

Radio Prambors 105.1 FM Makassar: Eksistensi Media Radio di Era Konvergensi

Alfina Rosba¹, Muh. Akbar², Muliadi Mau³, Karmila⁴, Wahyuddin⁵

¹²³⁴⁵Universitas Hasanuddin

¹²³⁴⁵Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10 Makassar

¹rosbaa23e@student.unhas.ac.id, ²muh.akbar@unhas.ac.id, ³muliadimau@gmail.com, ⁴binjumila@gmail.com,

⁵wahyuddin23e@student.unhas.ac.id

Abstract

Radio still plays an important role in today's media ecosystem due to its ability to provide audio content that can be enjoyed easily in various environments. However, to remain relevant, radio must be able to adapt to an increasingly complex and connected media environment known as media convergence. Radio Prambors Makassar must not only survive, but also innovate and take opportunities from media convergence to increase its existence as one of Makassar's favorite radio stations. This research uses a descriptive qualitative method focusing on describing and understanding the phenomenon by digging data from various sources, such as in-depth interviews, observation, and documentation. This approach is very suitable for exploring subjective experiences, perspectives, and dynamics that occur in the daily interactions of Radio Makassar, and dynamics that occur in Radio Prambors Makassar's daily interactions with audiences and other media. The results of this study found that Radio Prambors as a conventional media maintains its existence by making interesting programs, evaluating programs and creating a timeline and consistently running the timeline. In addition, Radio Prambors also implements media convergence in this way. Prambors Radio still has a place in the community as for the convergence model models applied such as; Podcasts, streaming radio, Live Instagram and visual dissemination of broadcasts through other platforms or other social media platforms.

Keywords: Radio Prambors, Existence, Convergence Media.

Abstrak

Radio masih memainkan peran penting dalam ekosistem media saat ini karena kemampuan untuk menyediakan konten audio yang dapat dinikmati dengan mudah di berbagai lingkungan. Namun, untuk tetap relevan, radio harus mampu beradaptasi dengan lingkungan media yang semakin kompleks dan terhubung yang saat ini dikenal dengan konvergensi media. Radio Prambors Makassar tidak hanya harus bertahan, tetapi juga berinovasi dan mengambil peluang dari konvergensi media untuk meningkatkan eksistensinya sebagai salah satu radio favorit di Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif fokus pada penggambaran dan pemahaman terhadap fenomena dengan cara menggali data dari berbagai sumber, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini sangat sesuai untuk menggali pengalaman subjektif, perspektif, dan dinamika yang terjadi dalam interaksi sehari-hari Radio Prambors Makassar dengan audiens dan media lain. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Radio Prambors sebagai media konvensional mempertahankan eksistensinya dengan cara membuat program yang menarik, mengevaluasi program dan membuat timeline serta konsisten

Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam

Volume 07, issue 01, bulan Agustus tahun 2024

Permanent link for this document (DOI): [10.33367/kpi.v7i1.5919](https://doi.org/10.33367/kpi.v7i1.5919)



© 2023. The author(s). Kopis is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)

menjalankan timeline .Selain itu Radio Prambors juga menerapkan konvergensi media dengan cara itu Radio Prambors tetap mempunyai tempat di masyarakat adapun model konvergensi yang diterapkan seperti; *Podcast, radio streaming, Live* instagram dan penyebaran visual siaran melalui *platform* atau media sosial lainnya.

Kata Kunci: Radio Prambors, Eksistensi, Media Konvergensi.

Pendahuluan

Perkembangan media komunikasi kontemporer telah memungkinkan orang berkomunikasi satu sama lain di seluruh dunia. Ada berbagai jenis media massa yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, dan media penyiaran radio adalah salah satu jenis media massa yang dapat mencapai jumlah pendengar yang besar dengan cepat (Fachruddin, 2019). Prinsip relevansi dan objektivitas berlaku secara umum, jika kedua prinsip tersebut diabaikan maka dengan sendirinya media tertentu akan ditinggalkan oleh khalayaknya (Iriantara, 2019). Dalam dunia yang terus berkembang dan penuh dengan informasi, menjaga relevansi berarti selalu menyajikan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pendengar. Objektivitas, di sisi lain, menjadi fondasi integritas jurnalistik. pesaing di pasar media baru juga memerlukan strategi pemasaran yang baik dan inovatif (Li et al., 2021).

Radio masih memainkan peran penting dalam ekosistem media saat ini karena kemampuan untuk menyediakan konten audio yang dapat dinikmati dengan mudah di berbagai lingkungan. Namun, untuk tetap relevan, radio harus mampu beradaptasi dengan lingkungan media yang semakin kompleks dan terhubung. Sebagai sebuah media, radio memiliki lebih banyak saluran, sehingga memiliki akses yang lebih banyak dan beragam. Ciri-ciri utama radio, memiliki daya tarik suara, penggunaannya mudah dan dapat dibawa kemana-mana, kontennya beragam, potensial untuk partisipasi dua arah, penggunaannya yang akrab dan personal (McQuail, 2011). Dunia penyiaran radio telah mengalami transformasi besar sebagai akibat dari konvergensi media, yang menggabungkan berbagai jenis media dan teknologi untuk memberikan pengalaman pendengar yang lebih dinamis dan interaktif. Di era digital saat ini, radio telah berkembang menjadi platform multimedia yang memanfaatkan internet, aplikasi telepon, dan media sosial. Untuk mempertahankan dan memperluas khalayak, radio mengalami transformasi teknis dan struktural yang signifikan bersamaan dengan digitalisasi. Proses ini dikenal sebagai konvergensi media (Turner, 2023). Menurut Henry Jenkins dalam "Where Old Media and New Media Collide", konvergensi media adalah proses yang terjadi seiring dengan perkembangan budaya dalam masyarakat yang dipengaruhi oleh teknologi media, selain perubahan dalam paradigma industri, budaya, dan sosial yang mendorong konsumen untuk mencari informasi baru (Moestopo & Aini Shofiya Asy, 2018).

Salah satu media radio yang sejak dahulu sudah ada dan masih eksis sampai sekarang adalah media Prambors. Pada mula media ini didirikan oleh sekelompok anak muda diantaranya Prambors Imran Amir, Mursid Rustam, Malik Sjafei dan Bambang Wahyudi, serta Tri Tunggal. Awal berdirinya Prambors hanya dapat didengarkan di sebuah daerah di Jakarta dan sekitarnya. Para pendiri Prambors kebetulan berasal dari pusat Jakarta yang lokasi yang saling berdekatan yaitu Jalan Mendut, Jalan Borobudur, Jalan Prambanan dan Sekitarnya. Dalam perkembangannya media Prambors mendirikan sebuah pemancar radio dengan merakit transmitter sederhana dan segala macam alat pendukungnya di rumah salah satu anggotanya Bambang Wahyudi. Pada waktu itu mereka memutar lagu dari piringan hitam menggunakan turn table. Radio menghadapi tantangan besar karena konvergensi media, tetapi juga membuka peluang baru. Dengan dapat menyajikan konten secara langsung di udara dan melalui platform

digital seperti podcast dan streaming online, radio dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Selain itu, kolaborasi dengan media sosial memungkinkan stasiun radio untuk berinteraksi secara langsung dengan pendengarnya, yang meningkatkan hubungan emosional dan interaktif antara stasiun radio dan komunitas pendengarnya (Lathifah & Ismandianto, 2021). Radio dapat membentuk ingatan pendengar dengan mendorong mereka untuk "melihat" apa yang mereka dengarkan (Bolls 2002) dalam (Russo et al., 2020). Memungkinkan pendengar untuk mengalami "persepsi visual" saat mendengarkan iklan menunjukkan kemungkinan melibatkan mereka dalam paparan visual produk.

Radio Prambors Makassar, sebagai bagian dari jaringan Prambors yang terkenal di Indonesia, telah memainkan peran penting dalam industri radio di Makassar dan sekitarnya. Dikenal dengan gaya musik yang trendi dan program-program yang menghibur, Radio Prambors Makassar telah menjadi salah satu pilihan utama pendengar dalam mendapatkan informasi terkini dan hiburan musik terbaru. Namun, dengan berkembangnya teknologi digital dan konvergensi media, landscape media saat ini mengalami perubahan signifikan. Internet dan platform digital telah mengubah cara orang mengonsumsi konten, termasuk musik dan program siaran. Radio Prambors Makassar, seperti halnya radio-radi lainnya, harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini untuk tetap relevan dan mempertahankan audiensnya.

Sejumlah penelitian relevan mengenai eksistensi radio ditengah konvergensi media telah banyak dilakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Haniel Setiawan dan Rini Darmastuti pada tahun 2021 dengan judul Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal) terdapat 3 poin penting hasil yang diperoleh dari tulisan yang dijelaskan pada artikel ini. Yang pertama, dalam menghadapi era digital, radio Suara Salatiga melakukan konvergensi media melalui siaran streaming serta dengan menggunakan media sosial seperti Facebook, Website dan Instagram. Kedua, Loyalitas dengan pendengar dilakukan melalui jumpa pendengar, menyapa pendengar setia, serta memberikan perhatian kepada komunitas pendengar. Ketiga, strategi komunikasi dilakukan dengan perencanaan yang dimulai dengan riset sampai dengan evaluasi (Setiawan & Darmastuti, 2021).

Selanjutnya pada tahun 2022 penelitian yang dilakukan oleh Putut Widjanarko dan Lita Hariyani tentang Media *Convergence-Deconvergence-Coexistence Triad in Indonesia: The Case of Liputan6.com*. Studi tersebut menemukan tiga fase perkembangan Liputan6.com sejak awal berdirinya pada tahun 2000. Setiap periode memiliki dinamika yang berbeda dari ketiga elemen dalam kerangka triad. Artikel ini menganalisis evolusi media berita online seperti Liputan6.com dengan menggunakan perspektif konvergensi-dekonvergensi-koeksistensi (Widjanarko & Hariyani, 2022). Penelitian lainnya tentang Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital dan Covid-19 oleh Khasna' Lathifah dan Ismandianto pada tahun 2021. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Khalayak menggunakan media sosial untuk mencari informasi atau hiburan, sehingga tidak ada segmentasi pendengar atau pemirsa yang signifikan. RRI Pekanbaru berusaha untuk tetap hidup di era digital dengan mengikuti perkembangan teknologi, terutama selama pandemi COVID-19. Konvergensi ini membuat mereka semakin interaktif dan dapat merespons langsung pesan yang disampaikan (Lathifah & Ismandianto, 2021). Penelitian selanjutnya Dynamics of media convergence in translingual expert interviews d An example from isiXhosa radio in South Africa oleh Irina Turner, menemukan bahwa radio masih merupakan sarana informasi dan hiburan utama bagi orang-orang translingual di Afrika Selatan. Dalam upaya untuk mempertahankan dan memperluas khalayak, media mengalami transformasi teknis dan struktural yang signifikan sebagai akibat dari

digitalisasi. Proses ini dikenal sebagai konvergensi media. Transformasi ini sangat memengaruhi bagaimana pembicaraan interaktif dan transfer pengetahuan dapat dilaksanakan secara praktis. Studi ini didasarkan pada analisis wacana multimodal empiris yang dilakukan berdasarkan video Facebook dari stasiun radio isi Xhosa Umhlobo Wenene (Turner, 2023b).

Penelitian ini mengeksplorasi strategi khusus yang digunakan Radio Prambors Makassar dalam memanfaatkan platform digital seperti aplikasi streaming, media sosial, dan integrasi dengan konten-konten viral atau tren yang relevan di Makassar. Fokus ini menjadi perbedaan dari penelitian sebelumnya yang lebih umum dalam membahas konvergensi media tanpa melihat strategi spesifik di level lokal. Meskipun penelitian Setiawan dan Darmastuti (2021) juga membahas pendekatan budaya lokal, fokus mereka adalah pada Radio Suara Salatiga. Sedangkan Radio Prambors Makassar beradaptasi dengan kultur dan kebutuhan pasar lokal Makassar, yang memiliki dinamika yang berbeda dibandingkan dengan Salatiga atau daerah lainnya di Indonesia. Penelitian ini secara spesifik mengkaji Radio Prambors 105.1 FM Makassar, yang belum dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Hal ini memberikan kontribusi unik dalam memahami bagaimana sebuah stasiun radio besar dengan brand nasional menyesuaikan strategi konvergensinya di pasar lokal Makassar. Kesenjangan ini menjadi usaha sekaligus kesempatan bagi peneliti untuk berkontribusi melakukan penelitian mengenai **"Radio Prambors 105.1 FM Makassar: Eksistensi Media Radio di Era Konvergensi"**

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif fokus pada penggambaran dan pemahaman terhadap fenomena dengan cara menggali data dari berbagai sumber, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini sangat sesuai untuk menggali pengalaman subjektif, perspektif, dan dinamika yang terjadi dalam interaksi sehari-hari Radio Prambors Makassar dengan audiens dan media lain.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yakni wawancara mendalam: Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan manajemen, staf, dan penyiar Radio Prambors Makassar. Wawancara ini dirancang untuk mengungkap pandangan, strategi, dan pengalaman mereka dalam menghadapi konvergensi media. Peneliti juga melakukan observasi partisipatif yaitu melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mengetahui mengenai eksistensi Radio Prambors Makassar. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika internal dan hubungan radio dengan pendengarnya. Selanjutnya dokumentasi, data sekunder berupa arsip siaran, materi promosi, dan dokumentasi digital dari media sosial Radio Prambors Makassar dianalisis untuk mengidentifikasi strategi dan kebijakan yang diterapkan dalam menjaga eksistensi di era konvergensi. Kegiatan dalam proses analisis data meliputi pengurangan atau reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Pada tanggal 18 maret 1971, seorang remaja berusia 18 tahun bernama Malik Sjafei Saleh bersama teman-temannya, Imran Amir, Mursid Rustam, Bambang Wahyudi, Tritunggal, dan beberapa lainnya yang tinggal di satu rt di kawasan Menteng, Jakarta Pusat, mengambil langkah berani yang mengubah sejarah penyiaran di Indonesia. mereka, dengan semangat dan kreativitas tanpa batas, mendirikan prambors. berawal dari keseruan “main” radio di masa remaja, mereka berhasil menciptakan sebuah stasiun radio yang hingga kini dikenal luas dan dicintai banyak orang (Prambors, 2021). Prambors merupakan salah satu radio jaringan terbesar di Indonesia yang juga telah berdiri di Makassar sejak tahun 2002. Prambors Makassar kini menjelma menjadi salah satu radio yang paling digemari oleh kalangan anak muda makassar utamanya anak-anak sekolah dan mahasiswa. Selain dikota Makassar, Prambors FM juga sudah menjangkau sebagian

besar kabupaten/kota di Sulsel (Maros, Pangkep, Gowa, Takalar, dan Bulukumba). Segmen utama Prambors adalah anak-anak sekolah dan mahasiswa. Adapun format acara yang disajikan adalah hiburan dengan format lagu Contemporary Hits Radio dengan format TOP 40. Selain *on air activity*, Prambors Makassar juga aktif di beberapa program *activity off air*, seperti *Skultivity*, Kumpul Kamu, “Enak-enak” Prambors, dan Nonton bareng Prambors. Prambors Makassar sendiri bertempat di JL. DR. Sam Ratulangi no. 35, Mal Ratu Indah Makassar dilantai 4 no. Telpn yang bisa dihubungi: 0411 834556.

Dari hasil *survey Nielsen audio music today*, Prambors menduduki peringkat pertama untuk pendengar radio kalangan anak muda. Dari survey yang dilakukan pada awal bulan Januari 2011, pendengar adalah kurang lebih 500 -750 orang yang terbagi dalam kelompok pendengar umur 13 – 15 tahun (SMP), 15 – 25 tahun (SMA/Mahasiswa(i)), dan 25 – 35 tahun (*Young Adult*). Sedangkan ditahun 2023, rata-rata perbulan pendengar Prambors Makassar berdasarkan survey Nielsen mencapai 40.000 pendengar. Selain dinilai dari *survey Nielsen*, sejak berada pada era digitalisasi, Radio Prambors tentu saja juga memiliki Sosial media yang terhitung sangat aktif, seperti *Web Streaming* yang pendengarnya mencapai 20-30 ribu pendengar, juga posting konten di *feed, story* dan *reels* Instagram (Insight, 2023).

Tantangan Prambors Makassar di Era Media Konvergensi

Adapun tantangan yang dihadapi oleh Prambors Makassar berasal dari ancaman yang diperkirakan akan ditemui berasal dari beberapa hal yaitu, Peningkatan program, peningkatan sumber daya manusia (SDM), dan peningkatan sarana dan prasarana. Sejak masuknya dunia informasi dalam digitalisasi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dibendung. Hadirnya segala bentuk *platform* menjadikan alat-alat informasi terus berkembang mengikuti trend zaman, begitupun dengan radio. Radio merupakan sumber informasi gelombang frekuensi yang telah ada sejak dulu. Keterbatasannya yang hanya dapat memberikan informasi melalui audio akan menjadikannya ketinggalan jika tidak dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Hal inilah yang menjadikan teknologi informasi seperti radio berada pada era konvergensi media. Dalam bidang industri media dan teknologi digital, konvergensi merujuk pada komunikasi multimedia (Gushevinalti et al., 2020). Secara umum, multimedia (media campuran) adalah medium yang menggabungkan dua atau lebih jenis komunikasi. Dampak dari konvergensi multimedia terhadap radio adalah adanya bentuk informasi tambahan, yang awalnya hanya menggunakan audio, kini harus menggunakan digitalisasi dengan menyertakan konten visual juga. Radio Prambors Makassar juga berusaha untuk tetap eksis di tengah persaingan konvergensi media.

Selain itu, Dischidia Drajat salah satu penyiar Prambors juga menyatakan tidak mudah untuk terus mempertahankan jumlah pendengar radio dan penonton konten Prambors melalui media sosial, sehingga tim Radio Prambors perlu melakukan evaluasi mingguan dan bulanan untuk membahas hal-hal yang perlu untuk dibenahi dari program yang sedang dijalankan terutama pada metode atau cara penyiar dalam menyampaikan programnya. Hal ini disampaikan secara langsung, bahwa:

“Pendengar kurang karena kualitas program yang menurun. Maka yang harus dievaluasi adalah penyiar”

Sebagai media radio yang menerapkan model konvergensi media, tim Radio Prambors tidak dapat memungkiri bahwa adanya persaingan antara media radio yang lainnya, terutama media radio yang ada di Makassar. Namun, hal tersebut tidak menjadi masalah yang besar selama tim media selalu konsisten terhadap segmentasi, timeline dan setiap program yang

dijalankan baik harian maupun mingguan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Dischidia Drajat bahwa:

“Persaingan itu sudah ada sejak dulu. Hal ini selalu dilakukan secara sehat dengan meningkatkan kualitas program radio. Mengevaluasi program yang dijalankan berdasarkan perbedaan radio Prambors dengan radio yang lain. Karena setiap radio sudah punya segmen masing-masing, jadi hal yang bisa kita lakukan adalah mengatur apa yang kita punya ini sesuai dengan waktu-waktu dan keinginan pendengar seperti apa. Jadi kita harus tau, hal apa yang menjadi perhatian lebih orang-orang untuk dijadikan sebagai konten atau bahan pembicaraan”.

Peningkatan-peningkatan yang dicapai oleh Radio Prambors merupakan hasil dari konsistensi tim terhadap *timeline* dalam menjalankan programnya. Tim selalu berupaya mengemas informasi menjadi lebih menarik sebelum disampaikan kepada pendengar dan penonton baik melalui saluran radio maupun dalam bentuk visual di Instagram, YouTube atau media sosial lainnya. Hal inilah yang membawa Radio Prambors tetap eksis di tengah persaingan radio di era konvergensi media. Seperti yang disampaikan oleh Andi Dimas, bahwa:

“Pendengar di Program yang diminati atau digemari anak muda karena segmentasi Prambors ada pada anak muda. Mengambil angel lain dari topik hangat yang sedang diperbincangkan agar lebih menarik untuk anak muda atau pendengar lain. *On air: Tv show* dan *night to meet night*: program ini dibuat bagaimana berjalan tidak hanya dalam format radio dan informasi. Maka program dibuat dalam fitu segmen, segmen ini merupakan hal yang dibuat bagaimana kita bisa berinteraksi dengan pendengar. Sehingga, pendengar selalu meningkat. Hal ini juga bisa dilihat tidak lagi berdasarkan pengawas atau penilai radio saja, karena kita punya digitalisasi dan viewrs dari media sosial maka kita secara mandiri juga bisa menilai trend pendengar Prambors media ini selalu meningkat. Biasanya tembus di 40 ribu pendengar. Kalua streaming rata-rata perbulannya sampai 20-30 ribu pendengar”.

Tim Radio Prambors juga memiliki aktivitas rutin dilakukan, yaitu adanya evaluasi mingguan dan harian. Dalam lingkungan kerja kontemporer, evaluasi kinerja merupakan proses yang tidak dapat dihindari. Proses ini berfungsi untuk mengevaluasi seberapa baik pencapaian karyawan sesuai dengan harapan perusahaan (Manurung M, 2024). Dalam konteks radio prambors dengan pendengar salah satu tujuan evaluasi adalah untuk mengetahui seberapa tertariknya pendengar program yang dijalankan dan mencari solusi untuk meningkatkan jumlah pendengar. Seperti diketahui, tim Radio Prambors Makassar selalu berupaya mengemas berita yang dibawakan agar lebih menarik didengarkan oleh pendengar setia Radio Prambors tanpa meninggalkan nilai-nilai kejujuran dan etika penyampaian program.

Cara Radio Prambors Menghadapi Tantangan ditengah Konvergensi Media

Adapun program yang dihadirkan oleh Prambors makassar adalah sebagai berikut:

Menjalankan Program Siaran Menarik

Radio Prambors 105.1 FM Makassar menghadapi tantangan di tengah konvergensi media dengan strategi utama, yaitu menjalankan program siaran yang menarik. Teknologi media telah berkembang secara dramatis, Dalam era digital yang semakin berkembang, di mana berbagai platform media bersaing untuk menarik perhatian audiens (Rich et al., 2015). Radio Prambors menyadari pentingnya menjaga keterlibatan pendengar dengan konten yang segar, relevan, dan inovatif. Industri radio memiliki aturan dan struktur di mana radio tersebut beroperasi dan keputusan pemrograman yang dibuat oleh individu dipengaruhi oleh struktur yang lebih luas di wilayah mereka beroperasi (Negus & Pickering, 2004)(Criticos, 2024).

Program-program yang disajikan oleh Radio Prambors dirancang untuk menarik minat audiens muda yang menjadi target utamanya diantaranya *on air* Program (*Night2Midnight* dan *DJ SHOW*) dan *Off Air Program* (Kumpul Kamu Goes To Campus, Mendadak Konser, Nonton Bareng Prambors, Bugar Bareng, Enak-Enak Prambors, Sunday Santai *Morning Run*, Mangkal Bareng Prambors Dicakepin Prambors dan Karaoke *Night*).

Menerapkan Konvergensi Media

Kata kunci yang muncul yang menjadi konsekuensi dari digitalisasi adalah konvergensi. Ditengan praktik konglomerasi media konvergensi adalah suatu keniscayaan dan menjadi tuntutan untuk dilakukan banyak media (Ikhwan, 2022). Para akademisi menggunakan istilah "konvergensi" untuk menggambarkan pergeseran teknologi dan ekonomi yang terjadi dalam industri media dan komunikasi (Herkman, 2012), khususnya integrasi berbagai teknologi dan media. Konvergensi media lebih dari sekadar pergeseran teknologi: ia menggambarkan dunia di mana setiap cerita, gambar, suara, konten radio sesuai permintaan merek dan hubungan itu sendiri muncul di berbagai platform media (Jenkins dan Deuz dalam Laor, 2022). Adapun model konvergensi yang diterapkan oleh Prambors Makassar antara lain: Podcast, era kebangkitan podcast di Indonesia telah meningkat sejak 2018 (Gogali & Tsabit, 2020). Para pendengar tidak hanya menikmati konten yang informatif, tetapi juga merasakan kedekatan dengan narasumber dan suasana yang santai, membuat pengalaman mendengarkan menjadi lebih berharga dan menghibur. Prambors menggunakan Radio Streaming serta melakukan live instagram dan penyebaran visual siaran melalui platform atau media Sosial Lainnya. Siaran langsung media sosial adalah siaran video waktu nyata di platform media sosial (Wongkitrungrueng, Assarut et al., 2020) dalam (Bawack et al., 2023). Live Instagram telah menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan minat pendengar terhadap konten radio. Dengan memanfaatkan platform ini, radio dapat secara langsung berinteraksi dengan audiensnya. Media sosial telah menjadi saluran yang ampuh bagi organisasi tertentu untuk berkomunikasi secara efektif dengan para audiens mereka dan membina hubungan yang bermakna (Men & Tsai, 2015; Wang & Yang, 2020) dalam (Qian et al., 2024).

Radio mengalami banyak perubahan seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi. Perubahan ini mencakup teknologi yang digunakan, konten yang disiarkan, dan cara radio berinteraksi dengan pendengarnya. Kita telah menyaksikan bagaimana radio telah menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi dan perubahan dalam konsumsi media masyarakat dalam beberapa dekade terakhir (Gymnastiar et al., 2024). Upaya yang dilakukan oleh radio Prambors dalam mempertahankan eksistensinya yang paling terlihat adalah dengan aktif dalam sosial media. Mengutip dari McGraw Hill Dictionary, media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (Ikhwan, 2022). Seperti yang disampaikan oleh Dischidia Drajat pada kesempatan wawancara oleh peneliti mengenai pengelolaan sosial media Radio Prambors, bahwa:

“Media sosial radio dikelola oleh program *by director*. Tim yang bertugas selalu melihat kalangan muda, yakni hal-hal apa saja yang disenangi, tertarik dengan apa. Sehingga, hal-hal yang di poting dalam media sosial adalah hal yang relate dengan masalah-masalah yang dirasakan oleh kalangan muda. Terkait dengan pengelolaan media, disesuaikan dengan program yang dijalankan setiap harinya, artinya postingan setiap harinya tergantung dengan program yang sedang terlaksana pada hari itu juga. Jadi, audionya

ada di radio dan visualnya ada di sosial media. Jadi, persoalan sosial media ini penuh dengan sinergi, saya yang membuat konten kemudian prosedur dan tim yang bagian design membuat konten lebih menarik untuk kemudian diposting di sosial media”⁶.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa untuk menjaga eksistensi Radio Prambors, tim radio selalu fokus kepada target *viewrs* radio yaitu kawula muda. Dari wawancara ini menunjukkan bahwa program-program yang dijalankan oleh Radio Prambors adalah program yang berkaitan dengan kawula muda, seperti Prambors enak-enak yang konsepnya adalah mentraktir kawula muda pada saat bulan puasa, tim menarik perhatian pendengar setia dengan adanya traktir makanan untuk buka puasa. Contoh lainnya juga adalah pada saat tidak terjadi PPKM, tim mengajak kawula muda untuk bertemu langsung, ngobrol dan makan bareng.

Program lain yang meningkatkan ketertarikan pendengar Radio Prambors dengan di era digitalisasi media adalah program *on air* mendadak konser, program ini dijalankan dengan metode *giveaway*. Informasi *giveaway* yang diposting ke sosial media Prambors membuatnya dapat dijangkau oleh siapa saja, contohnya adalah dengan adanya *drop* nomor telfon peserta *giveaway* ke *tools* instgram Prambors yang hanya dapat diakses oleh tim pengelola sosial media Radio Prambors. Nomor telfon yang terpilih kemudian akan dihubungi langsung oleh tim radio dan terhubung langsung ke saluran radio. Program ini dijelaskan langsung oleh Andriawan yang juga menyatakan bahwa program mendadak konser dengan metode *giveaway* ini mendapat respon yang baik oleh pendengar Radio Prambors.

“Program lainnya juga adalah *giveaway*. Seperti bagi-bagi tiket konser bagi kawula muda yang pantengin dan setia mendengarkan radio Prambors. Respon Sangat senang. Hal ini dilihat dari antusias kawula muda khususnya pada program *giveaway*. Pendengar setia semangat untuk mengajak temannya yang lain untuk ikut mendengarkan dan ikuti *giveaway*nya atau program enak-enak yang traktir kawula muda”⁷.

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa Prambors radio sangat menggunakan perkembangan teknologi informasi khususnya adalah media sosial untuk menerapkan model konvergensi media radio. Hal yang sama juga disampaikan oleh Andriawan, bahwa eksistensi Radio Prambors Makassar semakin meningkat semenjak diterapkan model konvergensi media seperti adanya podcast, visual melalui konten Youtube dan streaming melalui web resmi Radio Prambors Makassar. Sebagaimana yang disampaikan secara langsung bahwa:

“Semakin meningkat, karena habit orang dulu dan yang sekarang sangat berbeda. Meskipun orang umunya lebih memilih mendengarkan music melalui internet seperti Youtube, Prambors media memilih damai dengan keadaan tersebut karena Prambors media tidak hanya bisa didengarkan melalui frekuensi gelombang radio. Tapi juga bisa streaming di web resmi Prambors. Poin lainnya adalah, media sosial ini menjadi pancingan agar pendengar tetap mendengarkan langsung di radio, karena salah satu syarat yang disampaikan dalam medsos untuk menang give away ini bisa didapatkan melalui radio saja”⁸.

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah aset berharga bagi setiap perusahaan, termasuk stasiun radio. Dalam industri penyiaran, keberhasilan suatu program sangat bergantung pada kualitas SDM, terutama para penyiar. Sikap dan etos kerja yang ditunjukkan oleh penyiar radio memainkan peran penting dalam membangun kredibilitas dan hubungan baik dengan pendengar. Seorang penyiar radio harus memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaannya. Mereka perlu memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan akurat dan disajikan dengan cara yang menarik. Kemauan untuk terus belajar dan menjadi lebih baik, Kemandirian adalah kualitas lain yang wajib dimiliki, kepatuhan terhadap aturan dan standar penyiaran juga esensial untuk menjaga profesionalisme dan integritas, serta kemampuan *human relation*, atau hubungan antar manusia, adalah aspek kritical bagi penyiar radio. Membangun hubungan yang baik dengan tim kerja, narasumber, dan pendengar membutuhkan keterampilan

komunikasi yang kuat dan empati (Mangara, 2010). Dengan mengedepankan sikap-sikap ini, penyiar radio dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesuksesan dan reputasi stasiun radio.

Secara umum, pendengar atau pemirsa masa kini lebih suka menggunakan rangkaian video, rekaman, dan hiperteks yang memberikan banyak alternatif, dibandingkan dengan rangkaian informasi yang monolitik, pasif, dan dalam banyak kasus bias (Norman, 2002) dalam (Aleksiý et al., 2018). Perkembangan eksistensi dari sisi lain seperti dikenalnya tim penyiar oleh masyarakat disampaikan juga oleh narasumber. Seperti yang diketahui bahwa radio merupakan alat informasi yang hanya didengarkan saja tanpa melihat bentuk dari asal suara tersebut. Namun, menurut tim radio Prambors hal tersebut hanya berlaku dulu saja, yaitu sebelum adanya konvergensi media. Setelah berdamai dengan keadaan dan menggunakan konvergensi media sebagai sarana yang tepat untuk meningkatkan eksistensi radio, penyiar sudah dapat dikenali oleh pendengar. Karena meskipun di saluran radio akan tetap hanya suara yang didengarkan, namun media sosial hadir sebagai platform visual bagi program-program yang dibawa oleh penyiar. Seperti yang hasil wawancara Dischidia Drajat, yang menyatakan bahwa:

“Sebagai radio anak muda, Prambors selalu berfikir bahwa platform yang terbaru muncul ini dijadikan sebagai bahan kolaborasi atau bahan acuan untuk menghadirkan sesuatu yang lebih bagus dan lebih menarik lagi. Karena, radio adalah media yang akan selalu ada jadi hal yang harus diupayakan adalah bagaimana radio bisa berkolaborasi dengan media media yang baru. Misalnya podcast, ytb dan adanya radio di sosial media. Dengan adanya Prambors dalam bentuk konten disosial media, paling tidak pendengar bisa mengenal penyiar di sosial media seperti apa, bisa apa dan apa berbedaannya dengan di radio. Dengan begitu pendengar bisa lebih tertarik untuk mendengarkan penyiar dari radio juga”⁹.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa Radio Prambors menjadikan media sosial sebagai jalan pendengar dapat mengenali penyiar lebih dari mengenali suara saja. Keberlangsungan program radio memang sangat dipengaruhi oleh cara penyiar dalam membawakan program, oleh karenanya seorang penyiar harus selalu melakukan evaluasi diri mengenai pembawannya. Selain mendengar komentar penyiar, pendengar juga dapat mengoreksi dan memberi saran kepada penyiar itu sendiri. Apabila siaran radio tidak sesuai dengan yang pendengar inginkan mereka dengan mudah mengganti *channel* siaran apabila radio mereka. Agar hal tersebut tidak terjadi penyiar harus tetap profesional dan memperhatikan kualitas dirinya.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh tim Radio Prambors dalam menjalankan programnya merupakan bentuk-bentuk konvergensi media. Radio Prambors, menjadi salah satu radio di Indonesia yang menggunakan konvergensi media untuk mendigitalisasi dan memperhatikan segmentasi dan kemajuan teknologi. Radio Prambors telah menerapkan inovasi ini dalam layanan mereka dengan menggunakan radio *streaming* pada website (pramborsmakassar.com), podcast dan berbagai platform media sosial terutama *live* instagram di @wadyabalamakassar untuk memperluas jangkauan siaran *streaming*. Radio Prambors juga aktif di media sosial TikTok @wadyabalamakassar serta Youtube dengan nama akun Prambors Makassar. Lebih dari itu, selain mendengarkan suara penyiar melalui saluran radio, berinteraksi via telfon yang terhubung langsung ke radio, dan postingan visual ke sosial media, tim radio juga tidak jarang melakukan konsep siaran yang membuat tim bertemu langsung dengan pendengar. Salah satunya adalah adanya program *Off Air* yang cukup digemari oleh kawula muda, program tersebut dinamakan dengan program enak-enak yang mentraktir kawula muda, mengundang kawula muda ke lokasi siaran, atau mengajak kawulan muda nongkrong untuk dapat

membahas apa saja hal-hal yang sedang hangat dan menarik untuk kawula muda. Hal ini disampaikan oleh Andi Dimas bahwa:

“Trend dan respon positif. Karena Prambors itu sebisa mungkin menghadirkan segmen dimana penyiar dan pendengar bisa saling berinteraksi baik secara langsung dengan program traktir Kawula muda atau via telfon yang terhubung ke radio. Jadi dari sinilah Prambors bisa mengukur antusias pendengar. Baik dilihat dari berapa pendengar, berapa yang ikut *giveaway*. Dari situlah yang menjadi best on data yang menjadi acuan penilaian seberapa tertariknya pendengar terhadap segmen tersebut”.

Eksistensi Radio Prambors Makassar di Tengah Konvergensi Media

Adapun faktor pendukung yang dimiliki oleh Radio Prambors dalam mempertahankan eksistensinya di tengah konvergensi media adalah sebagai berikut.

- a. Kemampuan untuk bekerja sama dengan sponsor
- b. Jalinan Komunikasi yang baik dengan setiap kalangan
- c. Perkembangan teknologi informasi yang memudahkan tim Prambors radio dalam merumuskan topik pembicaraan hangat di program yang berjalan
- d. Adanya sumber daya manusia yang berkualitas yang bekerja di Radio Prambors

Hasil penelitian ini menunjukkan dampak penerapan konvergensi media pada Radio Prambors Makassar sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Fiddler bahwa konvergensi media didukung oleh berbagai faktor seperti kekuatan ekonomi (Sudarsono & Olivia, 2021), terdapat peluang dan dorongan ekonomi. Adanya kebutuhan masyarakat atau pihak perusahaan yang memerlukan media iklan menjadi peluang bagi eksistensi yang dimiliki Radio Prambors memperoleh keuntungan dan berdampak pada peningkatan pendapatan ekonomi lembaga penyiaran Radio Prambors Makassar. Hasil penelitian ini berbeda dengan upaya yang dilakukan oleh Radio FM Surabaya oleh Rahayu & Amalia (2021), penelitian tersebut tidak menganalisis dampak konvergensi media yang dilakukan oleh lembaga radio terhadap taraf ekonomi lembaga dengan adanya kebutuhan masyarakat terhadap iklan dan sponsor, sehingga peneliti hanya fokus kepada upaya mempertahankan jumlah pendengar radio ditengah semakin meningkatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Peluang tersebut selalu diupayakan dapat terlaksana dengan baik. Memberikan pelayanan yang paripurna terhadap pelanggan jasa iklan membuat pelanggan merasa puas dan memiliki pandangan yang baik pula terhadap radio Prambors. Hal ini perlu didukung oleh Sumber Daya Manusia atau tim yang bekerja. peluang kesuksesan bagi Radio Prambors dapat terus dimiliki. Seperti yang dikatakan oleh Andi Dimas, bahwa:

“Peluang tersebut harus dikelola dengan baik. Konsisten. Berfikir untuk inovasi baru dari adanya kegagalan program sebelumnya. Ada banyak peluang sih sebenarnya, ini tergantung kita bisa menjaga konsistensi, menjaga program untuk terus berjalan dan dipertahankan agar tidak digantikan dan tidak di takedown”¹⁴.

Andi Dimas juga menyebutkan bahwa peluang dalam menjalankan media radio di tengah konvergensi media selalu hadir dari hal yang besar maupun sederhana. Digitalisasi menjadikan radio berada pada gemburan konvergensi media, contohnya adalah adanya radio didalam mobil, telfon dalam genggamannya dimana saja. Dengan demikian, hal tersebut merupakan peluang yang dapat digunakan oleh Prambors Makassar untuk membuat pendengar dapat mengikuti program-program *on air*-nya melalui radio yang ada pada masing-masing mobil masyarakat atau mengikuti program yang disajikan melalui sosial media yang bisa disaksikan langsung oleh masyarakat melalui *Live Instagram* dengan *Smartphone*-nya. Penggunaan Instagram sebagai alat promosi berkorelasi dengan pernyataan McLuhan tentang pemikirannya tentang media. Media adalah pesan yang dapat mempengaruhi masyarakat, menurut McLuhan (Filus Fredik & Indra Dewi, 2018) dalam Littlejohn (2009:645).

Peluang lain juga disampaikan oleh Andi Dimas melalui wawancara langsung, ia menyatakan bahwa:

“Peluang juga dimiliki Prambors dari adanya sumber daya manusia yang memadai, kalau di Pramborskan ada tiga departemen, yaitu Digital, model dan mp (marketing dan promosi). Ketiga departemen ini punya masing-masing senjata dan tools untuk bagaimana meningkatkan brand. Kalau di *on-air* tugasnya adalah meningkatkan kualitas siaran, kalau digital tugasnya adalah membuat suguhan visual yang menarik. Kalau di aktivitty tugasnya adalah bagaimana keterlibatan brand berkolaborasi dengan event-event yang ada”

Secara keseluruhan, dari pemaparan informan menyoroti bagaimana Prambors memanfaatkan berbagai departemen dan strategi untuk memperkuat brand mereka melalui berbagai platform dan aktivitas, dari radio hingga digital dan event

Kesimpulan

Radio Prambors sebagai media konvensional telah berhasil mempertahankan eksistensinya dengan menerapkan strategi yang sejalan dengan prinsip-prinsip teori ekologi media. Dalam konteks ekologi media, media dilihat sebagai ekosistem yang terdiri dari berbagai elemen yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain, seperti teknologi, konten, audiens, dan industri. Radio Prambors telah beradaptasi dengan perubahan lingkungan media melalui integrasi media baru seperti podcast, radio streaming, dan Live Instagram. Dengan memanfaatkan platform media sosial dan teknologi digital lainnya, Prambors tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga memperkaya ekosistem medianya, sehingga mampu mempertahankan relevansi di tengah persaingan media yang semakin ketat.

Selain itu, faktor pendukung seperti pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan kerjasama dengan sponsor yang tepat menjadi bagian penting dari ekosistem tersebut. Dengan memastikan bahwa SDM beroperasi sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya, Radio Prambors menjaga kelangsungan operasionalnya secara efisien. Kerjasama dengan brand yang populer di kalangan target pendengar dan relasi yang baik dengan berbagai komunitas juga memperkuat posisi Radio Prambors dalam ekosistem media yang dinamis, memastikan bahwa mereka tetap menjadi pilihan utama di tengah audiens yang terus berkembang. Melalui pendekatan ini, Radio Prambors menunjukkan bagaimana sebuah media konvensional dapat berkembang dengan menyesuaikan diri dengan perubahan dalam ekosistem media, menjadikannya relevan dan kompetitif dalam era digital yang terus berubah. Teori ekologi media membantu dalam memahami fenomena media baru (Sun & Zhong, 2020), kita dapat melihat bahwa keberhasilan Radio Prambors dalam era konvergensi media tidak hanya bergantung pada konten yang mereka hasilkan, tetapi juga pada bagaimana mereka memanfaatkan dan mengintegrasikan berbagai bentuk media baru ke dalam strategi mereka. Ini menunjukkan bahwa Radio Prambors mampu beradaptasi dengan lingkungan media yang terus berkembang, memastikan mereka tetap relevan dan kompetitif di era digital ini.

Referensi

- Aleksij, N., Informatika, D., Thessaloniki, U. A., Kragujevac, Y., & Ilmu, F. (2018). *Emisi Radio-Televisi Digital untuk Informasi, Pendidikan dan Hiburan*.
- Bawack, R. E., Bonhoure, E., Kamdjoug, J. R. K., & Giannakis, M. (2023). How social media live streams affect online buyers: A uses and gratifications perspective. *International Journal of Information Management*, 70 (January), 102621. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102621>
- Criticos, H. (2024). The Constraining Effect of Internet Radio. *Journal of Radio and Audio Media*, 31(1), 176–187. <https://doi.org/10.1080/19376529.2021.1937629>
- Fachruddin, A. (2019). *Journalism Today*. Prenada Media Group.
- Filus Fredik, T., & Indra Dewi, S. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Jisip*, 7(2), 84. www.publikasi.unitri.ac.id
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio Dalam Program Podcast Di Era Digital Konten (Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm . com). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 64–73.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 083. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Gymnastiar, F. R., Nugroho, E., & Fatimah, A. N. (2024). *Konvergensi Produksi Media pada Proses Produksi Radio Multiplatform (Studi Etnografi Berbasis Teori Determinisme Teknologi pada Radio Republik Indonesia)*. 6(5), 1476–1485.
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer*. Kencana.
- Insight, R. (2023). *Nielsen Releases Audio Today 2023 Report*. <https://radioinsight.com/headlines/253927/nielsen-releases-audio-today-2023-report/>
- Iriantara, Y. (2019). *Manajemen Media Massa*. Universitas Terbuka.
- Laor, T. (2022). Radio on demand: New habits of consuming radio content. *Global Media and Communication*, 18(1), 25–48. <https://doi.org/10.1177/17427665211073868>
- Lathifah, K., & Ismandianto, I. (2021). Konvergensi Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital dan Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(1), 130–142. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v4i1.215>
- Li, X., Gong, X., & Mou, R. (2021). Pioneering the media convergence: lifestyle media production in the digital age in China. *Journal of Media Business Studies*, 18(4), 304–320. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1853467>
- Mangara, A. (2010). *Nothing But The Radio On*. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika.
- Manurung M, A. P. (2024). Pentingnya Evaluasi Penilaian Kinerja. *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(1), 78.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6th ed.). Salema Humanika.
- Moestopo, U., & Aini Shofiya Asy, N. (2018). Petanda : Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora Broadcasting Radio Ponorogo dalam Kajian Konvergensi Media. *Petanda Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1(1), 37–43. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/661>
- Prambors. (2021). *50 Tahun Berdiri, Simak Kisah Berdirinya Prambors!* <https://www.pramborsfm.com/entertainment/50-tahun-berdiri-simak-kisah-berdirinya-prambors/all>
- Qian, S., Lu, Y., Peng, Y., Shen, C. (Cindy), & Xu, H. (2024). Convergence or divergence? A cross-platform analysis of climate change visual content categories, features, and social media engagement on Twitter and Instagram. *Public Relations Review*, 50(2), 102454. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102454>
- Rich, M., Bickham, D. S., & Shrier, L. A. (2015). Measuring Youth Media Exposure: A

- Multimodal Method for Investigating the Influence of Media on Digital Natives. *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1736–1754. <https://doi.org/10.1177/0002764215596558>
- Russo, V., Valesi, R., Gallo, A., Laureanti, R., & Zito, M. (2020). “The theater of the mind”: The effect of radio exposure on TV advertising. *Social Sciences*, 9(7). <https://doi.org/10.3390/SOCSCI9070123>
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i2.14089>
- Sudarsono, A. B., & Olivia, H. (2021). Mediamorfosis Industri Media Televisi: Studi Lembaga Bisnis EMTEK pada Platform Digital vidio.com. *Commentate: Journal of Communication Management*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.37535/103002120211>
- Sun, T., & Zhong, B. (2020). Multitasking as multisensory behavior: Revisiting media multitasking in the perspective of media ecology theory. *Computers in Human Behavior*, 104(May 2019), 106151. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.027>
- Turner, I. (2023). Dynamics of media convergence in translingual expert interviews — An example from isiXhosa radio in South Africa. *Journal of Pragmatics*, 210, 71–84. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2023.03.014>
- Widjanarko, P., & Hariyani, L. (2022). Media Convergence-Deconvergence-Coexistence Triad in Indonesia: The Case of Liputan6.com. *Jurnal ASPIKOM*, 7(2), 29. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v7i2.1134>