



Digital Adaptation and Survival: An Analysis of Radio Zaitun's Strategic Approach

FINAL PROJECT

**Submitted as one of the requirements to
obtain
Sarjana Administrasi Bisnis**

By:

**Suzette Priskila Simanjuntak
015202000093**

**FACULTY OF BUSINESS
BUSINESS ADMINISTRATION STUDY PROGRAM
CIKARANG**

August, 2024

PLAGIARISM REPORT

6% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Match Groups

-  **45 Not Cited or Quoted 3%**
Matches with neither in-text citation nor quotation marks.
-  **37 Missing Quotations 3%**
Matches that are still very similar to source material.
-  **0 Missing Citation 0%**
Matches that have quotation marks, but no in-text citation.
-  **0 Cited and Quoted 0%**
Matches with in-text citation present, but no quotation marks.

Top Sources

-  **4%** Internet sources
-  **2%** Publications
-  **2%** Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

 1	Internet	
fostercapital.com		1%
 2	Internet	
www.coursehero.com		0%
 3	Internet	
www.litdaily.org		0%
 4	Student papers	
University of Denver		0%
 5	Internet	
best-dental-clinic-in-lea33447.vigh/wiki.com		0%
 6	Internet	
dcl.fm		0%
 7	Internet	
www.fostercapital.com		0%
 8	Internet	
www.khanacademy.com		0%

GPT ZERO REPORT

GPT CHECKER CHAPTER I INTRODUCTION.docx

ORIGINALITY REPORT

1 %	0 %	0 %	1 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Adtalem Global Education Student Paper	<1 %
2	Submitted to Saint Joseph's University Student Paper	<1 %
3	www.fastercapital.com Internet Source	<1 %

ABSTRACT

Purpose – This research aims to analyze the factors that contribute to the success of Zaitun Radio Suara Kebenaran in Indonesia.

Design/Methodology/Approach – This research used a case study to examine Zaitun Radio. The method used is qualitative by collecting data through interviews, observations, and secondary data analysis.

Findings – This research found that Zaitun Radio needs to improve in several factors, such as business development. Zaitun Radio could embrace an online expansion, forming a strategic partnership, and diversifying content through podcasts.

Originality/Value – This research contributes to the knowledge of the factors that contribute to the success of the radio station industry in Indonesia. The research also provides insights into the other companies looking to enter or expand the radio industry in Indonesia

Keywords – Zaitun Radio, Radio, Radio Station Industry, Indonesia.

TABLE OF CONTENT

STUDY CASE ADVISER RECOMMENDATION LETTER	ii
STATEMENT OF ORIGINALITY	iii
PANEL OF EXAMINERS APPROVAL SHEET.....	iv
ADVISOR APPROVAL FOR JOURNAL/INSTITUTION’S REPOSITORY.....	v
SCIENTIFIC PUBLICATION APPROVAL FOR ACADEMIC INTEREST	vi
PLAGIARISM REPORT.....	vii
GPT ZERO REPORT	viii
CONSENT FOR INTELLECTUAL PROPERTY RIGHT.....	ix
ACKNOWLEDGEMENT	xi
ABSTRACT.....	xiii
TABLE OF CONTENT.....	xiv
TABLE OF FIGURE.....	xvii
TABLE OF TABLE	xviii
CHAPTER I.....	1
INTRODUCTION.....	1
1.1 Background	1
1.2 Company History.....	2
1.3 Company Profile.....	3
1.3.1 Scope of Business	4
1.3.2 Company Structure.....	6
1.3.3 Working Unit	6
1.3.4 Business Process Workflow.....	7
1.4 Problem Identification.....	8
1.5 Final Project Research Question.....	11
1.6 Outline of the Research.....	12
CHAPTER II.....	13
BUSINESS ISSUE EXPLORATION	13
2.1 Conceptual Framework	13
2.2 External Analysis.....	13
2.2.1 PESTLE Analysis.....	14
2.2.2 Porter Five Forces	17
2.3 Internal Analysis.....	25

2.4.1 Segmentation, Targeting, Positioning	25
2.4.2 Marketing Mix 7P Analysis	29
2.4 SWOT Analysis.....	36
2.4.1 Strength	36
2.4.2 Weaknesses.....	37
2.4.3 Opportunities	39
2.4.4 Threats.....	39
CHAPTER III	41
Research Methods	41
3.1 Research Methods	41
3.1.1 Research Design	41
3.1.2 Data Collection	42
CHAPTER IV	46
SOLUTION	46
4.1 Business Strategy Formulation.....	46
4.1.1 External and Internal Analysis Summary.....	47
4.1.1.1 Weight	47
4.1.1.2 Rating	47
4.1.1.3 Weighted Value Score.....	48
4.2 TOWS Matrix.....	54
4.2.1 Strengths-Opportunities Strategy.....	55
4.2.2 Weaknesses-Opportunities Strategy	57
4.2.3 Strengths-Threats Strategy.....	58
4.3.4 Weaknesses-Threats Strategy	59
4.4 Business Strategies	60
4.4.1 Cultivate Tech-Savvy Staff and Embrace Podcasting	60
4.4.2 Implement Gamification for Enhanced Listener Engagement.....	61
4.4.3 Partner with Christian Streaming Services for Wider Content Distribution....	61
4.4.4 Prioritize Cybersecurity Measures to Protect Sensitive Data	62
4.4.5 Conduct Live Audience Interaction Sessions on Social Media.....	62
4.4.6 Leverage TikTok for Engaging and Interactive Content	63
CHAPTER V	65
CONCLUSION.....	65
5.1 Summary of Findings.....	65
5.1.1 Strategic Marketing and Brand Perception	65
5.1.2 Innovation and Business Development	65
5.1.3 Challenges and Opportunities	66

5.2 Conclusion	66
References.....	68
APPENDICES	71

TABLE OF FIGURE

Figure 1.1 Data of Radio Listener in Southeast Asia	72
Figure 1.2 Photo of Zaitun Radio crew when it was first established	72
Figure 1.3 Logo of Zaitun Radio 105.8 FM	72
Figure 1.4 Zaitun Radio Structure.....	73
Figure 1.5 Business Process Workflow of Zaitun Radio	73
Figure 1.6 The Data of Listener Interest in Radio.....	73
Figure 1.7 Percentage of the Population who Watched TV and Listened to Radio	74
Figure 2.1 Research Framework... ..	74
Figure 2.2 Framework Porter Five Forces.....	74
Figure 2.3 Data of Listener Zaitun Radion around the World.....	75
Figure 2.4 Data of User Retention of Zaitun Radio	75
Figure 2.5 Data of User Activity in Zaitun Radio App	76
Figure 3.1 Triangulation	76

TABLE OF TABLE

Table 1.1 Radio Stations Most Accessed by Respondents (2020-2021)

Based on Percent of Respondents

.....
77

Table 1.2 Comparison Data of Social Media Zaitun Radio, Pelita
Kasih Radio, Del Radio, and Prambors Radio...

.....
77

Table 4.1. EFAS Table. Source: Calculated by the Director of Zaitun
Radio and Author, 2024...

.....
77

Table 4.2. IFAS. Source: Calculated by the Director of Zaitun Radio and
Author, 2024

.....
78

Table 4.3. EFAS/IFAS. Source: Director of Zaitun Radio, 2024..... 79

APPENDICES

Figure 1.1 Data of Radio Listener in Southeast Asia. Source: Databoks,2021

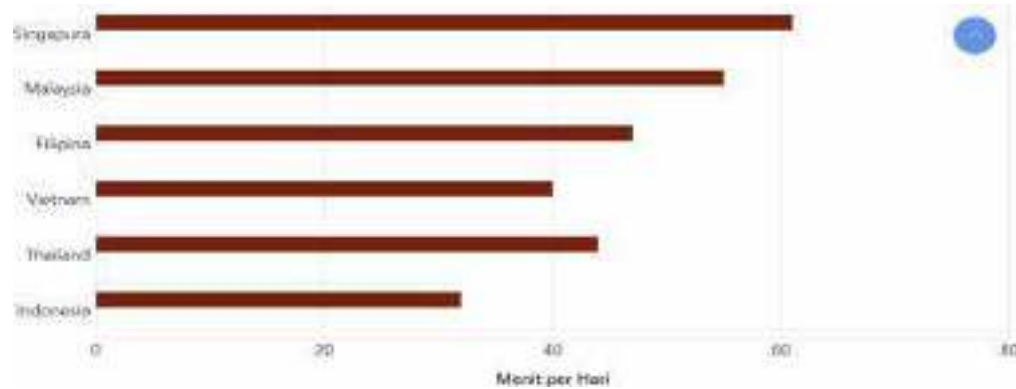


Figure 1.2 Photo of Zaitun Radio crew when it was first established. Source: Radio Zaitun 105,8 FM, 2011.



Figure 1. 3 Logo of Zaitun Radio 105.8 FM. Source: Radio Zaitun 105,8 FM, 2011.



Figure 1. 4 Zaitun Radio Structure. Source: Internal Document of Zaitun Radio.

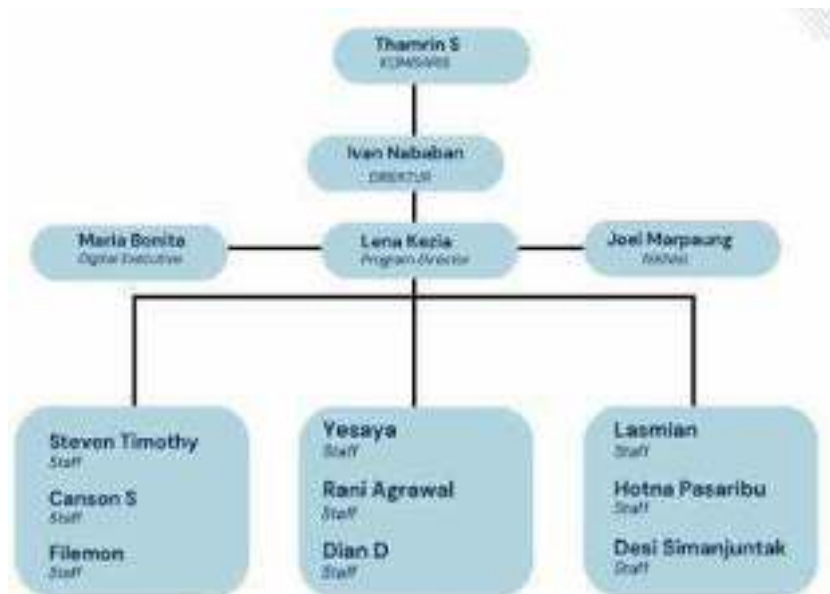


Figure 1. 5 Business Process Workflow of Zaitun Radio. Source: Document Internal of Zaitun Radio



Figure 1. 6 The Data of Listener Interest in Radio. Source: Databoks, 2019.

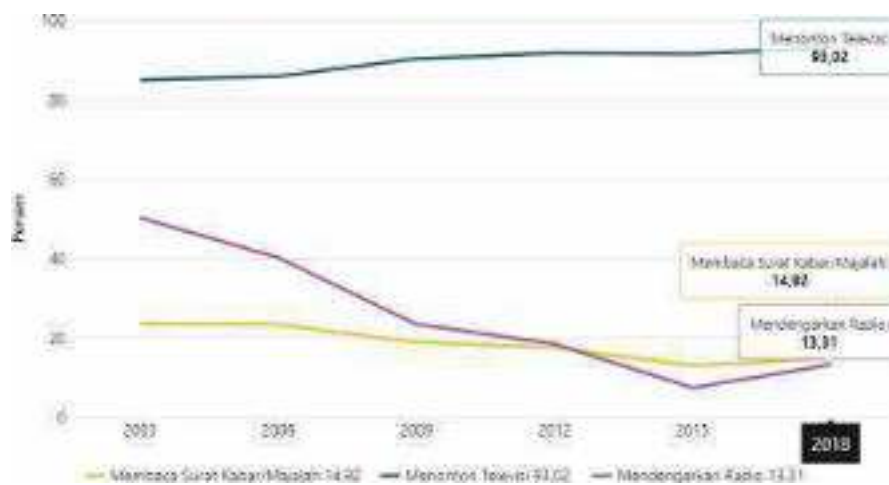


Figure 1.7 Percentage of Population who Watched TV and Listened to Radio.

Source : DataIndonesia.id, 2021.

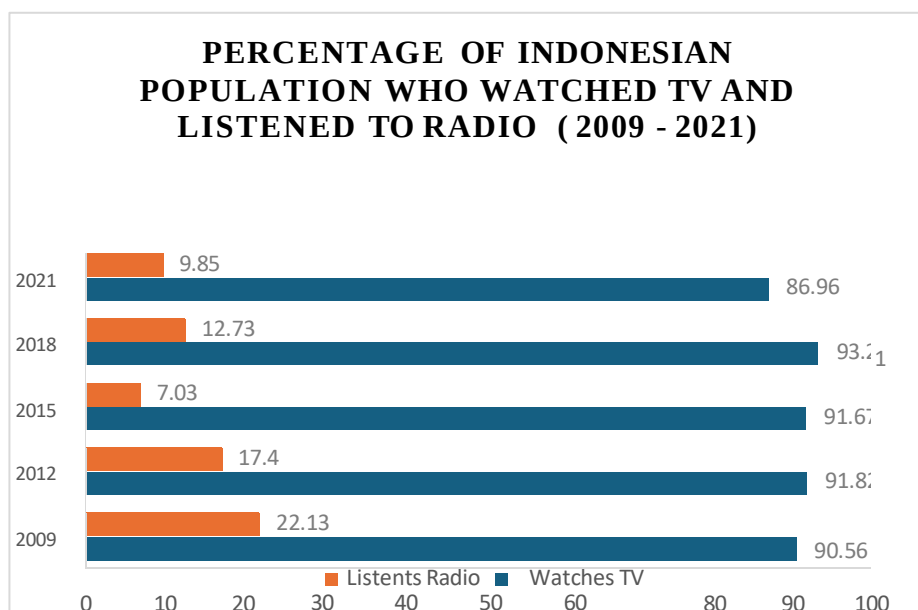


Figure 2.1. Research Framework. Source: Self-develop, 2024

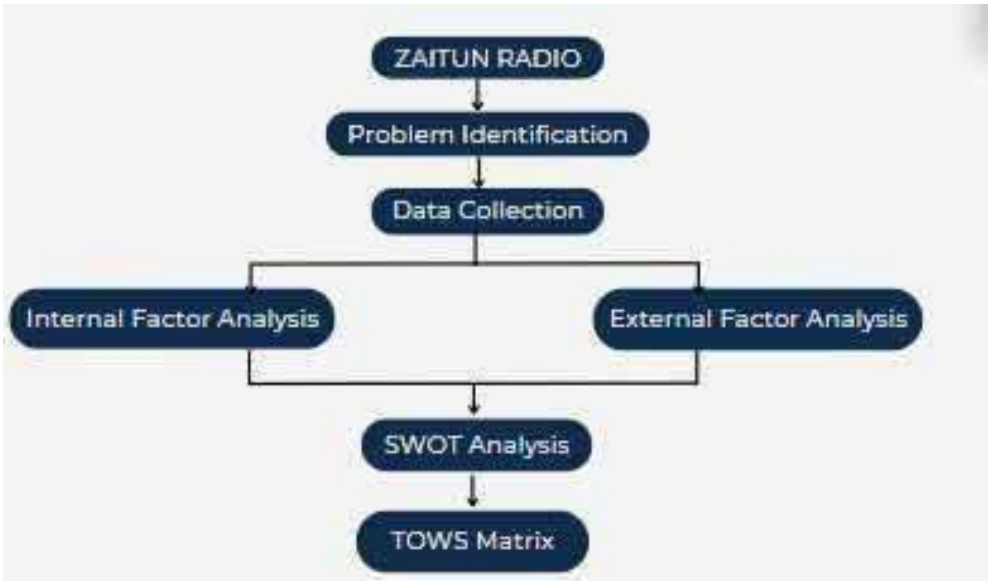


Figure 2.2 Framework Porter Five Forces: Zaitun Radio

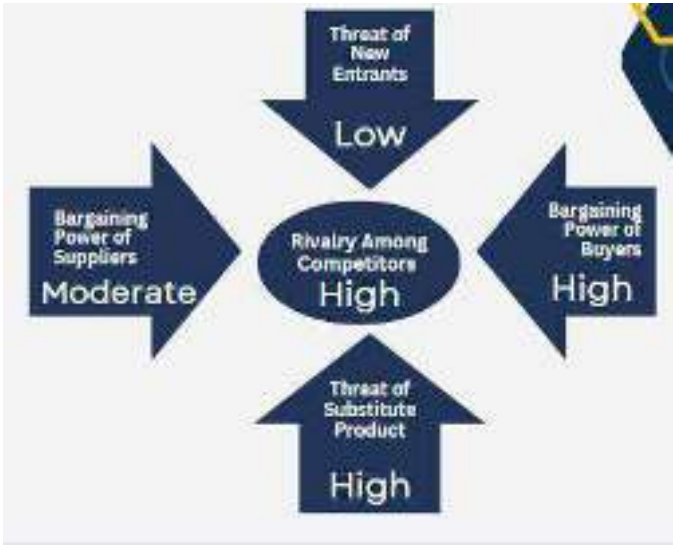


Figure 2.3Data of Listener Zaitun Radion around the World. Source: Internal Data of Zaitun Radio.



Figure 2.4 Data of User Retention of Zaitun Radio. Source: Internal Data of Zaitun Radio

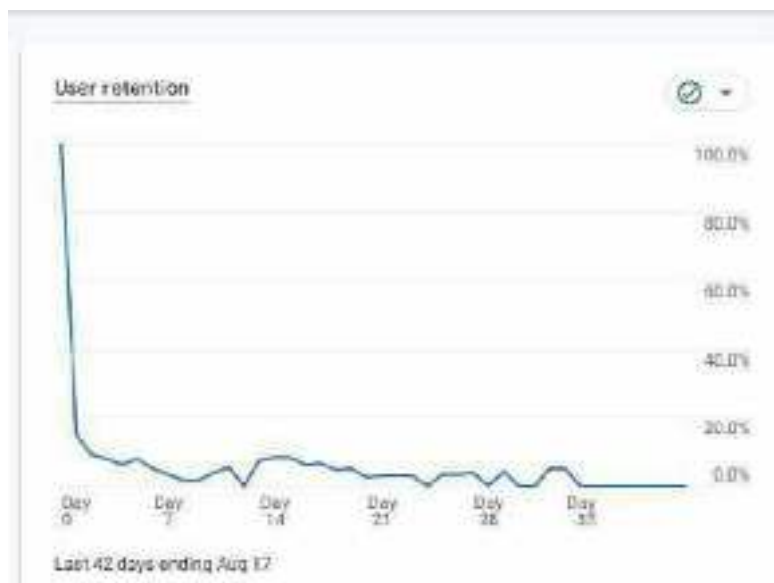


Figure 2.5 Data of User Activity in Zaitun Radio App. Source: Internal Data of Zaitun Radio.



Figure 3.1 Triangulation. Source: Triangulation by Ihsan Rahmat

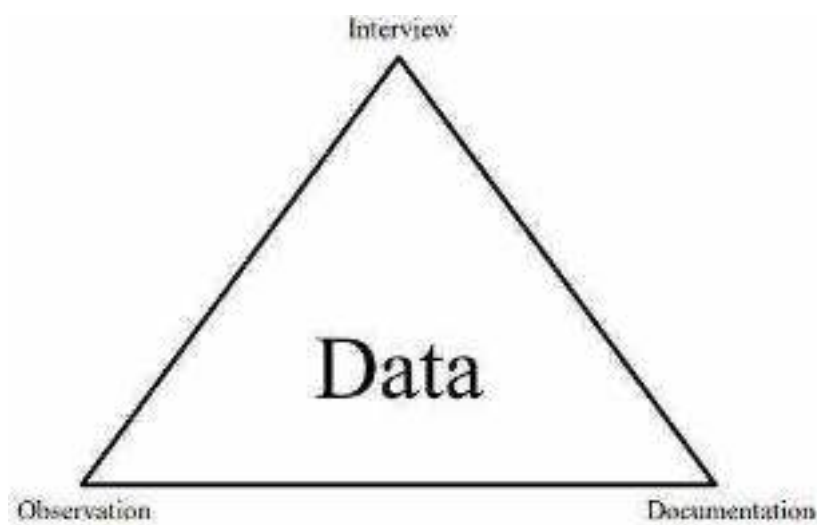


Table 1.1 Radio Stations Most Accessed by Respondents (2020-2021) Based on Percent of Respondents

No	Radio Name	Precentage of listeners (%)	
		2020	2021
1	Radio Republik Indonesia (RRI)	27.90	35.70
2	Wijang Songko FM	7	6
3	Andika FM	2.30	5.30
4	I radio	2.30	4.50
5	Radio DMS	11.60	3.80

Table 1. 2 Comparison Data of Social Media Zaitun Radio, Pelita Kasih Radio, Del Radio, and Prambors Radio.

Radio Name	Data of Social Media		
	Youtube (Subscribers)	Instagram (Followers)	Tiktok (Followers)
Zaitun	36,000	1,143	-
Pelita Kasih	18,200	12,500	-
Del	8,400	11,700	17,300
Prambors	191,000	526,000	162,100

Table 4.1. EFAS Table. Source: Calculated by the Director of Zaitun Radio and Author, 2024

External Factor	Rating	Weight (0 – 1.0)	Weighted Value
High barriers to entry for new radio stations	2	0.29	0.59
Brand recognition and listener loyalty	2	0.09	0.18

Dependence on specific content providers	2	0.06	0.12
Listener options to switch to other radio stations	3	0.09	0.26
Listener preferences for alternative media sources	4	0.12	0.47
Popularity of online streaming services and podcasts	4	0.15	0.59
Number and strength of competitor radio stations in Toba Regency	3	0.12	0.35
Unique niche of Christian religious content	2	0.08	0.18

Table 4.2. IFAS. Source: Calculated by the Director of Zaitun Radio and Author, 2024.

Internal Factor	Rating	Weight (0-1.0)	Weighted Value
Skilled Workforce (Broadcast experience, content creation)	4	0.2	0.8
Established Brand Reputation (Listener trust, recognition)	4	0.3	1.2

Limited Digital Presence (Website, social media engagement)	1	0.1	0.1
Content Dependence (Reliance on specific providers, limited format variety)	2	0.2	0.4
Operational Costs (Broadcasting, content production, marketing)	2	0.2	0.4

Table 4.3. EFAS/IFAS. Source: Director of Zaitun Radio, 2024

EFAS/IFAS	Rating	Weight	Weighted Value
	22 + 15 = 37	1 + 1 = 2	2.74 + 2.9 = 5.64

Interview with Zaitun Radio Indonesia
Suzette: Selamat pagi, terima kasih telah meluangkan waktu untuk berbicara dengan saya hari ini. Nama saya Suzette dari President University. Saya sangat senang bisa berbincang dengan tim Zaitun Radio. Sebelum kita mulai, bolehkah Anda berbagi sedikit cerita tentang latar belakang Zaitun Radio dan bagaimana awal mula berdirinya?
Lena Lubis: Selamat pagi, Suzette. Senang bisa berbincang dengan Anda. Zaitun Radio didirikan pada 30 September 2011 di Balige, Kabupaten Toba, dengan visi menyebarkan firman Tuhan melalui siaran radio. Kami mengudara di frekuensi 105.8 FM dan fokus pada konten rohani serta lagu-lagu gospel. Tujuan kami adalah untuk menjangkau masyarakat, terutama yang berada di sekitar Toba Samosir, dengan pesan-pesan spiritual.
Suzette: Wah, itu cerita yang sangat menginspirasi! Kalau boleh tahu, bagaimana Zaitun Radio diorganisasikan? Apakah ada tim khusus yang mengelola berbagai aspek operasional?

Lena Lubis: Ya, Suzette. Saat ini kami memiliki 14 anggota tim yang masing-masing bertanggung jawab dalam berbagai bidang. Ada unit program dan produksi yang mengelola konten siaran, unit teknisi yang memastikan semua peralatan berjalan dengan baik, serta unit pemasaran yang mengurus branding dan promosi stasiun. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan sukarelawan dari komunitas Kristen setempat untuk berbagai aktivitas stasiun.
Suzette: Luar biasa! Tim yang solid tentu menjadi kunci keberhasilan. Bagaimana dengan alur kerja di Zaitun Radio? Apakah ada proses tertentu yang harus diikuti untuk memastikan semuanya berjalan lancar?
Lena Lubis: Tentu saja. Alur kerja kami berpusat pada empat pilar utama: pembuatan dan penjadwalan konten, keterlibatan audiens, kepatuhan terhadap regulasi, dan pemeliharaan teknis. Kami juga rutin mengadakan evaluasi untuk memastikan bahwa siaran kami selalu relevan dan berkualitas.
Suzette: Menarik sekali! Saya juga mendengar bahwa Zaitun Radio telah beralih ke platform digital. Bisakah Anda ceritakan lebih lanjut tentang strategi digital yang sudah diterapkan? Apa saja tantangan yang dihadapi?
Lena Lubis: Ya, benar. Kami menyadari pentingnya menjangkau pendengar lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital. Selain siaran melalui FM, kami juga memanfaatkan streaming online dan aplikasi mobile. Tantangan utamanya adalah bagaimana tetap relevan di tengah persaingan dengan media digital lain seperti podcast dan radio streaming. Kami terus berinovasi untuk memperkaya konten dan melibatkan lebih banyak pendengar, terutama di platform media sosial.
Suzette: Saya bisa membayangkan tantangan yang Anda hadapi. Bagaimana Zaitun Radio memposisikan dirinya di tengah persaingan ini? Apakah ada langkah konkret yang telah diambil?
Lena Lubis: Kami berfokus pada peningkatan keterlibatan di media sosial, terutama Instagram dan YouTube. Kami juga menyadari pentingnya TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih muda. Selain itu, kami terus memperbaiki kualitas siaran agar tetap menarik bagi pendengar kami.
Suzette: Saya kira strategi-strategi tersebut sangat relevan di era digital ini. Sebelum kita akhiri, apakah ada tantangan utama yang saat ini sedang dihadapi oleh Zaitun Radio yang bisa kita diskusikan lebih lanjut?
Lena Lubis: Saat ini, kami menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah pendengar melalui platform digital, sambil mempertahankan audiens tradisional kami yang lebih tua. Selain itu, kami juga perlu memperkuat kehadiran kami di media sosial untuk menjangkau lebih banyak pendengar.
Suzette: Terima kasih atas keterbukaan dan penjelasannya. Saya percaya diskusi ini sangat bermanfaat untuk memahami lebih dalam tentang Zaitun Radio. Semoga kita bisa terus berdiskusi dan mencari solusi bersama. Terima kasih banyak atas waktunya.
Lena Lubis: Terima kasih kembali, Suzette. Kami juga sangat menghargai kesempatan ini dan berharap dapat menemukan solusi terbaik bagi perkembangan Zaitun Radio.

--

Interview with Zaitun Radio English
Suzette: Good morning, thank you for taking the time to speak with me today. My name is Suzette from President University. I am very excited to be speaking with the Zaitun Radio team. Before we begin, can you share a little bit about the background of Zaitun Radio and how it got started?
Lena Lubis: Good morning, Suzette. Nice to talk to you. Zaitun Radio was established on September 30, 2011 in Balige, Toba Regency, with the vision of spreading the word of God through radio broadcasts. We broadcast on 105.8 FM and focus on spiritual content and gospel songs. Our goal is to reach the community, especially those around Toba Samosir, with spiritual messages.
Suzette: Wow, that's a very inspiring story! If I may ask, how is Zaitun Radio organized? Is there a special team that manages various operational aspects?
Lena Lubis: Yes, Suzette. We currently have 14 team members who are responsible for different areas. There is a program and production unit that manages the broadcast content, a technician unit that makes sure all the equipment is running smoothly, and a marketing unit that takes care of branding and promoting the station. In addition, we also work with volunteers from the local Christian community for various station activities.
Suzette: Awesome! A solid team is certainly the key to success. How about the workflow at Zaitun Radio? Is there a specific process that must be followed to ensure everything runs smoothly?
Lena Lubis: Of course. Our workflow is centered around four main pillars: content creation and scheduling, audience engagement, regulatory compliance, and technical maintenance. We also conduct regular evaluations to ensure that our broadcasts are always relevant and of high quality.
Suzette: Very interesting! I also heard that Zaitun Radio has shifted to a digital platform. Can you tell us more about the digital strategy that has been implemented? What are the challenges faced?
Lena Lubis: Yes, that's right. We realize the importance of reaching a wider audience by utilizing digital technology. In addition to broadcasting via FM, we also utilize online streaming and mobile applications. The main challenge is how to stay relevant amidst competition with other digital media such as podcasts and streaming radio. We continue to innovate to enrich content and engage more listeners, especially on social media platforms.
Suzette: I can imagine the challenges you face. How does Zaitun Radio position itself amidst this competition? Are there any concrete steps that have been taken?

Lena Lubis: We focus on increasing engagement on social media, especially Instagram and YouTube. We also recognize the importance of TikTok to reach a younger audience. In addition, we continue to improve the quality of our broadcasts to keep them interesting for our listeners.
Suzette: I think these strategies are very relevant in this digital era. Before we end, are there any major challenges that Zaitun Radio is currently facing that we can discuss further?
Lena Lubis: We are currently facing the challenge of growing our audience through digital platforms, while retaining our older traditional audience. In addition, we also need to strengthen our social media presence to reach more listeners.
Suzette: Thank you for your openness and explanation. I believe this discussion is very useful to understand more about Zaitun Radio. Hopefully we can continue to discuss and find solutions together. Thank you very much for your time.
Lena Lubis: Thank you again, Suzette. We also really appreciate this opportunity and hope to find the best solution for the development of Zaitun Radio.



Figure Interview with Zaitun Radio's Team

Interview with RPK Indonesia	
General Manager	
SP: Sebelumnya Trimakasih atas kesempatan yang diberikan kepada saya pak, perkenalkan nama saya Suzette Priskila Mahasiswa Administrasi Bisnis di Universitas Presiden. Kita mulai wawancaranya ya pak, bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah	

berapa lama Bapak menjadi Manajer di RPK?
CP: Sama – sama, oke nama saya Calvin Pindo, saya General Manager di RPK FM dan saat ini sudah menjabat sebagai General Manager selama 5 tahun
SP : Apa yang menginspirasi pendirian Radio Pelita Kasih dan apa misi atau visinya?
CP : RPK diinspirasi dari kerinduan pendirinya pada saat itu yaitu Alm.Pdt.Lukito Handoyo yang ingin anggota jemaat GKI Gunung Sahari tempat dimana beliau melayani dapat mengikuti atau menerima pelayanan melalui radio. Khususnya untuk anggota jemaat yang ada di sekitar Jakarta radio masih belum menjadi satu barang yang populer tetapi pelayanan melalui radio diharapkan bisa menjangkau lebih banyak anggota jemaat yang ada di Jakarta khususnya pada saat itu.
Misi radio misi dari radio Pelita kasih adalah menjadi radio yang menyuarakan kebenaran yang membebaskan seluruh pendengarnya dari kebutaan informasi dan kelumpuhan berpikir serta memberi kekuatan dan penghiburan. Radio pelita kasih punya misi bagi seluruh pendengarnya 1) melayani penyajian informasi yang independen bisa dipercaya bisa dipercaya serta didukung oleh kajian yang akurat dan mendalam seputar pendidikan dan kesehatan ,2) menuntun pada kebebasan berpikir mengemukakan pendapat dan bertindak dalam etika moral yang benar, 3) Menyediakan wadah untuk berkreasi, hiburan dan alunan musik untuk segala usia 4) mendorong semangat berbagi kasih dalam bantuan kemanusiaan, pengentasan kemiskinan serta peningkatan kesejahteraan bangsa.
SP : Bagaimana Radio Pelita Kasih membedakan dirinya dari stasiun radio lain?
CP : 1) Membedakan dirinya secara khusus melalui segmen program rohani yang kental atau nuansa Kristen, 2) Memusatkan seluruh programnya pada segmen atau hal tentang pendidikan dan kesehatan
SP : Bisakah Anda menjelaskan tipikal audiens Radio Pelita Kasih dan apa yang menarik bagi mereka tentang stasiun ini?

CP	: Tipikal audiens di usia sekitar 25 sampai 55, Yang membuat mereka tertarik dengan RPK adalah 1) Konten rohani, 2) lagu-lagu yang menarik, 3) RPK Hadir 24
SP	: Bagaimana stasiun ini beradaptasi dengan era digital, dan teknologi atau platform baru apa yang digunakan?
CP	: Tidak pernah tertutup dengan perkembangan teknologi. Yaitu dengan menggunakan semua platform yang ada sebagai hal yang memungkinkan RPK untuk bersiaran lebih baik dan yang lebih utama lagi adalah memungkinkan RPK untuk menjangkau pendengar lebih banyak lagi. Tidak hanya ada di dalam radius dari capaian antenna secara analog yang hanya ada di putaran Jabodetabek tetapi kami juga bisa mencapai audio kami di luar Jabodetabek bahkan di seluruh penjuru dunia. Menggunakan media social (Instagram, facebook, youtube) dan juga website.
SP	: Jenis konten atau program apa yang ditawarkan oleh Radio Pelita Kasih, dan bagaimana konten tersebut dikurasi untuk memenuhi preferensi audiens?
CP	: 1) Program rohani ini pada malam hari, (30%), 2) Konten pendidikan dan kesehatan, yang memiliki nilai edukatif dan dikemas dengan baik sehingga berguna memelihara kesehatan jiwa dan raga pendengar
SP	: Bagaimana Radio Pelita Kasih berinteraksi dengan komunitas lokal, dan inisiatif atau acara apa yang diikutinya?
CP	: Melakukan interaksi dengan komunitas local melalui program (Program pembaca, yang menyukai lagu lama, anak-anak muda yang senang dengan budaya korea, otomotif, dan yang menyukai olahraga)
SP	: Dalam hal apa Radio Pelita Kasih mengukur dampak dan pengaruhnya pada audiens dan wilayah tersebut?
CP	: 1) Dengan melihat interaksi mereka ketika mereka mengirimkan WhatsApp atau SMS atau telepon., 2) Memberikan info, kritik dan masukan terhadap setiap program atau proses penyiaran.

SP	: Rencana atau pengembangan apa yang dimiliki stasiun ini di masa depan untuk tetap relevan dan terus melayani audiensnya dengan efektif?
CP	: 1) Mengajak pendengar untuk menyadari bahwa satu-satunya media yang didengar kapan saja, dimana saja tanpa memberhentikan pekerjaannya hanyalah radio, 2) Aplikasi radio streaming
SP	: Bagaimana Anda memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan memperluas basis pendengar?
CP	: Menggunakan semua media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter)
SP	: Bagaimana stasiun radio Anda beradaptasi dengan model bisnis yang berubah dalam era digital ini?
CP	: Harus menyesuaikan diri dalam penyediaan alat atau perilaku. RPK harus terbuka dengan alat baru dan mencoba bagaimana RPK di masa depan
SP	: Apa harapan Anda untuk masa depan Radio RPK?
CP	: Tetap relevan, signifikan bagi seluruh pendengar
Penyiar	
SP	: Bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah berapa lama Anda menjadi penyiar? Stasiun radio mana saja yang pernah Anda siarkan? Sudah berapa lama Anda bergabung dengan Radio Pelita Kasih?
RM:	Perkenalkan saya Rikardo marbun. Saya menjadi reporter dan penyiar radio sejak Oktober 2006. Saya berkantor sejak Oktober 2006 sampai dengan Februari 2010 selanjutnya per Juni 2011 saya menjadi reporter dan penyiar radio. Saya sempat menjadi penyiar lepas untuk satu program khusus dan setelan budaya di 92,8 RRI perempuan Jakarta, di sana hingga Februari 2020 terakhir per Juli 2023 saya kembali menjadi penyiar di 96,3 FM Jakarta. Jadi sejauh ini saya bergabung selama 9 tahun 2

bulan 8 tahun 2 bulan periode pertama lalu 1 tahun terakhir setelah bergabung kembali.
SP : Bagaimana Anda melihat peran dan relevansi Anda sebagai penyiar dalam era digital ini?
RM : pada bagian peran dan relevansi saya sebagai penyiar radio tetap saja atau tidak berubah sebagai penyaji informasi edukasi dan hiburan. Yang berubah hanya komposisi saja artinya kalau dulu masih berusaha membuat ketiganya tetap berimbang tapi untuk saat ini sudah ada dominasi pada bagian tertentu atau peran tertentu peran untuk menghibur sudah lebih besar bahkan bisa hingga 80% dibanding berperan untuk berbagai informasi dan edukasi.
SP : Apa strategi Anda untuk tetap terhubung dengan pendengar tetap tertarik sama siaran radio anda, meskipun sekarang banyak saingan dari media digital?
RM : dengan melalui pengkhususan atau konsentrasi pada isu-isu tertentu misalnya lingkungan hidup. Kemudian perkotaan dan kerja-kerja aktivis sosial yang melakukan riset dan advokasi. Artinya saya berusaha mengumpulkan data-data dari berbagai hasil riset yang dilakukan oleh lembaga di dalam maupun luar negeri. Dan melakukan pengembangan melalui wawancara dengan narasumber ataupun interaksi dengan pendengar. Di samping itu juga berusaha menemukan sisi-sisi lain dari berbagai isu yang telah dibicarakan di media social.
SP : Sebagai penyiar apa yang anda lakukan untuk menggabungkan media sosial dengan platform digital lain ke siaran radio anda agar bisa lebih dekat dengan pendengar?
RM : Bagi saya tidak banyak, saya malah mau tetap menjaga saat ini untuk dinikmati melalui video di youtube, Facebook, Instagram, dan lain-lain. Kalau boleh saya mau pendengar tetap menikmati materi informasi atau perbincangan yang terlewat sekalipun ya tetap melalui radio itu sendiri dengan melakukan proses editing. yang disajikan melalui media sosial adalah proses dari sebuah informasi dan perbincangan langsung dan setelah acara selesai tidak kurang tidak lebih hanya pada pendokumentasian saja kami media sosial multi platform tetap terhubung pun itu lebih pada upaya untuk mempercepat isu dan informasi di himpun lalu selanjutnya diseleksi lagi sebelum diteruskan kepada pendengar

SP : Bagaimana cara anda mengatasi tantangan waktu gaya penyiaran anda yang harus disesuaikan dengan selera pendengar yang beda-beda di zaman digital?
RM : gaya bersiaran semestinya tidak perlu terlalu bergantung pada pemenuhan selera pendengar, tentu saja juga akan berbeda-beda. dan untuk bicara waktu atau durasi, pada dasarnya penyiar radio harus mampu seringkas mungkin atau merangkum informasi atau materi perbincangan dengan dan sesederhana mungkin dapat diterima pendengar.
SP : Bagaimana caranya anda untuk tetap membuat konten yang kreatif dan menarik sambil tetap menjaga identitas unik dari stasiun radio RPK?
RM : Dengan memandang kepada isu-isu terkini yang menjadi konsentrasi RPK FM sebagai stasiun radio. Dan kedekatan dengan narasumber yang bervariasi akan sangat menentukan. Jadi perlu berkenalan dengan lebih banyak narasumber untuk menghimpun isu atau topik yang akan dibawakan saat siaran, termasuk isu atau konten yang dimiliki dan yang telah disebarkan oleh si narasumber itu sendiri melalui media sosialnya pun itu bisa menjadi bahan untuk disiarkan di radio.
Program Manajer
SP : Bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah berapa lama Anda menjadi Produser di RPK?
A : saya Argo, baru tahun 2016 yang lalu dipercayakan menjadi program manajer di RPK.
SP : Bagaimana Anda melihat perubahan eksistensi radio dalam beberapa tahun terakhir dengan adanya kemajuan teknologi digital?
A : Teknologi komunikasinya kemajuannya sesungguhnya dari tahun 1967 sampai akhirnya di tahun 2000-an, Media-media social. Dan RPK sendiri bersinergi dengan online dari 7 Juli 2007, yaitu streaming juga website. Kemudian sampai di tahun 2016 sampai 2024 pun kita memandang kemajuan teknologi komunikasi yang ada saat ini sebagai suatu kesempatan buat RPK untuk menjangkau banyak orang mendengarkan radio. jadi memang kemajuan teknologi komunikasi yang berkembang

untuk saat ini sangat menguntungkan RPK.	
SP	: Apa strategi konten yang Anda terapkan untuk menjaga daya tarik dan relevansi stasiun radio dalam era digital?
A	: isi konten RPK adalah sesuai dengan visi misi yang terus dijalankan RPK sampai saat ini. memberikan pendidikan dan juga menginformasikan hidup sehat. Dan dengan memanfaatkan media-media sosial yang ada seperti misalnya Facebook, Instagram, YouTube dan X. Kita juga melihat paruhan-paruhan usia pengguna masing-masing media sosial yang ada itu. RPK juga menerapkan radio video, yaitu istilah untuk siaran audio yang juga memberikan atau menyajikan tampilan di YouTube.
SP	: Bagaimana Anda menyeimbangkan konten untuk pendengar tradisional dan permintaan konten digital?
A	: Dalam praktik radio, biasanya konten digital yang timeless atau tidak mengenal batasan waktu. Penyiar-penyiarnya selalu diingatkan untuk mengurangi kebiasaan selamat pagi, selamat siang, selamat sore.
SP	: Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam memproduksi konten yang menarik untuk stasiun radio Anda di tengah persaingan dengan platform media digital lainnya?
A	: kalau tantangan utama yang kami hadapi dalam memproduksi konten yang menarik untuk stasiun radio itu biasanya video atau gambar jadi gambar dan suara. Video audio itu biasanya menjadi kendala karena pada dasarnya kita adalah audio, sedangkan video sekarang lebih banyak disukai kebanyakan masyarakat. Kami juga menyajikannya melalui channel YouTube kami.
SP	: Bagaimana Anda mengukur keberhasilan konten radio Anda dalam mencapai dan mempertahankan audiens dalam era digital
A	: Dari response pendengar itu melalui pesan WhatsApp atau SMS atau juga

karena komen di YouTube, melalui like atau komen di Instagram, Facebook, dan X dan kami punya catatan sendiri dalam hal itu.

Interview with RPK	
English	
General Manager	
SP: Previously, thank you for the opportunity given to me, sir, let me introduce myself, my name is Suzette Priskila, a Business Administration student at President University. Let's start the interview, sir, can you please introduce yourself? How long have you been a Manager at RPK?	
CP: You're welcome, okay my name is Calvin Pindo, I am the General Manager at RPK FM and have currently served as General Manager for 5 years.	
SP: What inspired the establishment of Radio Pelita Kasih and what is its mission or vision?	
CP: RPK was inspired by the longing of its founder at that time, namely the late Rev. Lukito Handoyo who wanted members of the GKI Gunung Sahari congregation where he served to be able to follow or receive services via radio. Especially for members of the congregation around Jakarta, radio was still not a popular item, but services via radio were expected to be able to reach more members of the congregation in Jakarta, especially at that time. The mission of the radio mission of Pelita Kasih radio is to become a radio that voices the truth that frees all its listeners from information blindness and paralysis of thinking and provides strength and comfort. Pelita Kasih radio has a mission for all its listeners 1) to serve the presentation of independent information that can be trusted and is supported by accurate and in-depth studies on education and health, 2) to lead to freedom of thought, express opinions and act in the right moral ethics, 3) to provide a place for creativity, entertainment and music for all ages 4) to encourage the spirit of sharing love in humanitarian aid, poverty alleviation and improving the welfare of the nation.	
SP: How does Radio Pelita Kasih differentiate itself from other radio stations?	

CP: 1) Differentiate itself specifically through a program segment that has a strong spiritual or Christian nuance, 2) Focus all of its programs on segments or matters related to education and health.
SP: Can you describe the typical audience of Radio Pelita Kasih and what appeals to them about the station?
CP: The typical audience is around 25 to 55 years old. What attracts them to RPK is 1) Spiritual content, 2) Interesting songs, 3) RPK is present 24 hours a day.
SP: How is the station adapting to the digital age, and what new technologies or platforms is it using?
CP: Never closed to technological developments. Namely by using all existing platforms as something that enables RPK to broadcast better and more importantly is to enable RPK to reach more listeners. Not only within the radius of analog antenna coverage which is only in the Jabodetabek area but we can also reach our audio outside Jabodetabek and even all over the world. Using social media (Instagram, Facebook, YouTube) and also websites.
SP: What type of content or programs does Radio Pelita Kasih offer, and how is it curated to meet audience preferences?
CP: 1) This spiritual program is in the evening, (30%), 2) Educational and health content, which has educational value and is packaged well so that it is useful for maintaining the mental and physical health of the listener.
SP: How does Radio Pelita Kasih interact with the local community, and what initiatives or events does it participate in?
CP: Interacting with local communities through programs (Reader programs, those who like old songs, young people who like Korean culture, automotive, and those who like sports)

SP: In what ways does Radio Pelita Kasih measure its impact and influence on the audience and region?
CP: 1) By looking at their interactions when they send WhatsApp or SMS or phone calls., 2) Providing information, criticism and input on each program or broadcasting process.
SP: What plans or developments does the station have for the future to stay relevant and continue to serve its audience effectively?
CP: 1) Inviting listeners to realize that the only media that can be listened to anytime, anywhere without stopping work is radio, 2) Streaming radio applications.
SP: How do you leverage digital platforms to increase engagement with your audience and expand your listener base?
CP: Using all social media (WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter)
SP: How is your radio station adapting to changing business models in this digital age?
CP: Must adapt in providing tools or behavior. RPK must be open to new tools and try how RPK will be in the future
SP: What are your hopes for the future of Radio RPK?
CP: Stay relevant, and significant to all listeners
Announcer/Broadcaster
Interviewer (SP): Could you please introduce yourself? How long have you been an announcer? Which radio stations have you worked at? How long have you been with Radio Pelita Kasih?
Interviewee (RM): Hello, I'm Rikardo Marbun. I have been a radio reporter and announcer since October 2006. I worked from October 2006 to February 2010, and then in June 2011, I resumed as a reporter and announcer. I also worked as a freelance announcer for a special program on cultural topics at 92.8 RRI Perempuan Jakarta until February 2020. Most recently, I returned to being an announcer at 96.3 FM Jakarta in

July 2023. So far, I've been with Radio Pelita Kasih for a total of 9 years and 2 months, including an 8-year and 2-month period in the first stint and 1 year in the most recent term.
SP: How do you see your role and relevance as an announcer in this digital era?
RM: My role and relevance as a radio announcer remain the same as providing information, education, and entertainment. The only change is in the composition; whereas previously we aimed for a balance among these three aspects, now entertainment often dominates, sometimes making up to 80% of our focus compared to information and education.
SP: What is your strategy to stay connected with your listeners and keep them interested in your radio broadcasts despite the competition from digital media?
RM: My strategy involves focusing on specific issues, such as environmental topics, urban issues, and social activism. I gather data from various research institutions both domestically and internationally, and develop content through interviews with experts and interactions with listeners. Additionally, I strive to find unique angles on topics discussed on social media.
SP: As an announcer, how do you integrate social media with other digital platforms into your radio broadcasts to stay closer to your audience?
RM: For me, the integration is minimal. I prefer to keep the core experience through radio itself, using platforms like YouTube, Facebook, and Instagram for supplementary content. I aim for listeners to enjoy the information or discussions they missed through radio itself, with social media serving primarily as a means to document and disseminate the process of the information shared during broadcasts. Social media helps in quickly gathering and filtering information before sharing it with the audience.
SP: How do you address the challenge of adapting your broadcasting style to accommodate different listener preferences in the digital age?
RM: Broadcasting style should not overly depend on catering to diverse listener preferences, as these can vary widely. Regarding timing or duration, a radio announcer should be able to present information or discussions as concisely and simply as possible, ensuring it is easily understood by the audience.
SP: How do you continue to create creative and engaging content while maintaining the unique identity of Radio Pelita Kasih?

RM: By focusing on current issues that are central to RPK FM's mission and establishing connections with a variety of sources. Getting to know more sources helps in gathering relevant topics and issues to present during broadcasts. This includes leveraging content shared by these sources on their social media platforms, which can also be featured on our radio station.
Program Manager
Interviewer (SP): Could you please introduce yourself? How long have you been a Program Manager at RPK?
Interviewee (A): I'm Argo. I was entrusted with the role of Program Manager at RPK starting in 2016.
SP: How do you see the changes in the existence of radio over the past few years with the advancement of digital technology?
A: The advancements in communication technology have evolved significantly from 1967 up to the 2000s with the advent of social media. RPK itself has been synergizing with online platforms since July 7, 2007, through streaming and our website. From 2016 to 2024, we view the progress in communication technology as an opportunity for RPK to reach a larger audience. Thus, the development of communication technology has been very beneficial for RPK.
SP: What content strategy do you implement to maintain the station's appeal and relevance in the digital era?
A: The content at RPK aligns with the vision and mission that we continue to uphold, which is to provide education and promote healthy living. We leverage social media platforms like Facebook, Instagram, YouTube, and X. We also consider the demographics of users on these platforms. RPK has also adopted "radio video," which is a term for audio broadcasts that also provide visual content on YouTube
SP: How do you balance content for traditional listeners with the demand for digital content?
A: In radio practice, digital content tends to be timeless and not bound by time constraints. Our broadcasters are reminded to reduce the use of time-specific greetings like "Good morning," "Good afternoon," or "Good evening."
SP: What are the main challenges you face in producing engaging content for your radio station amid competition from other digital media platforms?
A: One of the main challenges we face in producing engaging content is integrating video and images, as our primary focus is audio. Nowadays, video content is more

popular among audiences. We address this by also providing content through our YouTube channel.
SP: How do you measure the success of your radio content in reaching and retaining audiences in the digital era?
A: We gauge success based on listener feedback through WhatsApp messages, SMS, comments on YouTube, and interactions like likes and comments on Instagram, Facebook, and X. We also keep our own records of this feedback.



Figure Interview with General Manager Mr. Calvin Pindo - RPK

Interview with Prambors Indonesia
Penyiar
SP: Bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah berapa lama Anda menjadi penyiar? Stasiun radio mana saja yang pernah Anda siarkan? Sudah berapa lama Anda bergabung dengan Prambors?
BA: Nama saya, Bella Arswendita , saya menjadi penyiar di Prambors sejak tahun 2018.
SP: Bagaimana Anda melihat peran dan relevansi Anda sebagai penyiar dalam era digital ini?
BA: Tren penyiar sangat berubah, sekarang yang ditekankan adalah karakter dari

masing-masing penyiar. Harus sangat aktif dalam penggunaan sosial media. Dan bagaimana penyiar di social media (selain sedang on-air) juga berpengaruh dalam membangun interaksi dengan pendengar.
SP: Apa strategi Anda untuk tetap terhubung dengan pendengar tetap tertarik sama siaran radio anda, meskipun sekarang banyak saingan dari media digital?
BA: radio adalah media yang paling mudah menyatu dengan media lain, bias digabungkan ke podcast, ke youtube, website, bahkan konten video instagram dan tik tok. Kuncinya adalah interaksi dengan pendengar. Kita lakukan penggilan langsung ketika on-air, atau pesan suara juga.
SP: Sebagai penyiar apa yang anda lakukan untuk menggabungkan media sosial dengan platform digital lain ke siaran radio anda agar bisa lebih dekat dengan pendengar?
BA: Karen saya juga adalah content creator, jadi konten saya juga dapat menjadi salah dsatu sarana untuk berinteraks lebih dekat dengan pendengar. Mereka jadi dapat mengealsaya sebagai penyiar dengan cara yang lebih privat, melalui video vlog. Selain itu, lakukan juga tantangan berhadiah kepada audiens di media social.
SP : Bagaimana cara anda mengatasi tantangan waktu gaya penyiaran anda yang harus disesuaikan dengan selera pendengar yang beda-beda di zaman digital?
BA: gaya bersiaran disesuaikan dengan target audiensnya. misalkan kami targetnya untuk kaum gen z, maka kita sesuaikan dengan selera music, film, dan topic viral yang sedang mereka sukai.
SP: Bagaimana caranya anda untuk tetap membuat konten yang kreatif dan menarik sambil tetap menjaga identitas unik dari stasiun radio RPK?
BA: saya tetap menjadi diri saya sendiri, punya karakter yang kuat dan warna sendiri

dalam siaran.
Produser
SP: Bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah berapa lama Anda menjadi Produser di Prambors?
D: Saya Dini, sudah bekerja di prambors sejak 2021.
SP: Bagaimana Anda melihat perubahan eksistensi radio dalam beberapa tahun terakhir dengan adanya kemajuan teknologi digital?
D: Tidak banyak yang berubah, hanya kebiasaan orang saja lebih suka dengar podcast. Sistem berjalannya siaran masih sama, tetapi mengalami perluasan jangkauan saja. Untuk tetap keep up dengan kemajuan teknologi, prambors hadir dalam website, youtube, dan streaming. Prambors juga lebih aktif instagram, quiz di on air dan media social.
SP: Apa strategi konten yang Anda terapkan untuk menjaga daya tarik dan relevansi stasiun radio dalam era digital?
D: Prambors membuat dan sering mengarahkan audiensnya untuk melihat konten tiktok dan istagram. Kita juga membahas topic yang sedang disukai oleh penddengar, yang sedang viral dan menjadi topic hangat.
SP: Bagaimana Anda menyeimbangkan konten untuk pendengar tradisional dan permintaan konten digital?
D: tidak sulit, karena isu yang dibahas adalah yang sedang viral bagi audiens, pemilihan topik disesuaikan sama jenjang usinya.
SP: Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam memproduksi konten yang menarik untuk stasiun radio Anda di tengah persaingan dengan platform media digital lainnya?
A: prambors sendiri belum menemukan formula pasti untuk menarik perhatian pendengar. Tetapi, bisa diliht perkembangannya melalui konten yang dibahas di sosial

media dan respon pendengar on-air
SP: Bagaimana Anda mengukur keberhasilan konten radio Anda dalam mencapai dan mempertahankan audiens dalam era digital
A: Melihat respon di instagram, tiktok, komen, share, like dan engagement konten.

Interview with Prambors
English
Broadcaster
SP: Could you please introduce yourself? How long have you been a broadcaster? Which radio stations have you broadcasted for? How long have you been with Prambors?
BA: My name is Bella Arswendita, I have been a broadcaster at Prambors since 2018.
SP: How do you see your role and relevance as a broadcaster in this digital era?
BA: The trend of broadcasters has changed a lot, now what is emphasized is the character of each broadcaster. Must be very active in using social media. And how broadcasters are on social media (besides being on-air) also influences building interactions with listeners.
SP: What is your strategy to stay connected with listeners who are still interested in your radio broadcasts, even though there is now a lot of competition from digital media?
BA: Radio is the easiest media to integrate with other media, can be combined into podcasts, youtube, websites, even instagram and tik tok video content. The key is interaction with listeners. We do direct calls when on-air, or voice messages too.
SP: As a broadcaster, what do you do to combine social media with other digital platforms into your radio broadcasts to get closer to your listeners?
BA: Since I am also a content creator, my content can also be a means to interact more closely with listeners. They can recognize me as a broadcaster in a more

private way, through vlog videos. In addition, also do challenges with prizes to the audience on social media.
SP: How do you overcome the challenge of adapting your broadcasting style to the different tastes of listeners in the digital age?
BA: Broadcasting style is adjusted to the target audience. for example, if our target is gen z, then we adjust it to their taste in music, movies, and viral topics that they currently like.
SP: How do you manage to keep creating creative and engaging content while maintaining the unique identity of RPK radio station?
BA: I remain myself, have a strong character, and my own color in broadcasts.
Producer
SP: Could you please introduce yourself? How long have you been a Producer at Prambors?
D: I am Dini, I have been working at Prambors since 2021.
SP: How do you see the change in radio's existence in recent years with the advancement of digital technology?
D: Not much has changed, it's just that people's habits prefer to listen to podcasts. The broadcast system is still the same, but it has only expanded its reach. To keep up with technological advances, Prambors is present on the website, YouTube, and streaming. Prambors is also more active on Instagram, quizzes on air and social media.
SP: What content strategies do you employ to maintain the appeal and relevance of your radio station in the digital age?
D: Prambors creates and often directs its audience to view tiktok and instagram content. We also discuss topics that are currently popular with listeners, which are viral and hot topics.

SP: How do you balance content for traditional listeners and digital content demands?
D: It's not difficult, because the issues discussed are those that are currently viral for the audience, the topic selection is adjusted to their age level.
SP: What are the main challenges you face in producing engaging content for your radio station amidst competition with other digital media platforms?
A: Prambors itself has not found a definite formula to attract listeners' attention. However, it can be seen its development through the content discussed on social media and the response of on-air listeners.
SP: How do you measure the success of your radio content in reaching and retaining audiences in the digital age?
A: View responses on Instagram, TikTok, comments, shares, likes and content engagement.



Figure Interview with Dini as a Producer in Prambors



Figure Interview with Bella as an Announcer in Prambors

Interview with DelFM	
Stasiun Manajer Radio	
SP	: Bisa tolong perkenalkan diri Anda?
R	: Halo nama saya Ricky
SP:	Ditengah semua media digital, bagaimana kondisi radio sekarang?
R	: Radio memiliki segmentasi yang berbeda dengan media lain. Radio sifanya adalah teman beraktifitas tanpa mengganggu pekerjaan pendengar.. Dan menurut saya Radio dan Media social bukanlah saingan.
SP	: Cara radio Del dalam menjaga pendengar dalam lingkungan media yang berubah?
R	: Sukses itu abstrak, menurut saya seberapa berdampak radio ini bagi pendengar. Sampai saat ini kita mengadakan kegiatan, masyarakat tau DEL FM, respon yang cukup baik. Dan cara agar dekat dengan pendengar atau calon pendengar adalah 1) menggunakan media social 2) Memperhatikan narasumber, topic yang dibutuhkan pendengar, 3) Membuat kegiatan on-site
SP	: Apa trik yang dilakukan Del FM untuk menarik perhatian pendengar?
R	: Kita punya rumus 3O yaitu 1) <i>On ground</i> , 2) <i>Online</i> 3) <i>On air</i>
SP	: Pendapatan radio DEL FM darimana saja?
R	: Untuk in come DEL FM sendiri dari iklan-iklan yang kami putarkan di radio,

instagram, website, youtube dan tiktok.	
SP	: Apa yang membedakan DEL FM dengan radio lainnya?
R	: Radio Del merupakan radio anak muda, jadi kami menghadirkan untuk menghibur dan mengedukasi anak-anak muda. Jadi semuanya memang kami kemas semenarik mungkin.
SP	: Apakah bapak optimis radio masih tetap eksis 10 tahun kedepan?
R	: Menurut saya, yaa. Tapi mungkin cara pendengar mengakses radio yang akan lebih sulit
Penyiar	
SP	: Bisa tolong perkenalkan diri Anda?
D	: Halo nama saya Denis
SP	: Bagaimana peran anda berubah dalam menghadapi eksistensi radio di zaman digital?
D	: 1) Dulu pendengar ngirim pesan lewat surat, SMS atau telepon biasa, lebih <i>effort</i> dibanding yang sekarang, 2) Yang berubah adalah dari segi bahasa, bahasa harus gaul. Dan kalau pembawaannya harus tergantung pada orang/penyiarinya. Kan punya karakteristik masing-masih. Kalau untuk perbedaan formal atau informalnya itu juga tergantung radionya, karena setiap radio punya warna masing-masing. 3) Penyiar bisa menyiar dengan VN (<i>Voice Note</i>).
SP	: Apa strategi Anda untuk tetap terhubung dengan pendengar tetap tertarik sama siaran radio anda, meskipun sekarang banyak saingan dari media digital?
D	: 1) Cara yang saya lakukan adalah update status WA, IG dengan tujuan agar orang penasaran. 2) Membuat ciri khas humoris, tagline ketawa, 3) Pendekatan individu, sama temen nongrong (anak-anak café yang kerja sama), 4) Pendengar setia, Dolok sanggul, Riau cocok dengan lagu dan pembawaan 5) Mengajak siswa-siswa di sekolah sekitaran Toba menjadi School Ambassador di Melalak. 6) Buat quiz 7) Giveaway (merchandise, pulsa, tiket konser)
SP	: Sebagai penyiar apa yang anda lakukan untuk menggabungkan media sosial dengan platform digital lain ke siaran radio anda agar bisa lebih dekat dengan pendengar?
D	: Yang saya lakukan adalah membuka kesempatan mereka untuk request dari DM, Tiktok, dan IG

SP	: Bagaimana cara anda mengatasi tantangan waktu gaya penyiaran anda yang harus disesuaikan dengan selera pendengar yang beda-beda di zaman digital?
D	: Strategi yang saya lakukan adalah 1) Tetap menjadi diri sendiri, autentik, unik. 2) Gaul dengan mempelajari jokes-jokes anak muda, kiasan-kiasan pujian di update ga ketinggalan zaman namun tetap sopan karena ini merupakan radio pendidikan.
SP	: Bagaimana caranya anda untuk tetap membuat konten yang kreatif dan menarik sambil tetap menjaga identitas unik dari stasiun radio DEL?
D	: 1) <i>Stay up to date</i> konten-konten, dan memantau apa yang lagi booming dan viral 2) Konten baru 3) Motidifasi trend sesuai dengan pendengar local
Produser	
SP	: Bisa tolong perkenalkan diri Anda? Sudah berapa lama Anda menjadi Produser di DEL ?
V	: saya Valencia, baru tahun 2017 yang lalu dipercayakan menjadi program manajer di DEL
SP	: Bagaimana Anda melihat perubahan eksistensi radio dalam beberapa tahun terakhir dengan adanya kemajuan teknologi digital?
V	: Yang membuat perubahan adalah radio sekarang berkolaborasi dengan digital, radio juga berinovasi dan Del tidak ketinggalan
SP	: Apa strategi konten yang Anda terapkan untuk menjaga daya tarik dan relevansi stasiun radio dalam era digital?
V	: Strategi yang Del lakukan adalah 1) Mengikuti trend, 2) Mengikuti event ex: Hari puisi/dongeng, 3) Tinjau prepare seminggu sebelum siaran, 4) Mempersiapkan script di hari-har penting, 5) Punch time, 6) Mengajak anak muda melokal dengan bahasa batak.
SP	: Bagaimana Anda menyeimbangkan konten untuk pendengar tradisional dan permintaan konten digital?
V	: Yang kami lakukan adalah handle pendengar dengan topic atau tema yang kami sajikan contohnya: Hari nelayan yang udah terkenal di tiktok
SP	: Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam memproduksi konten yang

	menarik untuk stasiun radio Anda di tengah persaingan dengan platform media digital lainnya?
V	: Tantangannya adalah brainstorming, contohnya di 3 hari besar Hari pertama, History Kartini Hari kedua, Ibu pejuang perempuan Hari Ketiga, Kesetaraan gender.
SP	: Bagaimana Anda mengukur keberhasilan konten radio Anda dalam mencapai dan mempertahankan audiens dalam era digital
V	: Cara mengukurnya adalah dengan respon pendengar, dan mempertahankan audiensnya adalah mempersiapkan topic yang perlu mikir dan tidak berat. Juga menyesuaikan dengan jam siaran

Interview with DelFM English	
Radio Station Manager	
Interviewer (SP): Could you please introduce yourself?	
Interviewee (R): Hello, my name is Ricky.	
SP	: In the midst of all the digital media, how is the condition of radio today?
R	: Radio has a different segmentation compared to other media. It serves as a companion for activities without disturbing the listener's work. In my view, radio and social media are not competitors.
SP: How does DEL Radio maintain its audience in a changing media environment?	
R: Success is abstract. To me, it's about how impactful the radio is for its listeners. To date, we organize events that make people aware of DEL FM, and we receive quite a good response. To stay close to our listeners or potential listeners, we focus on: 1) Using social media, 2) Paying attention to sources and topics that listeners need, and 3) Organizing on-site events.	
SP: What tricks does DEL FM use to attract listeners?	
R: We use the 3O formula: 1) On ground, 2) Online, 3) On air.	
SP: Where does DEL FM's revenue come from?	
R: DEL FM's income comes from advertisements broadcast on our radio station, as well as on Instagram, our website, YouTube, and TikTok.	
SP: What distinguishes DEL FM from other radio stations?	
R: DEL Radio is a youth-oriented station. We aim to entertain and educate young people. Everything we produce is designed to be as engaging as possible	

SP: Are you optimistic that radio will remain relevant in the next 10 years?
R: Yes, I am. However, the way listeners access radio might become more challenging.
Announcer/Broadcaster
Interviewer (SP): Could you please introduce yourself?
Interviewee (D): Hello, my name is Denis.
SP: How has your role changed in dealing with the existence of radio in the digital age?
D: 1) In the past, listeners would send messages via mail, SMS, or regular phone calls, which required more effort compared to now. 2) The language has evolved; it needs to be more casual. The style of delivery depends on the announcer's personality, as each has their own characteristics. The formality or informality also depends on the radio station, as each station has its own flavor. 3) Announcers can now broadcast using Voice Notes (VN).
SP: What strategies do you use to keep your listeners engaged with your radio broadcasts despite the competition from digital media?
D: 1) I update my WhatsApp and Instagram statuses to create curiosity. 2) I incorporate a humorous signature style and a catchy tagline. 3) I use individual approaches, like connecting with café-goers (collaborators). 4) For loyal listeners, I tailor content to their preferences and style, such as incorporating local music and presentation. 5) I involve local students as School Ambassadors. 6) I organize quizzes. 7) I do giveaways (merchandise, phone credits, concert tickets).
SP: As an announcer, how do you integrate social media and other digital platforms into your radio broadcasts to stay closer to your audience?
D: I allow listeners to make requests via direct messages on TikTok and Instagram.
SP: How do you address the challenge of adapting your broadcasting style to different listener preferences in the digital age?
D: My strategy is to 1) Stay true to myself, being authentic and unique. 2) Stay connected with current youth jokes and expressions, keeping updated but respectful, since this is an educational radio station.
SP: How do you continue to create creative and engaging content while maintaining the unique identity of DEL Radio?
D: 1) I stay up-to-date with trending content and monitor what's booming and viral. 2) I generate new content. 3) I tailor trends to fit local listener preferences.
Producer
Interviewer (SP): Could you please introduce yourself? How long have you been a

producer at DEL?
Interviewee (V): I'm Valencia. I was entrusted with the role of Program Manager at DEL starting in 2017.
SP: How do you see the changes in the existence of radio over the past few years with the advancement of digital technology?
V: The major change is that radio now collaborates with digital media. Radio stations, including DEL, are innovating and adapting to these advancements.
SP: What content strategy do you implement to maintain the station's appeal and relevance in the digital era?
V: DEL's strategy includes: 1) Following trends, 2) Participating in events (e.g., Poetry Day/Storytelling Day), 3) Reviewing and preparing a week before broadcasts, 4) Preparing scripts for important days, 5) Timing content appropriately, 6) Engaging with young audiences by using local languages like Batak.
SP: How do you balance content for traditional listeners with the demand for digital content?
V: We handle this by addressing topics or themes that appeal to both traditional listeners and digital audiences. For example, we cover popular themes like Fishermen's Day, which is well-known on TikTok.
SP: What are the main challenges you face in producing engaging content for your radio station amid competition from other digital media platforms?
V: One challenge is brainstorming content ideas. For example, during three consecutive days, we might focus on: Day 1 - Kartini's History, Day 2 - Women Fighters, Day 3 - Gender Equality.
SP: How do you measure the success of your radio content in reaching and retaining your audience in the digital era?
V: We measure success by listener responses. To retain the audience, we ensure topics are engaging and not too heavy. We also adjust content to fit the broadcast schedule.