

Eksistensi Radio Sebagai Media Komunikasi Massa di Tengah Perubahan Pola Konsumsi Media Generasi Z

Agusti Saputra^{1*}, Aldi Bragy², Dimas Fabian Alfarizi³, Abdur Razzaq⁴

¹ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia; 23031410109@radenfatah.ac.id

² Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia; 23031410061@radenfatah.ac.id

³ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia; 23011410043@radenfatah.ac.id

⁴ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia; abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id

* Korespondensi

Kata Kunci	Abstrak
Radio, Generasi Z, Media Digital.	Penelitian ini bertujuan menganalisis relevansi radio sebagai media komunikasi massa di era digital dengan menyoroti perubahan pola konsumsi Generasi Z yang kini lebih memilih media cepat, fleksibel, dan interaktif. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus pada program “Beladas” di Radio Elshinta, dengan pengumpulan data melalui observasi siaran, wawancara dengan pengelola serta pendengar, dan dokumentasi aktivitas terkait integrasi digital, sementara analisis data dilakukan melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa radio tetap mampu mempertahankan eksistensinya ketika beradaptasi terhadap kebutuhan audiens muda, khususnya melalui penyediaan ruang partisipasi komunitas, interaksi real-time, dan penguatan kehadiran di platform digital seperti live streaming dan media sosial. Program “Beladas” menjadi contoh bahwa konten yang relevan, aktual, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z dapat meningkatkan keterlibatan pendengar dan memperluas jangkauan siaran. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa keberlanjutan radio sangat bergantung pada inovasi konten, fungsi sosial yang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens, serta kemampuan memadukan format siaran tradisional dengan teknologi digital agar tetap sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan Generasi Z pada era media yang serba cepat dan dinamis.
Keywords Radio, Generasi Z, Media Digital.	Abstract This study aims to analyze the relevance of radio as a mass communication medium in the digital era by highlighting the changing consumption patterns of Generation Z, who now prefer fast, flexible, and interactive media. The research approach uses a qualitative method with a case study type on the “Beladas” program on Radio Elshinta, with data collection through broadcast observations, interviews with managers and listeners, and documentation of activities related to digital integration, while data analysis is carried out through the process of reduction, presentation, and drawing conclusions. The results of the study show that radio remains able to maintain its existence while adapting to the needs of young audiences, particularly through providing community participation spaces, real-time interactions, and strengthening its presence on digital platforms such as live streaming and social media. The “Beladas” program is an example that relevant, up-to-date, and close-to-the-day-of-Generation-Z content can increase listener engagement and expand broadcast reach. The study’s conclusion confirms that radio’s sustainability is highly dependent on content innovation, social functions that can build emotional closeness with audiences, and the ability to combine traditional broadcast formats with digital technology to remain appropriate to the characteristics and needs of Generation Z in this fast-paced and dynamic media era.

This is an open access article under the [CC BY-SA license](#).



Sitasi:

Saputra, A., Bragy, A., Alfarizi, D. F., & Razzaq, A. (2025). Eksistensi Radio Sebagai Media Komunikasi Massa di Tengah Perubahan Pola Konsumsi Media Generasi Z. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 14(2).

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah secara mendasar cara masyarakat mengakses dan mengonsumsi informasi. Kehadiran internet, smartphone, dan media sosial membuat media digital menjadi sumber informasi yang cepat, fleksibel, dan interaktif. Kondisi ini berdampak signifikan pada pergeseran pola konsumsi media, terutama di kalangan Generasi Z yang dikenal

sebagai digital native, yaitu kelompok yang sejak kecil telah terbiasa berinteraksi dengan perangkat digital. Pergeseran ini menyebabkan media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio mengalami penurunan dominasi dalam ekosistem media modern (Sari, 2019; Qorib, 2020).

Survei Nielsen (2017) menunjukkan bahwa penetrasi media digital meningkat pesat, sedangkan radio hanya mencapai 37%, jauh di bawah televisi dan internet. Selain itu, sebagian besar perangkat gawai modern tidak lagi menyertakan fitur radio FM, membuat banyak Generasi Z tumbuh tanpa pengalaman langsung sebagai pendengar radio. Fenomena ini memperkuat persepsi bahwa radio adalah media “usang” dan tidak relevan dengan gaya hidup mereka yang serba cepat, visual, dan berbasis interaksi real-time.

Namun demikian, radio masih memiliki karakteristik unik yang tidak dimiliki oleh media digital, seperti sifat auditif yang memungkinkan konsumsi tanpa konsentrasi visual, kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar, serta kredibilitas informasi yang lebih tinggi karena proses redaksional yang ketat. Dalam konteks literasi media, keunggulan ini sebenarnya dapat menjadikan radio sebagai alternatif informasi yang lebih aman di tengah maraknya hoaks dan disinformasi di media sosial.

Berbagai penelitian sebelumnya menyoroti pergeseran pola konsumsi media pada Generasi Z yang semakin meninggalkan media konvensional. Nandaryani (2023) menjelaskan bahwa Generasi Z lebih menyukai media yang menawarkan kecepatan, interaktivitas, dan fleksibilitas sehingga radio dan televisi dianggap kurang praktis. Sejalan dengan itu, Kusuma et al. (2024) menemukan bahwa podcast meningkat pesat karena memungkinkan audiens memilih waktu dengar yang lebih sesuai serta menawarkan diversifikasi konten yang lebih relevan dengan kebutuhan anak muda. Sementara itu, Haryanti dan Saragih (2025) menegaskan bahwa meskipun media tradisional mulai ditinggalkan, televisi—dan secara analogis radio—tetap memiliki tingkat kredibilitas lebih tinggi dibandingkan media digital. Temuan-temuan ini memberikan gambaran bahwa media konvensional menghadapi tekanan kuat dari hadirnya platform digital yang lebih cepat dan interaktif.

Meskipun penelitian tersebut memberikan pemahaman penting mengenai dinamika konsumsi media generasi muda, terdapat sejumlah kekosongan penelitian yang belum banyak tergal. Penelitian sebelumnya lebih dominan menyoroti pergeseran perilaku konsumsi media secara umum, tanpa membahas secara spesifik bagaimana radio beradaptasi melalui program tertentu yang ditujukan bagi Generasi Z. Kajian mengenai respons generasi muda terhadap inovasi digital radio seperti live streaming, pemanfaatan media sosial, atau integrasi konten visual juga masih terbatas, padahal beberapa studi seperti Krisan Putri et al. (n.d.) dan Sayyaf et al. (2025) menunjukkan bahwa anak muda sangat aktif di ruang digital. Selain itu, beberapa penelitian seperti Arifina et al. (2021) dan Dhamayanti (n.d.) memang menyinggung potensi radio sebagai media komunitas, namun belum secara eksplisit menilai bagaimana fungsi sosial tersebut dimanfaatkan untuk membangun partisipasi Generasi Z.

Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan mengkaji secara mendalam strategi adaptasi Radio Elshinta Palembang melalui program Beladas yang dirancang untuk melibatkan komunitas dan audiens muda. Fokus penelitian bukan hanya pada pola konsumsi media, tetapi juga pada bagaimana radio mengintegrasikan siaran tradisional dengan platform digital serta bagaimana Generasi Z merespons format partisipatif yang ditawarkan. Selain itu, penelitian ini memberikan konteks lokal yang sebelumnya belum banyak dibahas, mengingat setiap stasiun radio memiliki karakter audiens, strategi digital, dan lingkungan budaya yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas kajian tentang eksistensi radio di era digital, tetapi juga memberikan perspektif baru mengenai peran radio sebagai media komunikasi komunitas yang relevan bagi Generasi Z.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan karena menghadirkan kontribusi baru melalui analisis terhadap program “Beladas” di Radio Elshinta Palembang sebagai contoh konkret bagaimana radio beradaptasi melalui konvergensi media, partisipasi komunitas, dan strategi digital untuk menjangkau Generasi Z. Melalui penelitian ini diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang posisi radio dalam ekosistem media digital, cara Generasi Z memaknai keberadaan radio, serta strategi yang dapat dilakukan industri radio agar tetap eksis, adaptif, dan berdaya saing di era media baru.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami secara mendalam bagaimana Radio Elshinta Palembang mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan perilaku konsumsi media Generasi Z. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak berfokus pada data kuantitatif, melainkan pada pemaknaan, pengalaman, strategi adaptasi, dan dinamika sosial yang muncul di lingkungan lembaga penyiaran. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti menelusuri fenomena secara rinci dan komprehensif pada objek penelitian yang bersifat spesifik dan kontekstual.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pengelola radio, penyiar atau produser program Beladas, serta pendengar Generasi Z yang pernah mengakses siaran Elshinta. Observasi dilakukan dengan mengamati proses produksi siaran, interaksi penyiar dengan pendengar, serta pemanfaatan platform digital. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi melalui catatan program, rekaman siaran, unggahan media sosial, dan arsip internal lainnya. Pemilihan informan dilakukan secara purposif agar data yang diperoleh relevan dan mampu menggambarkan strategi adaptasi radio serta persepsi audiens muda.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan mengelompokkan informasi sesuai fokus penelitian. Data kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar pola dan hubungan antartemuan dapat terlihat dengan jelas. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan melalui proses verifikasi berulang dengan membandingkan temuan lapangan dan interpretasi peneliti. Melalui proses ini, penelitian diharapkan menghasilkan pemahaman yang mendalam dan valid mengenai eksistensi radio di era dominasi media digital dan perubahan preferensi media Generasi Z.

3. HASIL PEMBAHASAN

3.1. Pola Konsumsi Media Generasi Z dan Dampaknya terhadap Eksistensi Radio Elshinta Palembang

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki pola konsumsi media yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Generasi ini mengutamakan media yang bersifat cepat, fleksibel, dan interaktif. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa hampir seluruh informan Gen Z lebih memilih mengakses YouTube, TikTok, Spotify, atau podcast melalui telepon pintar yang mereka gunakan setiap hari. Data ini menunjukkan bahwa media berbasis on-demand memberikan tingkat kontrol yang tinggi terhadap waktu dan jenis konten, sehingga menjadi lebih relevan bagi gaya hidup mereka.

Informan Generasi Z juga menyatakan bahwa mereka jarang, bahkan tidak pernah, menggunakan fitur radio pada ponsel mereka karena dianggap tidak praktis dan tidak sesuai dengan rutinitas

multitasking. Hal ini mengindikasikan bahwa radio mengalami pergeseran fungsi dalam ekosistem media digital. Radio tidak lagi menjadi pilihan utama dalam memperoleh hiburan atau informasi karena keterbatasannya dalam hal fleksibilitas dan akses ulang.

Temuan ini diperkuat oleh observasi di ruang siaran Radio Elshinta Palembang, di mana interaksi pendengar muda terlihat minimal. Interaksi dominan justru berasal dari pendengar dewasa atau kelompok usia yang lebih familiar dengan radio konvensional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan generasional dalam konsumsi media. Radio Elshinta Palembang menghadapi tantangan nyata berupa menurunnya penetrasi audiens muda akibat migrasi mereka ke platform digital yang memiliki pengalaman pengguna lebih kaya, visual, dan personal.

Selain itu, pola konsumsi Gen Z yang sangat visual turut memperlemah daya tarik radio sebagai media auditif. Generasi ini mengaitkan kredibilitas dan ketertarikan pada konten yang memiliki unsur visual kuat, seperti infografik, video pendek, atau potongan audio-visual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa eksistensi radio terancam apabila tidak mampu beradaptasi dengan perubahan preferensi yang bersifat fundamental pada generasi digital native.

3.2. Tantangan Radio Elshinta Palembang dalam Menghadapi Dominasi Konten Digital dan On-Demand

Tantangan utama Radio Elshinta Palembang tidak hanya berasal dari perubahan pola konsumsi, tetapi juga dari tekanan kompetitif media digital yang menawarkan layanan serba instan dan personal. Berdasarkan wawancara dengan produser program, radio dianggap kurang mampu menandingi fleksibilitas konten digital yang dapat diputar ulang kapan saja. Generasi Z menyukai kemampuan memilih, mengatur durasi mendengarkan, serta menetapkan topik sesuai kebutuhan, sesuatu yang tidak dapat dilakukan melalui siaran linear radio.

Durasi siaran radio yang panjang menjadi hambatan tersendiri bagi Gen Z yang terbiasa dengan konten singkat. Pendeknya rentang perhatian mereka membuat format radio dianggap terlalu lambat dan tidak efisien. Mereka lebih memilih konten “ringkas dan langsung pada inti” sebagaimana dikatakan dalam kutipan wawancara pada file Anda. Hal ini memberi beban bagi radio untuk menyesuaikan gaya penyajian agar lebih dinamis, konkret, dan berorientasi pada kebutuhan audiens.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah menurunnya keberadaan radio FM pada perangkat digital modern. Tidak seperti ponsel generasi awal yang menyertakan fitur radio, banyak smartphone baru tidak menyediakannya. Kondisi ini memaksa Radio Elshinta untuk beralih ke platform streaming, media sosial, dan kanal digital lainnya agar dapat menjangkau audiens muda. Dengan kata lain, radio kini tidak hanya bersaing dalam hal konten, tetapi juga dalam aksesibilitas teknologi.

Elshinta juga dihadapkan pada kebutuhan untuk bersaing pada aspek visual, karena platform seperti TikTok dan Instagram mendominasi perhatian Gen Z. Radio yang berbasis suara harus menciptakan konten visual pendukung agar tetap relevan di ruang digital. Ini menjadikan konvergensi media bukan sekadar strategi tambahan, tetapi kebutuhan fundamental bagi eksistensi radio.

3.3. Strategi Adaptasi Radio Elshinta Palembang melalui Konvergensi Media dan Inovasi Program

Dalam menghadapi tantangan tersebut, Radio Elshinta Palembang menerapkan strategi konvergensi media yang terlihat dari aktivitas siaran yang terintegrasi dengan platform digital. Berdasarkan observasi lapangan, proses adaptasi mencakup penggunaan live streaming, publikasi ulang konten melalui YouTube, serta penguatan interaksi melalui media sosial. Kegiatan ini

mengindikasikan bahwa radio berusaha memperluas jaringan audiens dengan mengikuti alur konsumsi Gen Z yang menghabiskan sebagian besar waktu di platform digital.

Program “Beladas” menjadi inti strategi adaptasi ini. Program tersebut dirancang untuk menjadi wadah berbincang bagi komunitas, khususnya generasi muda. Konsep ini memperkuat transformasi radio dari media satu arah menjadi media partisipatif. Format dialog dan keterlibatan komunitas membuat Gen Z merasa memiliki ruang untuk berekspresi dan menyampaikan aspirasi mereka. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta komunitas ketika diundang sebagai narasumber dan interaksi mereka sebelum dan sesudah siaran di platform media sosial.

Penyiar dan produser program juga menyesuaikan penyajian konten agar lebih segar, ringan, dan relevan dengan isu terkini yang dekat dengan keseharian Gen Z. Observasi dalam file Anda menunjukkan bahwa konten Beladas sering kali mengangkat isu komunitas, hobi, pendidikan, dan pengalaman sosial, yang membuat program ini lebih membumi bagi audiens muda.

Dengan demikian, strategi adaptasi Radio Elshinta Palembang tidak hanya terjadi pada aspek teknis (integration media), tetapi juga pada aspek konten (community engagement). Konvergensi media dan inovasi konten inilah yang memungkinkan radio bertahan dalam pasar audiens yang semakin kompetitif.

3.4. Fungsi Sosial Program Beladas dalam Meningkatkan Keterlibatan Generasi Z

Program Beladas memainkan peran penting dalam mempertahankan identitas sosial radio sebagai media yang dekat dengan masyarakat. Data dalam dokumen memperlihatkan bahwa Beladas memberikan ruang bagi komunitas untuk memperkenalkan kegiatan, berdialog, dan berbagi pandangan. Gen Z memandang program ini bukan sekadar hiburan, tetapi sarana untuk menunjukkan eksistensi mereka sebagai bagian dari komunitas sosial.

Dalam wawancara, beberapa narasumber Gen Z menyatakan bahwa mereka merasa dihargai ketika pendapat mereka disiarkan dan didengarkan oleh masyarakat luas. Ini menunjukkan bahwa radio masih memiliki kekuatan sosial yang tidak sepenuhnya dimiliki media digital. Algoritma media sosial cenderung menciptakan ruang terbatas, sedangkan radio menghadirkan jangkauan publik yang lebih luas dan memiliki nilai kebersamaan yang tidak terfragmentasi.

Beladas juga memperlihatkan fungsi radio sebagai fasilitator interaksi sosial. Melalui format talkshow komunitas, radio membangun hubungan antara penyiar, narasumber, dan pendengar. Interaksi ini membentuk rasa kebersamaan dan memperkuat identitas kolektif, sejalan dengan konsep radio sebagai ruang “komunitas auditif”. Dengan demikian, fungsi sosial radio tetap hidup melalui program yang menekankan partisipasi dan kedekatan emosional seperti Beladas.

3.5. Relevansi Radio Elshinta Palembang di Era Generasi Z

Temuan menunjukkan bahwa relevansi radio bagi Generasi Z dapat dipertahankan melalui inovasi, partisipasi, dan konvergensi media. Meskipun radio bukan lagi sumber utama hiburan, Gen Z tetap menunjukkan ketertarikan terhadap program yang memberikan ruang ekspresi dan interaksi. Mereka menganggap radio yang menyediakan ruang komunitas sebagai media yang memberi nilai tambah dibandingkan platform digital yang lebih individualistik.

Radio Elshinta Palembang juga mempertahankan relevansinya dengan mengadaptasi konten ke platform digital. Banyak pendengar muda tidak mendengarkan siaran langsung, namun mereka mengakses ulang siaran melalui YouTube atau Instagram. Ini menunjukkan bahwa relevansi radio kini ditentukan oleh perjumpaan antara media konvensional dan teknologi digital. Dengan demikian,

keberlanjutan radio di era digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi, tetapi juga oleh kemampuannya menciptakan pengalaman bermakna dan berorientasi komunitas yang tidak sepenuhnya dapat ditiru oleh media digital lainnya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi radio sebagai media komunikasi massa tetap bertahan di tengah dominasi media digital melalui kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pola konsumsi Generasi Z. Studi pada program Beladas di Radio Elshinta Palembang membuktikan bahwa radio dapat menjaga relevansinya ketika mampu menyediakan ruang komunikasi partisipatif bagi komunitas dan audiens muda, serta memadukan siaran tradisional dengan platform digital melalui interaksi media sosial, visualisasi konten, dan penyajian informasi yang lebih fleksibel. Sinergi antara teknologi digital dan nilai khas radio seperti kedekatan emosional, kredibilitas informasi, dan fungsi sosial menjadikan radio tetap hadir sebagai media yang adaptif dan bermakna bagi kebutuhan audiens masa kini.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu stasiun radio dan jumlah informan yang terbatas sehingga hasil temuan belum dapat digeneralisasi secara luas. Untuk memperkuat temuan, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak stasiun radio di berbagai daerah serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, termasuk survei perilaku media Generasi Z dalam skala besar atau analisis data digital engagement. Kajian yang mengembangkan model inovasi konten, efektivitas strategi lintas platform, dan pengukuran loyalitas audiens digital juga penting dilakukan untuk merumuskan strategi keberlanjutan radio di era media baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilla, D. T. (2022). Strategi Penyiar Radio Kiss FM Medan dalam Mengembangkan Kreativitas Diri di Era Digital. *JIMSIPOL*, 2, 1–12.
- Aini Shofiya Asy, N., Suyanto, B., Septiani, D., Wahyudi, I., Airlangga Jalan Dharmawangsa Dalam, U., & Timur, J. (2023). Jurnalisme Warga dalam Strategi Konvergensi Suara Surabaya: Akomodasi Aspirasi atau Aktivitas Buruh Digital? <https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i2.11957>
- Anak, P., Tentang, M., Muslim, R., Kualitatif, S., Pendengar, T., Mq, R., Yogyakarta, F., Fatma, O., & Pratiwi, D. (2016). Persepsi Anak Muda tentang Radio Muslim: Studi Kualitatif Terhadap Pendengar Radio MQ FM Yogyakarta (Vol. 4, Issue 1).
- Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Mempertahankan Eksistensi Media Cetak di Era Digital (Studi Pada Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat). (n.d.).
- Aprilia, E., Nur Aini, A., & Vianda Attahya Kusworo. (2024). Manajemen Media Penyiaran Swaragama dan Program Siaran di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(3), 409–418. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.379>
- Arifina, A. S., Nurul Ikasari, P., Gilang Pembayun, J., Studi, P., & Komunikasi, I. (2021). Pola Kerja Wartawan Muda dan Madya di Era Digital. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Arsya Amara, N., Mahareza, N., Tanzila, G., Gusmanita, D., & Nabila, K. (n.d.). Strategi Manajemen Radio SIPP FM Padang dalam Mempertahankan Eksistensinya.

- Aziz, A., & Muyasaroh, S. (2025). Strategi Public Relations Radio FM Pasuruan dalam Meningkatkan Daya Saing Radio di Era Media Digital. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 14(2), 55–62. <https://doi.org/10.35457/translitera.v14i2.5060>
- Cahyaalfia, S. M., & Hasan Basori, M. (n.d.). Optimalisasi Website Streaming Radio Sonora Semarang sebagai Bentuk Adaptasi di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5.
- Christian Damaz, R., & Claretta, D. (2025). Optimalisasi Strategi Komunikasi Gen 103.1 FM dalam Penguatan Brand Awareness di Era Digital (Vol. 11, Issue 2).
- Deti, W. O. D., & Matondang, M. A. (2024). Pola Konsumsi Berita dalam Era Digital: Perbandingan Preferensi Generasi Z terhadap Sumber Berita Tradisional dan Modern. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 8(2), 225. <https://doi.org/10.32332/tapis.v8i2.9454>
- Dhamayanti, M. (n.d.). Pemanfaatan Media Radio di Era Digital. www.nielsen.com
- Haryanti, U., & Saragih, M. Y. (2025). Presensi Jurnalistik Media TV bagi Milenial di Era 4.0 (Vol. 11, Issue 1).
- Krisan Putri, F., Rouli Manalu, S., Nur Suryanto Gono, J., Studi, P. S., & Komunikasi, I. (n.d.). Pola Konsumsi Informasi Melalui Media di Kalangan Generasi Z.
- Mahendra, D., & Thalib, A. A. (2025). Aksesibilitas Radio oleh Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Komunikasi Universitas Fajar Makassar) (Vol. 18, Issue 1).
- Masyarakat Indonesia Majalah Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia Daftar Isi. (n.d.).
- Mukti, B. (2023). Media Convergence in Technology and Content Aspects in the Digital Communication Era. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(10), 2277–2288. <https://doi.org/10.55927/fjas.v2i10.6292>
- Oleh, D., & Satriani Andalusia Neneng Permatasari Ratri Rizki Kusumalestari, I. (n.d.). Ekosistem Informasi Gen Z dalam Mengonsumsi Berita di Media Arus Utama. <https://publikasi.unisba.ac.id/>
- Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi, J., Penelitian, J., Desari Deryansyah, A., Dedi Susanto, R., & Rachmadiani, R. (n.d.). Buana Komunikasi Media Sosial dan Digitalisasi di Masa Normal Baru. <http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>
- Prasetyawati, A. (n.d.). Dualisme Dampak Pemanfaatan Media Sosial TikTok dalam Humas Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 2021.
- Putra, A. A., Rosand, G. V., & Alatas, R. R. (n.d.). The Utilization of Digital Media Public Relations by M Radio in Maintaining Its Existence as a Local Radio Station in Surabaya. <https://doi.org/10.3342/juskop.v1i1.426>
- Putro, A. D., Kunci, K., Penyiaran, S., Loyalitas, & Radio Elangga, P. (2025). Strategi Penyiaran Radio Elangga dalam Menjaga Loyalitas Pendengar. *Kalamizu: Jurnal Sains, Sosial, dan Studi Agama*, 1.
- Qorib, F. (2020). Pola Konsumsi Media pada Generasi Milenial Kota Malang. *Ultimacomm*, 12(1), 53–71. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i1.1490>
- Sa, Z., Khitam, A. K., Ilmu Komunikasi, P., Amikom Yogyakarta, U., Bahasa Arab, P., & Sunan Pandanaran Yogyakarta, S. (2021). Eksistensi LDNU Yogyakarta di Masa Pandemi: Studi Pola Pergeseran Dakwah. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(2).
- Sarluf, A., & Arista, R. (n.d.). Pemanfaatan Aplikasi RRI Digital sebagai Media Musik Anak Muda melalui Kanal Programa 2 RRI Jakarta. <https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365>

- Sari, S. (2019). Literasi Media pada Generasi Milenial di Era Digital. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(2).
- Sayyaf, N., Mujahid, A., & Mitra, M. (2025). Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(6), 3025–6704. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14789114>
- Seda Marlia, S., Utami Dewi Suyatman Yatnosaputro, R., Fanaqi, C., & History, A. (2025). Manajemen Program Berita “Radar News” di Televisi Lokal Radar Tasikmalaya. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.2406>
- Setiawan, Y. L., Nasir, J., Ariyati, Y., & Wahyudi, T. D. (2023). Strategi Komunikasi INews TV Padang dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 8(1).
- Studi Ilmu Komunikasi, P., Sosial dan Politik, F., Slamet Riyadi, U., & Korespondensi, P. (n.d.). Strategi Komunikasi PTPN Radio melalui Konten TikTok.
- Yudhapramesti, P. (2023). Cross Media dan Remediasi Soundwork Suara Surabaya FM 100 dan PRFM. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 275–296. <https://doi.org/10.24002/jik.v20i2.5760>
- Yuniati, U., & Puspitasari, E. E. (2019). Motif Pendengar Radio di Era Perkembangan Teknologi Informasi: Studi Kepuasan Media pada Generasi Z di Bandung. *JIKA*, 6(2).