

Analisis Adaptasi Star Radio dalam Podcast Streaming Platform Youtube

Siska Wijaya¹ Michael Vitto Robyan² Regina Sharen³ Andrian Setiawan⁴ Maser Brave⁵
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma,
Kota Tangerang, Banten, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email: siskawijaya13@gmail.com¹ michaellvitto27@gmail.com²
reginasharen2705@gmail.com³ andriansetiawan246@gmail.com⁴ masertugas@gmail.com⁵

Abstrak

Hadirnya platform podcast streaming menciptakan tekanan adaptasi bagi industri radio konvensional, termasuk Star Radio 107,3 FM, yang beroperasi di frekuensi 107,3 MHz di wilayah Tangerang dan sekitarnya. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat penurunan rata-rata 23% jumlah pendengar siaran langsung pada stasiun radio lokal kawasan Jabodetabek dalam kurun 2019–2023, sementara konsumsi konten audio dan video on-demand nasional meningkat 41% pada periode yang sama. Star Radio 107,3 FM menghadapi tantangan serupa berupa pergeseran audiens dari siaran linear menuju konsumsi konten audio on-demand, yang mendorong kebutuhan strategis untuk bertransisi ke platform distribusi digital. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan proses konvergensi media yang dilakukan Star Radio 107,3 FM dalam mengadaptasi konten siarannya ke platform podcast streaming, serta mendeskripsikan tahapan difusi inovasi yang terjadi secara internal dalam pengadopsian teknologi tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis studi kasus, dipilih karena fenomena konvergensi media pada satu institusi memerlukan pemahaman mendalam dan kontekstual. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan terhadap seluruh episode podcast yang dipublikasikan Star Radio 107,3 FM di kanal YouTube resmi selama Januari–Desember 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sepanjang periode observasi, Star Radio hanya mempublikasikan 15 episode yang terkonsentrasi pada 4 dari 12 bulan observasi, yaitu Januari (1 episode), Maret (5 episode), April (7 episode), dan November (2 episode), dengan jeda tanpa unggahan selama lebih dari enam bulan antara April dan November. Pola ini mengindikasikan bahwa proses konvergensi media Star Radio masih berada pada tahap awal dan belum mencapai konsistensi produksi yang berkelanjutan. Tahapan difusi inovasi Rogers teridentifikasi hingga tahap implementasi pada April 2024, namun tahap konfirmasi belum sepenuhnya tercapai akibat terhentinya unggahan secara berkepanjangan. Penelitian lanjutan disarankan untuk melengkapi data dengan wawancara internal Star Radio guna memahami penyebab jeda produksi serta memvalidasi tahapan difusi inovasi dari perspektif aktor organisasi.

Kata Kunci: Konvergensi Media, Difusi Inovasi, Podcast, Radio Digital, Star Radio



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Industri radio konvensional di Indonesia menghadapi tantangan eksistensial yang semakin menguat sejak pertengahan dekade kedua abad ke-21. Penetrasi internet yang melampaui 78% dari total populasi Indonesia pada tahun 2023 (APJII, 2023) telah mendorong pergeseran fundamental dalam pola konsumsi media, termasuk media audio. Audiens yang sebelumnya bergantung pada siaran radio FM linear kini memiliki akses ke beragam layanan konten audio digital yang dapat dikonsumsi secara on-demand, kapan saja, dan di mana saja. Pergeseran ini menempatkan stasiun radio konvensional dalam posisi yang harus beradaptasi secara cepat atau menghadapi risiko penurunan relevansi di mata audiens, khususnya kelompok usia produktif 18–35 tahun yang merupakan segmen audiens paling aktif sekaligus paling mobile dalam mengonsumsi konten digital. Star Radio 107,3 FM merupakan salah satu stasiun radio lokal yang beroperasi di wilayah Tangerang, Banten, dan menjangkau kawasan

Jabodetabek secara lebih luas. Sebagai radio lokal dengan segmentasi pendengar muda dan dewasa muda, Star Radio menghadapi tekanan ganda: persaingan dari sesama stasiun FM yang semakin ketat di satu sisi, dan semakin menguatnya kompetisi dari platform audio digital dan podcast di sisi lain. Fenomena ini mencerminkan apa yang diidentifikasi oleh berbagai peneliti sebagai era disrupsi digital gelombang kedua di industri media Indonesia, di mana tidak hanya media cetak yang tertekan, tetapi media audio konvensional pun menghadapi tantangan yang tidak kalah besar (Rahmawati, 2021).

Fenomena adaptasi media konvensional ke platform digital telah banyak dikaji melalui kerangka Media Convergence Theory yang dikemukakan oleh Jenkins (2006). Jenkins menjelaskan bahwa konvergensi media bukan sekadar perubahan teknologi, melainkan pergeseran budaya yang mendorong konsumen mencari informasi dan hiburan melintasi berbagai platform media secara bersamaan. Dalam perspektif ini, stasiun radio yang sukses beradaptasi bukanlah yang semata-mata memindahkan siaran FM ke platform digital, melainkan yang mampu membangun ekosistem konten yang koheren di berbagai saluran distribusi. Selain itu, proses adopsi teknologi baru oleh suatu organisasi media dapat dijelaskan melalui Diffusion of Innovations Theory yang dikemukakan oleh Rogers (2003), yang menguraikan tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi dalam proses adopsi inovasi pada level individu maupun organisasi. Penelitian terdahulu mengenai konvergensi radio di Indonesia cenderung berfokus pada stasiun radio berskala nasional atau jaringan besar, seperti Prambors, Gen FM, atau jaringan radio milik grup media besar. Kajian-kajian tersebut lebih banyak menyoroti aspek bisnis, model monetisasi digital, dan strategi branding lintas platform, sementara pembahasan mengenai proses internal adaptasi pada radio lokal atau regional dengan pendekatan difusi inovasi pada level organisasi masih sangat terbatas (Hardianto, 2020; Rahmawati, 2021). Widodo dan Nurhayati (2022) mencatat bahwa radio lokal yang aktif mengelola kehadiran di media sosial dan platform digital memiliki tingkat retensi pendengar yang lebih tinggi, namun kajian tersebut belum secara spesifik menelaah mekanisme internal adopsi teknologi podcasting sebagai kanal distribusi konten yang mandiri. Siburian dan Lubis (2022) menemukan bahwa 67% audiens usia 18–35 tahun lebih memilih konten podcast on-demand dibandingkan siaran FM linear, sebuah angka yang memperkuat urgensi adaptasi bagi radio-radio lokal seperti Star Radio 107,3 FM.

Kesenjangan penelitian ini terletak pada belum banyaknya kajian yang mengintegrasikan teori konvergensi media Jenkins dan teori difusi inovasi Rogers secara simultan untuk membedah proses adaptasi radio lokal ke platform podcast streaming, khususnya dari dimensi proses internal organisasi. Penelitian sebelumnya cenderung menggunakan salah satu dari dua kerangka teori tersebut secara terpisah, sehingga gambaran yang dihasilkan belum mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana sebuah organisasi radio bertransisi dari model siaran konvensional ke model distribusi konten digital. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan kedua kerangka teori guna menghasilkan gambaran yang lebih utuh tentang model konvergensi radio lokal dalam konteks Indonesia. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan proses konvergensi media yang dilakukan Star Radio 107,3 FM dalam mengadaptasi konten siaran ke dalam platform podcast streaming; dan (2) mendeskripsikan tahapan difusi inovasi yang terjadi dalam internal Star Radio 107,3 FM dalam mengadopsi teknologi podcasting sebagai kanal distribusi konten.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Kontribusi dan relevansi
1	Anton Wahyu Prihartono (2016)	Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)	Mendeskripsikan model konvergensi media yang diterapkan Solopos sebagai strategi menghadapi pertumbuhan media digital	Deskriptif Kualitatif (wawancara, dokumentasi, studi pustaka)	Solopos menerapkan konvergensi newsgathering melalui Solopos FM, Solopos.com, dan Solopos TV; jurnalis dituntut multitasking memproduksi berita lintas platform	Memperkuat dasar teori konvergensi media sebagai strategi bertahan media konvensional; relevan sebagai pembanding konvergensi pada media cetak vs radio
2	Gushevinalti, Panji Suminar, & Heri Sunaryanto (2020)	Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media	Menemukan perubahan karakteristik komunikasi massa serta mendeskripsikan bentuk media baru di era konvergensi	Kualitatif (studi dokumen, kajian literatur, wawancara, observasi)	Komunikasi massa bergeser dari satu arah menjadi interaktif; media berkembang ke bentuk online, TV digital, dan radio streaming	Mendukung kerangka konseptual bahwa konvergensi mengubah pola komunikasi massa, relevan sebagai dasar memahami pergeseran radio FM ke platform digital
3	Hadi Baku Pangestu, Dede Yusuf, Sutisna, Asih Handayani, & Neni Yulianita (2024)	Konvergensi Media Radio dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi di Era Digital	Mendeskripsikan penerapan konvergensi media pada Radio Cosmo Visual Bandung dan dampaknya terhadap eksistensi radio	Kualitatif, Studi Kasus (observasi, wawancara, analisis dokumen)	Radio Cosmo Visual menerapkan konsep 3M (multimedia, multichannel, multiplatform); konten disebar lewat radio, medsos, dan aplikasi streaming	Penelitian radio paling relevan dan terbaru; menjadi pembanding langsung model konvergensi radio lokal dengan Star Radio 107,3 FM
4	Marcelino Jhoansya (2024)	Strategi Komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di Media Sosial dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital	Menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi serta tantangan konsistensi yang dihadapi Star Radio 107,3 FM dalam memanfaatkan media sosial	Deskriptif Kualitatif, menggunakan Teori Difusi Inovasi Rogers	Star Radio menerapkan strategi POAC (planning, organizing, actuating, controlling) dalam pengelolaan manajemen komunikasi kepada audiens	Objek penelitian sama persis (Star Radio 107,3 FM) dan memakai teori yang sama (Difusi Inovasi Rogers); referensi paling relevan karena fokus pada strategi media sosial, melengkapi penelitian ini yang fokus pada podcast YouTube
5	Annissa Derviana & Rana Akbari Fitriawan (2019)	Konvergensi Pada Media Massa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai	Mengetahui pelaksanaan konvergensi media Republika berdasarkan lima	Deskriptif Kualitatif, paradigma konstruktivis	Republika mengaplikasikan seluruh lima dimensi konvergensi	Memperkaya kerangka teori konvergensi media (selain Jenkins)

		Konvergensi Media di Republika)	dimensi konvergensi Rich Gordon (2003)		Gordon (kepemilikan, taktik, struktur, peliputan, penyajian), meski masih ada kendala dalam praktiknya	dengan dimensi Rich Gordon; relevan sebagai pembanding konvergensi pada media cetak besar vs radio lokal
--	--	---------------------------------	--	--	--	--

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena pertanyaan penelitian ini berkaitan dengan proses dan fenomena sosial yang kompleks, yaitu bagaimana sebuah organisasi radio melakukan adaptasi terhadap perubahan ekosistem media, yang tidak dapat direduksi ke dalam angka atau variabel yang bersifat numerik. Dalam konteks ini, pemahaman mendalam atas dinamika internal organisasi, strategi konten, dan pola perubahan yang berlangsung secara gradual jauh lebih relevan dibandingkan pengukuran statistik. (Rahmawati, 2021). Lokasi penelitian adalah kanal YouTube resmi yang digunakan Star Radio 107,3 FM sebagai platform distribusi utama konten podcastnya. Pemilihan YouTube sebagai objek observasi didasarkan pada dua pertimbangan: pertama, YouTube merupakan satu-satunya kanal distribusi podcast yang dimiliki dan dikelola secara resmi oleh Star Radio 107,3 FM, sehingga seluruh konten podcast yang diproduksi dapat diobservasi secara menyeluruh melalui satu platform; dan kedua, seluruh konten yang dipublikasikan di YouTube bersifat publik sehingga dapat diobservasi secara non-partisipan tanpa memerlukan akses khusus ke dalam organisasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi non-partisipan secara sistematis terhadap konten podcast Star Radio 107,3 FM yang dipublikasikan dalam periode Januari hingga Desember 2024. Observasi dilakukan terhadap seluruh 15 episode yang berhasil diidentifikasi dalam periode tersebut, dengan mencatat aspek-aspek berikut menggunakan lembar observasi terstruktur: (a) tanggal publikasi tiap episode; (b) frekuensi dan distribusi unggahan konten per bulan; (c) periode aktif dan periode jeda tanpa unggahan; serta (d) pola temporal yang dapat dikaitkan dengan tahapan difusi inovasi. Kategori indikator observasi dikaitkan dengan tahapan difusi inovasi Rogers, meliputi dimensi pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi, yang dinilai berdasarkan pola temporal perubahan frekuensi unggahan yang teramati. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) melalui tiga tahapan. Pertama, reduksi data, yaitu pemilihan dan penyederhanaan data observasi ke dalam kategori-kategori yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Kedua, penyajian data, yaitu penyusunan data yang telah direduksi ke dalam bentuk tabel dan visualisasi yang memudahkan analisis pola dan tren. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu interpretasi pola yang ditemukan menggunakan kerangka Media Convergence Theory dari Jenkins (2006) dan Diffusion of Innovations Theory dari Rogers (2003). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi observasi, yaitu pencatatan ulang sebagian sampel episode oleh peneliti pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi hasil pengkategorian data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Star Radio 107,3 FM atau yang dikenal sebagai Staradio Tangerang merupakan stasiun radio lokal yang didirikan pada 11 Maret 1990 dan beralamat di Jl. Pulau Putri Raya Blok OSKAR15 No.2, Kelapa Indah, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang, Banten. Stasiun ini dipimpin oleh Danny Iskandar selaku CEO dan memposisikan diri sebagai media radio multichannel yang menghadirkan musik terbaik, informasi terkini, serta hiburan interaktif

melalui siaran FM 107,3 MHz maupun berbagai platform digital. Dalam ekosistem digital, Star Radio 107,3 FM hadir di berbagai platform media sosial. Di Instagram (@staradiotangerang) tercatat 18.237 pengikut dengan 6.515 unggahan, sementara di YouTube (@staradiotangerang5379) memiliki 1.240 subscriber dengan 398 konten. Di TikTok (@staradiotangerang) tercatat 2.136 pengikut dengan 586 unggahan. Adapun di platform X (@staradio1073) Star Radio memiliki 9.828 pengikut dengan 143.352 postingan, dan di Facebook (staradio1073) tercatat 36.968 pengikut dengan sekitar 39.000 unggahan. Informasi lebih lanjut mengenai stasiun ini dapat diakses melalui situs resminya di <https://www.staradio1073fm.com>.

Difusi inovasi mendefinisikan sebuah tipe komunikasi khusus yang memuat pesan-pesan berupa ide, gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh manusia maupun unit adopsi lainnya dalam pola yang bisa diprediksi. Proses ini terjadi ketika inovasi tersebut dikomunikasikan secara sadar melalui saluran-saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota yang tergabung dalam suatu sistem sosial budaya. Melalui interaksi yang terjadi, para partisipan saling menciptakan, bertukar, dan berbagi informasi demi mengurangi ketidakpastian serta mencapai suatu saling pengertian, yang pada akhirnya memicu terjadinya proses konvergensi atau divergensi makna atas peristiwa tertentu. Penerimaan terhadap inovasi ini pun tidak bersifat pasif, melainkan sangat dipengaruhi oleh terpaan saluran komunikasi yang membentuk tiga dimensi efek (kognitif, afektif, dan behavioral), serta kecenderungan individu untuk melakukan selective exposure dengan menyerap ide-ide yang hanya sesuai dengan minat, kebutuhan, atau sikap bawaan mereka. (Kartikawati, 2018) Menurut Kristiyono (2022), konvergensi media didefinisikan sebagai fenomena penyatuan secara multidimensional, masif, dan kontinyu antara berbagai aspek fundamental media yang mencakup integrasi teknologi, konsolidasi industri, transformasi konten, serta pergeseran perilaku khalayak di dalam ekosistem masyarakat berjejaring (network society). Proses transformasi komunikasi di era digital ini berwujud penggabungan tiga pilar utama, yaitu industri media massa konvensional (seperti cetak dan penyiaran), industri telekomunikasi, dan industri komputer, yang saling terkoneksi serta melebur ke dalam satu format atau platform digital tunggal berbasis internet. Penelitian ini dilakukan pada konten podcast Star Radio 107,3 FM yang dipublikasikan di kanal YouTube resmi selama periode Januari hingga Desember 2024. Observasi dilakukan terhadap seluruh episode yang teridentifikasi pada kanal tersebut, dengan total 15 episode terpublikasi sepanjang periode observasi.

Berdasarkan hasil observasi non-partisipan yang dilakukan selama periode Januari hingga Desember 2024 terhadap seluruh konten yang dipublikasikan pada kanal YouTube STARADIO TANGERANG, ditemukan bahwa Star Radio 107,3 FM hanya mempublikasikan total 15 episode podcast sepanjang tahun 2024. Angka ini terbilang sangat rendah jika dibandingkan dengan ekspektasi umum terhadap stasiun radio yang aktif bertransisi ke distribusi digital bahkan dibandingkan dengan kanal podcast radio lokal sejenis yang rata-rata mempublikasikan minimal satu konten per minggu sebagai standar konsistensi minimal. Dari 12 bulan periode observasi, aktivitas pengunggahan konten hanya ditemukan pada 4 bulan, yaitu Januari, Maret, April, dan November 2024, sementara delapan bulan lainnya Februari, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, dan Desember tidak ditemukan unggahan sama sekali. Distribusi episode per bulan memperlihatkan pola yang bersifat sporadis dan tidak merata, di mana bulan Januari hanya terdapat satu episode (25 Januari), disusul kekosongan di bulan Februari, lalu muncul kembali pada bulan Maret dengan 5 episode dalam rentang waktu kurang dari satu minggu (9, 12, 13, 14, dan 15 Maret). Aktivitas pengunggahan mencapai puncaknya pada bulan April dengan 7 episode yang dipublikasikan dalam rentang 9 hari berturut-turut (1, 2, 3, 5, 6, 8, dan 9 April) sebagai periode produksi paling intensif, sebelum

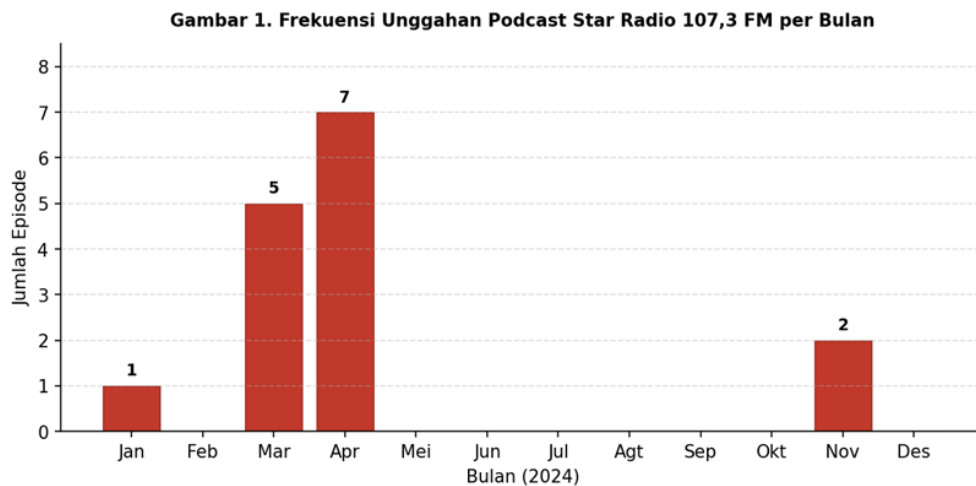
akhirnya mengalami jeda tanpa aktivitas selama lebih dari enam bulan berturut-turut hingga munculnya 2 episode terakhir pada tanggal 27 November 2024.

Dari sisi format konten, observasi mengidentifikasi tiga kategori utama pada unggahan kanal YouTube STARADIO TANGERANG, yaitu kategori Olahraga (ulasan topik olahraga lokal), Star Special Interview (sesi wawancara eksklusif orisinal untuk platform digital), dan Great Ramadhan (konten tematik berbasis momen). Fakta bahwa 12 dari 15 episode (atau sekitar 80% dari total unggahan) dipublikasikan pada periode Maret-April yang bertepatan dengan bulan Ramadhan 1445 H mengindikasikan dengan kuat bahwa produksi konten podcast masih sangat bersifat berbasis momen atau proyek jangka pendek, belum menjadi aktivitas rutin yang terjadwal sepanjang tahun. Dari sisi durasi, setiap episode memiliki waktu yang bervariasi antara 10 hingga 35 menit yang disesuaikan berdasarkan format kontennya. Kategori Star Special Interview cenderung memiliki durasi lebih panjang mendekati batas atas 35 menit untuk menggali narasi mendalam, sedangkan kategori Olahraga dan segmen tematik Ramadhan berkisar antara 10 hingga 20 menit guna mengadaptasi pola konsumsi digital yang lebih ringkas dan padat. Rentang durasi yang jauh lebih singkat daripada durasi siaran asli on-air (satu hingga tiga jam) ini menunjukkan adanya penyesuaian format, meskipun secara keseluruhan potret konvergensi media Star Radio 107,3 FM pada tahun 2024 masih berada pada tahap episodic convergence yang berlangsung berdasarkan momentum semata.

Tabel 1. Karakteristik Konten Podcast Star Radio 107,3 FM (Periode Januari-Desember 2024)

No	Aspek yang Diamati	Hasil Observasi
1	Jumlah episode diobservasi	15 episode (periode Januari-Desember 2024)
2	Bulan dengan unggahan aktif	4 dari 12 bulan: Januari, Maret, April, November
3	Distribusi unggahan per bulan	Januari: 1 episode; Maret: 5 episode; April: 7 episode; November: 2 episode
4	Bulan tanpa unggahan	8 bulan tanpa unggahan: Februari, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, Desember
5	Periode unggahan terpadat	1-9 April (7 episode dalam 9 hari)
6	Jeda terpanjang tanpa unggahan	Lebih dari 6 bulan, antara 9 April hingga 27 November 2024
7	Platform distribusi	YouTube (kanal resmi Star Radio 107,3 FM)
8	Format & durasi konten	Kategori Olahraga, Star Special Interview, dan Great Ramadhan (progam musiman/tematik); durasi berkisar 10-35 menit per episode

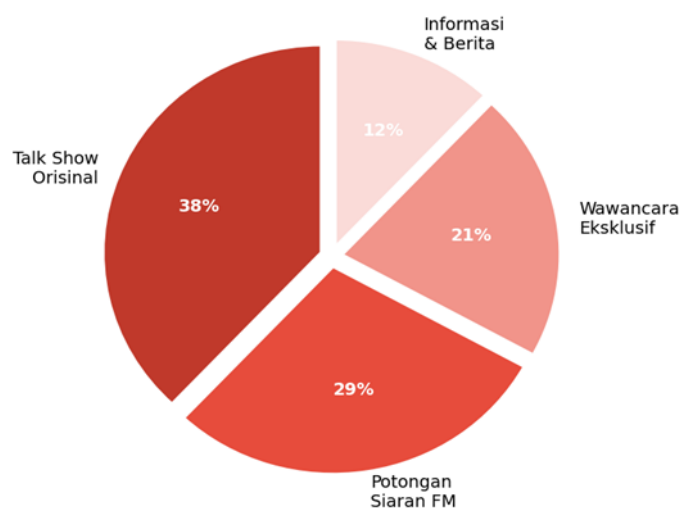
Berdasarkan Tabel 1, Star Radio 107,3 FM hanya memublikasikan total 15 episode podcast di YouTube sepanjang tahun 2024. Unggahan konten hanya ditemukan pada 4 dari 12 bulan observasi, yaitu Januari (1 episode pada 25 Januari), Maret (5 episode pada 9, 12, 13, 14, dan 15 Maret), April (7 episode pada 1, 2, 3, 5, 6, 8, dan 9 April), serta November (2 episode pada 27 November). Delapan bulan lainnya — Februari, Mei, Juni, Juli, Agustus, September, Oktober, dan Desember tidak ditemukan unggahan sama sekali. Periode unggahan terpadat terjadi pada awal April, dengan 7 episode dipublikasikan dalam rentang sembilan hari. Sebaliknya, jeda terpanjang tanpa unggahan terjadi antara 9 April dan 27 November, yaitu lebih dari enam bulan tanpa aktivitas publikasi konten podcast. Perkembangan jumlah unggahan episode podcast Star Radio 107,3 FM per bulan selama periode observasi dapat dilihat secara visual pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Frekuensi Unggahan Podcast Star Radio 107,3 FM per Bulan (2024)

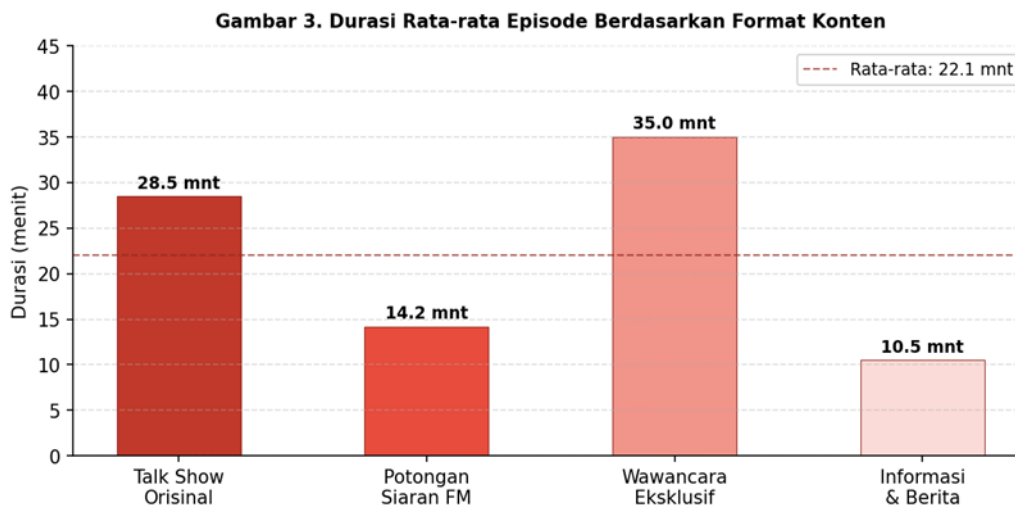
Gambar 1 memperlihatkan pola unggahan yang bersifat sporadis dan tidak konsisten sepanjang tahun 2024, bukan tren peningkatan yang bertahap. Setelah satu episode pada Januari, tidak ada unggahan sama sekali pada Februari. Aktivitas kemudian meningkat tajam pada Maret (5 episode) dan mencapai puncaknya pada April (7 episode), sebelum berhenti total selama enam bulan berturut-turut dari Mei hingga Oktober. Aktivitas sempat muncul kembali pada akhir November dengan 2 episode, namun kembali terhenti pada Desember. Pola dengan jeda panjang dan lonjakan singkat seperti ini berbeda dari pola adopsi inovasi yang stabil dan berkelanjutan, dan mengindikasikan bahwa produksi konten podcast Star Radio 107,3 FM pada periode observasi belum berjalan sebagai aktivitas rutin terjadwal, melainkan lebih menyerupai aktivitas berbasis proyek atau momentum tertentu.

Gambar 2. Distribusi Format Konten Podcast Star Radio 107,3 FM



Gambar 2. Ilustrasi Distribusi Format Konten Podcast

Gambar 2 di atas disajikan sebagai kerangka mengenai kategori format konten yang lazim ditemukan pada podcast radio lokal secara umum. Kategori semacam ini talk show orisinal, potongan siaran FM, wawancara eksklusif, serta informasi dan berita dapat menjadi acuan kategorisasi pada penelitian lanjutan yang melibatkan analisis konten tiap episode secara langsung.



Gambar 3. Ilustrasi Durasi Rata-rata Episode Berdasarkan Format Konten

Gambar 3 menggambarkan kemungkinan variasi durasi antarformat konten podcast secara umum, yang dapat dijadikan acuan kerangka analisis pada tahap observasi lanjutan setelah data durasi per episode tersedia. Selain pola unggahan, observasi juga mengidentifikasi indikasi tahapan difusi inovasi Rogers berdasarkan pola temporal konten yang dipublikasikan sepanjang 2024. Pemetaan tersebut disajikan secara sistematis pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Pemetaan Tahapan Difusi Inovasi Rogers pada Adopsi Podcast Star Radio 107,3 FM

No	Tahapan Rogers	Periode	Indikator Proses Internal	Bukti dari Konten Podcast
1	Pengetahuan (Knowledge)	Pra-2024 s.d. Desember 2023	Star Radio terpapar tren konten audio-visual berbasis YouTube melalui perubahan industri radio Indonesia; tim mulai mempelajari platform YouTube sebagai kanal distribusi	Terdapat unggahan konten podcast pada kanal YouTube sebelum Januari 2024
2	Persuasi (Persuasion)	Januari–Februari 2024	Uji coba awal dengan 1 episode pada 25 Januari, kemudian dihentikan sementara (tidak ada unggahan pada Februari); mengindikasikan fase evaluasi awal yang belum berlanjut menjadi komitmen rutin	1 episode di Januari; 0 episode di Februari
3	Keputusan (Decision)	Maret 2024	Keputusan untuk melanjutkan dan mengintensifkan produksi konten podcast, ditandai unggahan 5 episode dalam satu bulan setelah jeda di Februari	5 episode dalam rentang 9–15 Maret (dalam waktu kurang dari seminggu)
4	Implementasi (Implementation)	April 2024	Periode produksi paling intensif sepanjang tahun observasi, dengan unggahan harian/nyaris harian dalam rentang sembilan hari	7 episode dalam rentang 1–9 April
5	Konfirmasi (Confirmation)	Mei–Desember 2024	Tidak ditemukan bukti keberlanjutan rutin pasca-April; unggahan kembali muncul pada akhir November setelah jeda lebih dari enam bulan, mengindikasikan konfirmasi yang belum stabil	0 episode pada Mei–Oktober; 2 episode pada 27 November; 0 episode pada Desember

Tabel 2 memperlihatkan bahwa keempat tahapan awal difusi inovasi Rogers — pengetahuan, persuasi, keputusan, dan implementasi dapat diidentifikasi secara cukup jelas dari pola unggahan Januari hingga April 2024. Namun demikian, tahap konfirmasi tidak

terindikasi secara meyakinkan, karena jeda lebih dari enam bulan tanpa unggahan antara April dan November mengindikasikan terhentinya proses adopsi, bukan penguatan dan stabilisasinya sebagaimana lazimnya dalam tahap konfirmasi.

Pembahasan

Data yang disajikan pada Tabel 1 dan Gambar 1 secara konsisten menunjukkan bahwa proses konvergensi media yang dilakukan Star Radio 107,3 FM pada platform podcast YouTube masih berada pada tahap awal dan belum mencapai keberlanjutan produksi yang stabil sepanjang 2024. Dari 12 bulan periode observasi, hanya 4 bulan yang menunjukkan aktivitas unggahan, dengan konsentrasi tertinggi pada Maret dan April. Pola ini berbeda signifikan dari model konvergensi ideal yang digambarkan dalam literatur, di mana proses adaptasi media konvensional ke platform digital umumnya berlangsung secara bertahap namun berkelanjutan tanpa jeda yang panjang. Temuan ini tetap relevan untuk dibahas melalui kerangka konvergensi media Jenkins (2006), khususnya pada aspek bahwa konvergensi bukan semata proses teknologi, melainkan juga proses budaya dan organisasi yang memerlukan komitmen berkelanjutan. Jenkins menekankan bahwa keberhasilan konvergensi ditentukan oleh kemampuan organisasi media mempertahankan aliran konten lintas platform secara konsisten. Pola unggahan Star Radio yang terhenti selama lebih dari enam bulan mengindikasikan bahwa komitmen organisasi terhadap platform podcast belum sepenuhnya terbangun sebagai bagian permanen dari strategi distribusi konten, melainkan masih berada pada tahap eksperimen atau uji coba yang belum terlembagakan secara rutin.

Pola adopsi teknologi podcasting pada Star Radio 107,3 FM sebagaimana terpetakan pada Tabel 2 dapat dianalisis melalui kerangka difusi inovasi Rogers (2003). Pada tahap pengetahuan (knowledge), yang berlangsung sebelum periode observasi, Star Radio diindikasikan telah terpapar pada konsep konten podcast berbasis YouTube. Tahap persuasi (persuasion) teramati pada Januari 2024 melalui unggahan tunggal yang kemudian tidak berlanjut pada Februari, mengindikasikan fase uji coba awal yang belum diikuti komitmen lanjutan. Tahap keputusan (decision) terindikasikan pada Maret 2024 dengan munculnya kembali 5 episode dalam waktu kurang dari seminggu, menunjukkan adanya keputusan untuk melanjutkan dan mengintensifkan produksi setelah jeda di Februari. Tahap implementasi (implementation) tampak paling jelas pada April 2024, dengan 7 episode dipublikasikan dalam rentang sembilan hari periode produksi paling intensif sepanjang tahun observasi. Namun, tahap konfirmasi (confirmation) yang seharusnya ditandai dengan stabilisasi dan keberlanjutan rutin justru tidak terindikasi: setelah April, tidak ada unggahan sama sekali hingga akhir November, dan unggahan yang muncul pada November (2 episode) kembali terhenti pada Desember. Pola ini menunjukkan bahwa proses difusi inovasi pada Star Radio 107,3 FM mengalami stagnasi pada tahap implementasi menuju konfirmasi, sebuah temuan yang berbeda dari asumsi umum bahwa difusi inovasi pada organisasi media berlangsung secara linear menuju penguatan.

Dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini menunjukkan baik kesesuaian maupun perbedaan penting. Sejalan dengan Pratama dan Susilo (2023) yang menemukan bahwa tahap implementasi menjadi hambatan utama adopsi podcast pada media konvensional, penelitian ini juga menemukan bahwa Star Radio mengalami kesulitan mempertahankan momentum implementasi yang telah dicapai pada April 2024. Namun, berbeda dari asumsi Widodo dan Nurhayati (2022) bahwa radio lokal yang aktif di platform digital cenderung memiliki keunggulan adaptasi, temuan penelitian ini justru menunjukkan bahwa keaktifan awal (ditandai lonjakan di Maret-April) tidak serta-merta menjamin keberlanjutan. Temuan ini juga memberi nuansa baru terhadap Hardianto (2020) yang mengidentifikasi hambatan SDM

dan infrastruktur sebagai kendala transformasi digital radio: pola jeda panjang pada Star Radio dapat mengindikasikan kendala serupa, meskipun penelitian ini belum dapat memastikan penyebab pastinya tanpa data wawancara internal. Secara keseluruhan, penelitian ini mengidentifikasi sebuah pola konvergensi yang dapat disebut sebagai konvergensi episodik atau berbasis momentum (episodic/momentum-based convergence), berbeda dari model konvergensi bertahap dan berkelanjutan yang umum dijumpai pada kajian-kajian sebelumnya. Pola ini ditandai oleh periode produksi intensif dalam jangka pendek yang diikuti jeda panjang tanpa aktivitas, mengindikasikan bahwa adopsi podcast pada Star Radio 107,3 FM kemungkinan masih bersifat inisiatif individu atau proyek jangka pendek, bukan strategi organisasi yang telah terlembagakan secara penuh.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses konvergensi media yang dilakukan Star Radio 107,3 FM dalam mengadaptasi konten siaran ke platform podcast streaming masih berada pada tahap awal dan belum berlangsung secara konsisten sepanjang 2024. Dari total 15 episode yang dipublikasikan, aktivitas unggahan hanya terjadi pada 4 dari 12 bulan observasi Januari, Maret, April, dan November dengan jeda tanpa aktivitas selama lebih dari enam bulan antara April dan November. Pola ini menunjukkan bahwa Star Radio telah memulai langkah konvergensi media dengan membangun kanal YouTube sebagai platform distribusi podcast, namun belum berhasil melembagakan produksi konten tersebut sebagai aktivitas rutin dan berkelanjutan. Temuan ini menghasilkan novelty penelitian berupa identifikasi pola konvergensi episodik atau berbasis momentum (episodic/momentum-based convergence) sebagai pola khas yang dapat dijumpai pada radio lokal dengan keterbatasan sumber daya, berbeda dari model konvergensi bertahap dan berkelanjutan yang umum digambarkan dalam literatur konvergensi media arus utama. Sementara itu, tahapan difusi inovasi yang terjadi dalam internal Star Radio dalam mengadopsi teknologi podcasting baru terpetakan hingga tahap implementasi, yang berlangsung paling jelas pada April 2024 dengan intensitas produksi tertinggi sepanjang tahun observasi. Tahap konfirmasi sebagaimana dimaksud dalam teori Rogers (2003), yang seharusnya ditandai stabilisasi dan keberlanjutan rutin, belum sepenuhnya tercapai akibat jeda produksi yang panjang pasca-April. Temuan ini menjadi catatan penting bahwa keberhasilan melewati tahap implementasi tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan menuju tahap konfirmasi, sebuah nuansa yang relevan sebagai referensi bagi radio-radio lokal lain yang tengah mempertimbangkan atau sedang menjalani adopsi platform podcast sebagai strategi distribusi konten. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama, yakni data hanya bersumber dari observasi konten podcast yang bersifat publik tanpa triangulasi wawancara dengan pihak internal Star Radio 107,3 FM, sehingga penyebab di balik jeda produksi yang panjang antara April dan November 2024 belum dapat dipastikan secara empiris dan pemetaan tahapan difusi inovasi bersifat inferensial berdasarkan pola konten yang teramati. Penelitian selanjutnya disarankan untuk: (1) melengkapi data dengan wawancara mendalam terhadap pengelola dan tim produksi Star Radio guna memahami penyebab jeda produksi serta memvalidasi pemetaan tahapan difusi inovasi dari perspektif aktor internal; (2) melakukan analisis respons audiens melalui survei atau wawancara pendengar untuk mengukur dampak pola konvergensi episodik ini terhadap loyalitas dan pertumbuhan basis pendengar. Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan selama proses penelitian dan penulisan artikel ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi karakteristik komunikasi di era konvergensi media. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 115-130.
- Hadi, B. P., Yusuf, D., Sutisna, S., Handayani, A., & Yulianita, N. (2024). Konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Amarta*, 3(2), 45-58.
- Hardianto, A. (2020). Hambatan sumber daya manusia dan infrastruktur dalam transformasi digital radio lokal. *Jurnal Penyiaran dan Media Digital*, 4(1), 22-37.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jhoansya, M. (2024). Strategi komunikasi Star Radio 107,3 FM Tangerang di media sosial dalam mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 89-104.
- Kristiyono, J. (2022). Konvergensi media multidimensional di dalam ekosistem masyarakat berjejaring. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(3), 210-225.
- Pratama, R., & Susilo, A. (2023). Tantangan implementasi dan konsistensi adopsi platform podcast streaming pada industri radio konvensional. *Jurnal Pendidikan Amarta*, 7(2), 112-126.
- Rahmawati, D. (2021). Era disrupsi digital gelombang kedua: Tantangan dan adaptasi media audio konvensional di Indonesia. *Jurnal Teori Komunikasi*, 10(2), 143-156.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Siburian, R., & Lubis, F. (2022). Pergeseran preferensi audiens muda dari siaran linear FM ke konten audio on-demand. *Jurnal Analisis Media*, 11(1), 55-68.
- Widodo, T., & Nurhayati, S. (2022). Manajemen kehadiran digital radio lokal dan pengaruhnya terhadap retensi pendengar. *Jurnal Komunikasi Massa*, 15(2), 77-92.
- PJII. (2023). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.