pekerja harian yang mengandalkan informasi cepat. Gap antara ekspektasi publik bahwa radio akan ditinggalkan dan fakta bahwa Radio Blambangan masih memiliki pendengar setia menunjukkan bahwa strategi branding melalui konten digital dan networking memainkan peran penting dalam mempertahankan eksistensi radio lokal di era digital.

Oleh karena itu, kajian mengenai transformasi brand Radio Blambangan FM menjadi penting untuk memahami bagaimana media lokal mampu membangun citra dan memperluas jangkauan audiens melalui pendekatan digital yang terintegrasi. Dalam perkembangannya radio lokal melakukan pendekatan untuk tetap relevan seperti halnya radio Blambangan 88.1 FM juga menggunakan eksistensi platform digital seperti media sosial seperti tiktok, Instagram, whatsapp, facebook hingga Videotron, memperluas jangkauan dengan menayangkan live streaming, hingga program interaktif dengan para audience.

Brand awareness menjadi aspek penting dalam melihat sejauh mana Radio Blambangan dikenal, diingat, dan dipercaya oleh masyarakat di tengah perubahan lanskap media digital. Dalam konteks ini, analisis brand awareness melalui pemanfaatan konten digital dan networking menjadi relevan untuk memahami bagaimana proses transformasi brand Radio Blambangan berlangsung. Transformasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan perubahan media penyampaian informasi, tetapi juga menyangkut cara radio membangun citra, identitas, dan hubungan dengan audiens di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada transformasi brand Radio

³ Seisuke Hayakawa Katsunori Miyahara, "Empathy through Listening," *Cambridge University* 11,

no. 2 (2024): 1–16, <https://doi.org/10.1017/apa.2024.12>.

Blambangan dengan menelaah peran konten digital dan networking dalam membangun brand awareness sebagai radio pemerintah daerah.

Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas perkembangan radio di era digital, khususnya terkait digitalisasi penyiaran dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi bertahan di tengah persaingan media baru. Penelitian-penelitian tersebut umumnya menyoroiti bagaimana radio memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan audiens dan mempertahankan eksistensinya. Selain itu, media sosial dipandang sebagai sarana promosi dan interaksi yang mampu meningkatkan keterlibatan pendengar terhadap program radio. Namun, sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada radio swasta atau media komersial, sehingga konteks radio pemerintah daerah belum banyak mendapat perhatian.

Penelitian lain juga membahas aspek branding media, tetapi cenderung terbatas pada elemen visual, promosi, atau strategi pemasaran, tanpa mengkaji brand awareness secara lebih mendalam dari perspektif internal organisasi media. Selain itu, kajian mengenai peran networking atau jejaring kerja sama dalam penguatan brand radio masih relatif terbatas. Padahal, bagi radio pemerintah daerah, networking dengan berbagai pihak memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan legitimasi di mata masyarakat. Keterbatasan kajian inilah yang membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut mengenai transformasi brand radio dari sudut pandang internal organisasi.

Berdasarkan telaah tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap radio pemerintah daerah, yaitu Radio Blambangan, serta penekanan pada analisis brand awareness sebagai bagian dari proses transformasi brand di era digital.

Penelitian ini mengombinasikan peran konten digital dan networking sebagai strategi utama dalam membangun brand awareness. Kerangka pemikiran penelitian ini memandang transformasi brand sebagai proses adaptasi strategi branding yang menghasilkan peningkatan pengenalan merek, daya ingat, identitas brand, keterlibatan audiens, dan kepercayaan masyarakat. Proses tersebut dianalisis melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam terhadap pihak internal radio Blambangan.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan fokus penelitian memahami secara mendalam proses perubahan strategi branding yang muncul sebagai respons terhadap perkembangan media digital. Data dan sumber data diperoleh dari data primer dengan wawancara langsung terhadap informan kunci yakni manajemen radio, penyiar, music director, dan tim kreatif konten digital, serta data sekunder berupa arsip konten digital dan Pola *Engagement* audiens radio blambangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi data yaitu kombinasi dari beberapa teknik untuk menjamin validitas dan kedalaman informasi. Teknik utama yang digunakan adalah Wawancara Semi Terstruktur dengan informan kunci, yang bertujuan untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi internal *branding* dan persepsi audiens terhadap citra *brand*. Teknik tersebut diperkuat dengan Analisis Konten Digital yang diperoleh melalui dokumentasi dan observasi, difokuskan pada penilaian narasi, karakteristik visual, frekuensi unggahan, dan pola *engagement* audiens di media digital. Selain itu, dilakukan pula Observasi Dokumentatif terhadap pola kolaborasi dan

aktivitas *networking* radio dengan pihak eksternal.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Transformasi Brand Radio Blambangan di Era Digital

Radio Blambangan FM 88.1 adalah salah satu radio lokal yang cukup lama mengudara. Radio Blambangan FM 88.1 Interaktif Inspirational Radio adalah salah satu Media Radio yang bekerja dibawah naungan Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kabupaten Banyuwangi. Ketiadaan RRI di wilayah Banyuwangi menjadikan Radio Blambangan berperan sebagai Lembaga Penyiaran Publik Lokal sekaligus media resmi pemerintah daerah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Blambangan memandang digitalisasi sebagai sebuah keniscayaan dalam menghadapi dinamika industri penyiaran di era digital. Digitalisasi tidak hanya dipahami sebagai pemanfaatan teknologi semata, tetapi juga sebagai strategi untuk mempertahankan relevansi dan keberlanjutan radio di tengah perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital dilakukan melalui layanan streaming, penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta integrasi dengan aplikasi Smart Kampung sebagai bagian dari pelayanan informasi publik berbasis digital.

Langkah tersebut mencerminkan praktik konvergensi media, di mana siaran radio konvensional tidak lagi berdiri sendiri, melainkan terhubung dengan berbagai platform digital. Temuan ini

sejalan dengan Ahmad Yani & Sjachro:2025 yang menyatakan bahwa radio lokal di Indonesia perlu mengintegrasikan siaran konvensional dengan platform digital⁴ untuk mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi media baru.⁵ Integrasi ini memungkinkan radio menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, khususnya masyarakat yang telah terbiasa mengakses informasi melalui perangkat digital.

Penelitian Harliantara juga menegaskan bahwa digitalisasi radio berperan dalam memperluas akses publik serta meningkatkan keterlibatan pendengar.⁶ Hal tersebut tercermin dalam temuan penelitian ini, di mana Radio Blambangan tidak lagi terbatas pada jangkauan frekuensi siaran, tetapi dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui media digital. Dengan demikian, digitalisasi menjadi bagian dari proses transformasi brand Radio Blambangan yang tidak hanya berorientasi pada aspek teknis penyiaran, tetapi juga pada penguatan hubungan antara radio dan masyarakat sebagai audiensnya.

Sebagai radio milik pemerintah daerah, Radio Blambangan berupaya menjaga identitas dan etika penyiaran sebagai lembaga penyiaran publik. Informasi mengenai kebijakan dan aktivitas pemerintah daerah tetap menjadi bagian dari isi siaran, namun disampaikan secara proporsional dan tidak mendominasi keseluruhan konten. Pemberitaan tersebut dikemas secara seimbang dengan konten hiburan dan informasi umum agar tetap menarik bagi

⁴ Dian Wardiana Sjachro Ahmad Yani, *Local Content on The World Wide Web; Maintaining Radio As An Information Channel By The Local Government*, 9, no. 1 (2025): 1–18, <https://doi.org/10.15575/cjik.v9%2520i1.%252045749>.

⁵ Harliantara, *Adaptation of Digital Technology in Radio Stations in Indonesia*, 4, no. 3 (2024): 1327.

⁶ Harliantara, *Adaptation of Digital Technology in Radio Stations in Indonesia*.

masyarakat luas. Pendekatan ini menunjukkan upaya Radio Blambangan untuk menjalankan fungsi pelayanan publik tanpa mengabaikan kebutuhan hiburan dan kedekatan dengan pendengar.

Praktik tersebut sejalan dengan pandangan Masduki (2007) yang menyatakan bahwa lembaga penyiaran publik memiliki fungsi utama sebagai penyedia informasi, pendidikan, dan hiburan yang berimbang serta berpihak pada kepentingan publik, bukan semata-mata menjadi corong kekuasaan.⁷ Dalam konteks ini, Radio Blambangan berupaya membangun citra sebagai media pemerintah yang informatif, netral, dan tetap dekat dengan masyarakat. Gaya penyampaian informasi yang santai dan menghibur dipilih sebagai strategi untuk meningkatkan keterlibatan pendengar serta mengurangi kesan formal yang kerap melekat pada media pemerintah.

Pendekatan tersebut juga sejalan dengan konsep *edutainment*, yaitu penyampaian informasi yang menggabungkan unsur edukasi dan hiburan agar pesan lebih mudah diterima oleh audiens.⁸ Dengan mengemas informasi publik dalam format yang ringan dan komunikatif, Radio Blambangan tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan pendengar. Strategi ini menjadi bagian dari upaya transformasi brand Radio Blambangan dalam menjaga relevansi dan kepercayaan masyarakat di era digital. Dengan mengemas informasi publik dalam format yang ringan dan komunikatif, Radio Blambangan tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga

membangun kedekatan emosional dengan pendengar. Strategi ini menjadi bagian dari upaya transformasi brand Radio Blambangan dalam menjaga relevansi dan kepercayaan masyarakat di era digital.

Salah satu keunikan Radio Blambangan terletak pada karakter personal penyiar yang mampu membangun interaksi langsung dengan pendengar. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi secara formal, tetapi juga menambahkan sapaan, ucapan, atau tanggapan spontan terhadap peristiwa dan prestasi pendengar. Hal ini menciptakan kedekatan emosional yang khas dan fleksibel, sehingga pendengar merasa dilibatkan secara personal dalam siaran. Interaksi semacam ini menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan loyalitas audiens, terutama di tengah persaingan media yang semakin ketat, serta membedakan Radio Blambangan dari media penyiaran lainnya yang cenderung lebih kaku dan formal.

Keunikan lain dari pendekatan personal ini adalah penguatan identitas program unggulan Radio Blambangan. Program yang dirancang dengan karakter penyiar yang komunikatif dan interaktif mencerminkan identitas lokal radio sekaligus menjaga relevansi di era digital. Dengan perpaduan antara konten hiburan, edukasi, dan interaksi personal, Radio Blambangan berhasil membangun citra sebagai media publik pemerintah yang adaptif, inovatif, dan tetap dekat dengan audiens, sekaligus mendukung strategi branding yang menegaskan keunikan dan keunggulan radio di mata masyarakat.

⁷ Masduki, *Regulasi Penyiaran Dari Otoriter Ke Liberal* (LKIS Yogyakarta, 2007), https://books.google.co.id/books?hl=&id=wK1jDwAAQBAJ&printsec=frontcover&utm_source=chatgpt.com#v=onepage&q&f=false.

⁸ Michael J. Cody Arvind Singhal dan Miguel

Sabido Everett M. Rogers, *Entertainment-Education and Social Change* (New York, 2003), https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781410609595/entertainment-education-social-change-arvind-singhal-everett-rogers-miguel-sabido-michael-cody?utm_source=chatgpt.com.

2. Peran Konten Digital dalam Membangun Brand Awareness

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Blambangan telah melakukan transformasi dari radio konvensional menuju media berbasis digital sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi media masyarakat. Transformasi ini diwujudkan melalui pemanfaatan berbagai platform digital, seperti layanan streaming dan YouTube, yang digunakan untuk memperluas jangkauan siaran. Program-program tertentu, khususnya talkshow, tidak hanya disiarkan secara on-air, tetapi juga didistribusikan secara daring sehingga dapat diakses kembali oleh masyarakat di luar waktu siaran.

Langkah tersebut menunjukkan upaya Radio Blambangan dalam menyesuaikan diri dengan karakter audiens yang semakin terbiasa mengakses informasi melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan pendapat McQuail yang menyatakan bahwa media massa perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku audiens.⁹ Dengan mendistribusikan konten ke platform digital, Radio Blambangan tidak hanya mempertahankan fungsi penyiaran, tetapi juga memperluas ruang interaksi dengan pendengar.

Digitalisasi dalam konteks ini dipahami sebagai strategi penting untuk menjaga eksistensi media radio di era konvergensi. Flew (2014) menjelaskan bahwa konvergensi media memungkinkan satu konten yang sama didistribusikan melalui berbagai platform, sehingga meningkatkan visibilitas dan daya jangkau media. Praktik ini tercermin dalam konsistensi Radio Blambangan

dalam memproduksi dan mendistribusikan konten digital sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka.

Melalui pemanfaatan platform digital tersebut, Radio Blambangan berupaya membangun kesadaran merek (*brand awareness*) bahwa radio masih aktif, relevan, dan berperan dalam kehidupan masyarakat. Kehadiran konten radio di ruang digital memperkuat persepsi publik terhadap keberlangsungan Radio Blambangan sebagai media pemerintah daerah yang adaptif dan responsif terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai inovasi teknis, tetapi juga sebagai bagian dari strategi penguatan brand Radio Blambangan di era digital.

Pembangunan *brand awareness* Radio Blambangan dilakukan melalui kombinasi strategi on-air, online, dan off-air yang saling terintegrasi. Strategi on-air tetap menjadi fondasi utama melalui siaran radio, sementara strategi online dikembangkan melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana distribusi konten serta interaksi dengan pendengar. Di sisi lain, strategi off-air dilakukan melalui keterlibatan Radio Blambangan dalam berbagai kegiatan masyarakat dan kerja sama dengan instansi terkait, yang secara tidak langsung memperkuat kehadiran dan citra radio di ruang publik.

Pendekatan lintas platform tersebut sejalan dengan temuan Dyla Fauza Rahmawati yang menyatakan bahwa eksistensi radio di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan media dalam mengelola konten lintas platform serta membangun jejaring kerja

⁹ Denis Mcquail, *Mass Communication Theory*,

6 ed. (British Library, 2009).

sama dengan berbagai pihak.¹⁰ Dalam konteks Radio Blambangan, integrasi antara siaran konvensional dan aktivitas digital menjadi strategi penting untuk menjaga keberlanjutan brand di tengah persaingan media yang semakin kompleks.

Selain strategi distribusi konten, kedekatan personal antara penyiar dan pendengar juga menjadi kekuatan utama dalam membangun *brand awareness* Radio Blambangan. Interaksi yang terjalin secara konsisten, baik melalui siaran langsung maupun media sosial, menciptakan hubungan yang lebih akrab dan personal dengan audiens. Hal ini memperkuat posisi radio sebagai media yang dekat dengan masyarakat, bukan sekadar penyampai informasi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Harliantara:2024 yang menyebutkan bahwa interaksi personal melalui radio dan media sosial dapat meningkatkan loyalitas pendengar sekaligus memperkuat citra merek radio di tengah persaingan media digital.¹¹ Dengan demikian, pembangunan *brand awareness* Radio Blambangan tidak hanya bergantung pada intensitas promosi, tetapi juga pada kualitas hubungan yang dibangun antara radio dan pendengarnya sebagai bagian dari strategi branding yang berkelanjutan.

Melalui berbagai program siaran yang dirancang radio Blambangan menjalankan fungsi edukasi, informasi, dan hiburannya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas. Fungsi edukasi dan informasi diwujudkan melalui program talkshow, penyampaian

agenda pemerintah daerah, serta iklan layanan masyarakat, sementara fungsi hiburan didominasi oleh program musik yang mengisi sebagian besar waktu siaran. Komposisi konten tersebut menunjukkan upaya Radio Blambangan dalam menjaga keseimbangan antara fungsi pelayanan publik dan kebutuhan hiburan pendengar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Muhtar Wahyudi:2015 yang menegaskan bahwa radio publik di Indonesia berperan sebagai ruang komunikasi publik yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan sosial dengan masyarakat melalui konten yang bersifat menghibur dan partisipatif.¹² Dalam konteks Radio Blambangan, pendekatan ini memperkuat posisi radio sebagai media yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat, sekaligus menjadi saluran komunikasi antara pemerintah daerah dan publik.

Selain itu, Radio Blambangan tidak menerapkan segmentasi audiens secara kaku, melainkan berupaya menjangkau seluruh lapisan masyarakat dengan latar belakang yang beragam. Strategi ini mencerminkan karakter radio publik yang bersifat inklusif dan terbuka, di mana konten disusun agar dapat diterima oleh berbagai kelompok usia dan sosial. Pendekatan tersebut memungkinkan radio mempertahankan relevansinya sebagai media publik yang melayani kepentingan bersama.

Pendekatan penyiaran yang fleksibel ini sejalan dengan Ahmad Yani & Sjucho:2025 yang menyatakan bahwa radio lokal pemerintah cenderung

¹⁰ Hudi Santos Dyla Fauza Rahmawati, *Strategi Radio Megaswara dan Radio Republik Indonesia Bogor dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Media Sosial di Era Digital*, 5, no. 2 (2025): 1144.

¹¹ Harliantara, *Adaptation of Digital Technology in Radio Stations in Indonesia*.

¹² Surokim Muhtar Wahyudi, *Modeling For Public Sphere Optimalization at Local Commercial Radio Program to Enhance Public's Accessibility and Participation for Publik Services In Indonesia*, 1, no. 1 (2015): 77.

mengadopsi strategi penyiaran yang tidak terlalu spesifik dalam segmentasi audiens agar mampu menjangkau masyarakat yang heterogen.¹³ Dengan demikian, pola penyiaran Radio Blambangan tidak hanya mendukung fungsi pelayanan publik, tetapi juga berkontribusi pada penguatan citra dan brand awareness radio sebagai media pemerintah daerah yang inklusif dan adaptif.

Satu temuan penting dari analisis konten digital adalah diversifikasi jenis konten yang ditawarkan oleh Radio Blambangan. Berbeda dengan format konvensional radio yang mengandalkan siaran audio, kini Radio Blambangan mengembangkan konten video, infografis, dan program interaktif di media sosial untuk meningkatkan engagement dengan audiens. Penggunaan Videotron sebagai salah satu alat pemasaran visual di ruang publik juga menunjukkan adanya upaya strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pengalaman interaktif yang lebih mendalam.

Strategi penguatan konten interaktif, seperti mengadakan kuis, dan talkshow live, terbukti dapat meningkatkan partisipasi pendengar secara langsung. Pola engagement yang ditemukan menunjukkan bahwa audiens merasa lebih terlibat secara emosional dengan konten yang ditawarkan, yang mengarah pada pembentukan loyalitas dan identitas merek yang kuat. Hal ini sesuai dengan konsep "emotional listening" yang ditekankan dalam buku *Empathy through Listening*, dimana pendengar tidak hanya sekadar menerima informasi, tetapi juga terlibat secara emosional dan mengalami resonansi afektif saat mendengarkan suara dan cerita

yang disampaikan oleh penyiar.¹⁴

3. Networking dalam Membangun Relevansi Brand Radio Blambangan

Aspek lain yang berperan penting dalam transformasi brand Radio Blambangan adalah upaya kolaborasi dan networking dengan berbagai pihak eksternal. Dalam wawancara, tim Radio Blambangan menjelaskan bahwa mereka aktif membangun kemitraan dengan komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan organisasi pemerintah untuk memperluas jangkauan dan memperkuat posisi mereka sebagai sumber informasi yang terpercaya. Kolaborasi ini juga dilihat dalam penyelenggaraan acara bersama mitra, baik dalam bentuk event online maupun offline, yang melibatkan audiens secara langsung dan meningkatkan citra positif radio di mata masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama dalam membangun branding radio di era digital terletak pada cepatnya perubahan dinamika media digital serta tuntutan kreativitas konten yang harus dijaga secara berkelanjutan. Perubahan algoritma platform digital, pergeseran preferensi audiens, serta meningkatnya persaingan dengan media baru menuntut Radio Blambangan untuk terus berinovasi dalam penyajian konten. Kondisi ini menjadikan konsistensi produksi konten sebagai salah satu strategi penting dalam menjaga eksistensi dan daya saing radio di ruang digital. Dalam konteks Radio Blambangan, produksi konten harian dipahami sebagai upaya untuk memastikan kehadiran merek tetap tertanam di benak masyarakat. Konsistensi tersebut tidak hanya berkaitan dengan kuantitas konten, tetapi juga

¹³ Ahmad Yani, *Local Content on The World Wide Web; Maintaining Radio As An Information Channel By The Local Government*.

¹⁴ Katsunori Miyahara, "Empathy through Listening."

kualitas pesan yang disampaikan agar tetap sesuai dengan karakter dan nilai brand radio pemerintah daerah.

Selain digitalisasi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa networking dan kerja sama eksternal memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan dan memperkuat citra Radio Blambangan. Kerja sama dengan institusi pendidikan, hotel, komunitas, serta musisi lokal dilakukan sebagai bagian dari strategi komunikasi yang terintegrasi. Melalui kolaborasi tersebut, Radio Blambangan tidak hanya memperluas audiens, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai media yang hadir dan berjejaring di tengah masyarakat. Dalam konteks radio publik, hubungan yang berkelanjutan dengan mitra eksternal menjadi modal penting dalam membangun kepercayaan, memperluas eksposur brand, serta memperkuat brand awareness Radio Blambangan di era digital.

Hasil wawancara dan observasi juga menunjukkan bahwa aktivitas networking Radio Blambangan tidak hanya terbatas pada kerja sama formal dengan institusi, tetapi dilakukan secara aktif melalui keterlibatan dalam berbagai program, event, dan komunitas penyiaran, baik di tingkat lokal maupun nasional. Radio Blambangan secara konsisten mengikuti kegiatan dan perkumpulan radio se-Indonesia sebagai bentuk upaya memperluas jejaring profesional sekaligus memperkuat eksistensi merek di lingkungan industri penyiaran. Keikutsertaan dalam berbagai event tersebut menjadi sarana branding yang efektif karena menghadirkan Radio Blambangan sebagai radio pemerintah daerah yang aktif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Selain itu, strategi networking juga diwujudkan melalui kolaborasi

dengan berbagai pihak eksternal, termasuk komunitas kreatif, musisi lokal, hingga artis yang diundang untuk hadir dalam program siaran. Kehadiran figur publik dan pelaku industri kreatif dalam program broadcasting menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens, sekaligus memperluas jangkauan pendengar Radio Blambangan. Kolaborasi semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai pengisi konten, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang memperkuat citra Radio Blambangan sebagai media yang relevan dan dekat dengan dunia hiburan serta kehidupan sosial masyarakat.

Temuan lain yang penting adalah peran personal branding para penyiar dalam mendukung proses branding Radio Blambangan. Berdasarkan hasil observasi, penyiar Radio Blambangan tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan di ruang siaran, tetapi juga aktif terlibat dalam berbagai kegiatan di luar studio, seperti menjadi pembawa acara (MC), terlibat dalam kegiatan sosial, serta membangun relasi dengan masyarakat secara langsung. Kehadiran penyiar dalam berbagai aktivitas sosial tersebut memperkuat kedekatan emosional antara radio dan masyarakat, sekaligus membantu membangun citra positif Radio Blambangan sebagai media yang memahami kebutuhan dan aspirasi publik. Dengan demikian, networking yang dilakukan secara institusional maupun personal terbukti berkontribusi signifikan dalam membangun dan memperkuat brand awareness Radio Blambangan di tengah masyarakat luas.

Simpulan

Radio Blambangan terbukti berperan strategis sebagai media publik pemerintah daerah dalam menyampaikan informasi, edukasi, dan hiburan secara adaptif dan

personal, dengan pemanfaatan digitalisasi melalui streaming dan media sosial yang memperluas jangkauan audiens serta memperkuat brand awareness, terutama pada kelompok dewasa dan generasi muda. Strategi program unggulan pada jam prime time, yang menggabungkan bahasa lokal dan musik nasional maupun internasional, efektif dalam memperluas segmentasi pendengar, sementara kerja sama dengan institusi, komunitas, dan pelaku industri kreatif mendukung eksistensi radio di luar siaran konvensional. Temuan ini menekankan pentingnya pengembangan konten digital yang inovatif, penguatan jaringan kerja sama, dan peneguhan identitas sebagai media publik pemerintah dengan tetap mempertahankan aspek hiburan, sehingga Radio Belambangan dapat tetap relevan dan kompetitif. Lebih lanjut, bagi peneliti selanjutnya, hasil ini membuka peluang untuk menelaah dampak integrasi media digital terhadap loyalitas pendengar dan efektivitas penyampaian informasi publik, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pengelolaan radio publik di era digital.

Daftar Pustaka

- Anindita, T. (2017). Strategi konvergensi radio sebagai upaya perluasan pasar audience dan iklan (Studi kasus pada Swaragama FM (101.7 FM), Geronimo FM (106.1 FM), dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 36.
- Harliantara. (2024). Adaptation of digital technology in radio stations in Indonesia. *Journal of Digital Media & Communications*, 4(3), 1327.
- Masduki. (2007). *Regulasi penyiaran dari otoriter ke liberal*. LKiS Yogyakarta. <https://books.google.co.id/books?id=wK1jDwAAQBAJ>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications. (Catatan: Edisi ke-6 resmi terbit tahun 2010).
- Miyahara, K., & Hayakawa, S. (2024). Empathy through listening. *Journal of the American Philosophical Association*, 11(2), 1–16. <https://doi.org/10.1017/apa.2024.12>
- Pusparisa, Y. D. R. (2025, 8 Juli). *Jurus bertahan radio, perkuat sisi kemanusiaan*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/memupuk-eksistensi-radio-mengembalikan-kemanusiaan-yang-pudar>
- Rahmawati, D. F., & Santoso, H. (2025). Strategi Radio Megaswara dan Radio Republik Indonesia Bogor dalam mempertahankan eksistensi melalui konten media sosial di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 1144.
- Singhal, A., Cody, M. J., Rogers, E. M., & Sabido, M. (2003). *Entertainment-education and social change*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410609595>
- Wahyudi, M., & Surokim. (2015). Modeling for public sphere optimization at local commercial radio program to enhance public's accessibility and participation for public services in Indonesia. *Journal of Communication*, 1(1), 77.
- Yani, A., & Sjuchro, D. W. (2025). Local content on the world wide web: Maintaining radio as an information channel by the local government. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.15575/cjik.v9i1.45749>