

Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi Tentang Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital

Naqil Sayyaf Al Mujahid¹, Muhammad Mitra²

¹²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 17, 2025

Revised December 19, 2025

Accepted December 29, 2024

Available online 25 January, 2025

Kata Kunci:

Transisi Media; Platform

Digital; Penyiaran Radio; Konsumsi Media

Keywords:

Media Transition; Digital Platforms;

Radio Broadcasting; Media Consumption



*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda*

ABSTRAK

Perkembangan pesat platform media digital telah mengubah kebiasaan mendengarkan radio tradisional, terutama di kalangan Milenial dan Gen Z. Pergeseran ini didorong oleh kebutuhan akan pengalaman yang lebih personal, mudah diakses, dan interaktif, selaras dengan gaya hidup digital saat ini. Penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi dan Teori Mediatization untuk menganalisis bagaimana platform digital mengubah konsumsi musik. Dengan pendekatan kualitatif fenomenologis, studi ini mengumpulkan data melalui tinjauan literatur, observasi, dan wawancara mendalam, dianalisis menggunakan metode Miles, Huberman, dan Saldana. Triangulasi diterapkan untuk meningkatkan validitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas, personalisasi, dan fitur interaktif menjadi faktor utama peralihan ke platform digital. Platform seperti Spotify dan YouTube Music memungkinkan pengguna menikmati musik sesuai permintaan dengan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan radio tradisional. Kesimpulannya, radio tradisional perlu beradaptasi dengan teknologi digital agar tetap relevan. Inovasi seperti algoritme personalisasi dan integrasi media sosial dapat membantu mempertahankan audiens. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi bagaimana

penyiaran tradisional dapat berkembang di era digital.

ABSTRACT

The rapid development of digital media platforms has transformed traditional radio listening habits, especially among Millennials and Gen Z. This shift is driven by the demand for a more personalized, accessible, and interactive experience, aligning with today's digital lifestyle. This study applies the Diffusion of Innovations Theory and Mediatization Theory to analyze how digital platforms have reshaped music consumption. Using a qualitative phenomenological approach, data were collected through literature reviews, observations, and in-depth interviews, analyzed with the Miles, Huberman, and Saldana method. Triangulation was applied to enhance data validity. Findings indicate that accessibility, personalization, and interactive features are key factors driving the transition to digital platforms. Services like Spotify and YouTube Music offer on-demand music access with higher engagement compared to traditional radio. In conclusion, traditional radio must integrate digital technology to remain relevant. Innovations such as personalized content algorithms and social media integration can help retain audiences. Future research should explore how traditional broadcasting can evolve in the digital era.

PENDAHULUAN

Meskipun perkembangan platform media digital telah menggerus eksistensi radio secara signifikan sejak akhir dekade 2000-an, radio masih menunjukkan penetrasi yang relatif tinggi, khususnya di kalangan anak muda Indonesia. Berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) oleh Badan Pusat Statistik RI, terjadi penurunan drastis dalam proporsi penduduk yang mendengarkan radio, dari 50,3% pada tahun 2003 menjadi hanya 10,3% pada tahun 2021. Namun, hasil survei GoodStats menunjukkan bahwa sekitar 52% dari responden masih mendengarkan radio dalam satu bulan terakhir, dengan frekuensi mendengarkan paling umum adalah 2-4 hari sekali (14,6%) dan sekali sebulan (12%). Lebih lanjut, sebanyak 10,8% dari responden mendengarkan radio setiap hari, menandakan bahwa radio masih memiliki tempat di kalangan generasi muda meskipun terjadi pergeseran dalam preferensi terhadap perangkat yang digunakan; 48% mendengarkan melalui perangkat digital seperti komputer dan ponsel, sementara 52% masih menggunakan radio analog. Ini menunjukkan sebuah adaptasi dalam cara konsumsi radio, seiring dengan disrupsi digital yang berlangsung (Lubis, 2024).

*Corresponding author

Dalam era digital yang penuh dengan perubahan dan inovasi cepat, media radio menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif. Meskipun banyak yang memprediksi penurunan kepopuleran radio seiring dengan munculnya platform digital seperti streaming musik dan podcast, Dhamayanti (Dhamayanti, 2020) mengeksplorasi bagaimana radio masih dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mempertahankan dan bahkan memperluas audiensnya. Dalam studinya, Dhamayanti menyoroti bagaimana stasiun radio telah beradaptasi dengan mengintegrasikan fitur digital, seperti aplikasi seluler dan media sosial, untuk interaksi yang lebih dinamis dan langsung dengan pendengar. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar melalui konten yang lebih personal dan interaktif tetapi juga memungkinkan radio untuk menawarkan pengalaman mendengarkan yang lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup pendengar yang semakin mobile. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang inovatif dan responsif terhadap tren digital, radio dapat melanjutkan perannya sebagai media hiburan dan informasi yang vital, sambil menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan preferensi pendengar modern.

Dalam studinya, Gushevinalti (Gushevinalti et al., 2020) menyoroti dinamika kompetitif antara radio dan platform media baru dalam konteks konvergensi media, yang dipercepat oleh kemajuan teknologi digital. Transformasi ini telah mengubah karakteristik komunikasi secara fundamental, di mana radio tradisional harus berkompetisi tidak hanya dalam mempertahankan pendengarnya, tetapi juga dalam menarik generasi yang lebih muda yang lebih memilih konten digital yang mudah diakses dan dapat disesuaikan. Radio, yang dulunya merupakan sumber utama untuk musik dan berita, kini berhadapan dengan platform streaming musik, podcast, dan media sosial yang menawarkan konten yang lebih tersegmentasi dan interaktif. Gushevinalti menunjukkan bahwa untuk tetap relevan, stasiun radio harus mengintegrasikan teknologi digital ke dalam operasionalnya, seperti menggunakan algoritme untuk personalisasi konten dan mengadopsi format multimedia yang dapat melibatkan audiens melalui berbagai sensorik. Kemajuan ini tidak hanya membuka peluang baru untuk interaksi yang lebih mendalam dan personal dengan pendengar, tetapi juga menantang radio untuk mengevaluasi kembali model bisnis dan strategi konten mereka dalam lingkungan media yang terus berubah ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam tentang transisi konsumsi media dari radio tradisional ke platform streaming digital seperti Spotify, youtube music, khususnya di kalangan Generasi Milenial dan Zilenial. Review ini akan mengkaji berbagai studi terdahulu, teori relevan, dan penelitian yang membahas perubahan perilaku konsumen media, pengaruh teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, serta dinamika antara media tradisional dan media baru. Melalui eksplorasi literatur ini, penelitian bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong pergeseran ini, termasuk aspek teknologi, sosial, dan ekonomi yang berperan. Selain itu, literatur yang diulas juga akan membantu mengidentifikasi dampak yang ditimbulkan oleh pergeseran ini terhadap industri radio dan strategi adaptasi yang mungkin diterapkan untuk mempertahankan relevansi di era digital. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan komprehensif yang akan mendukung analisis data empiris dan menyediakan dasar teoretis untuk interpretasi hasil penelitian.

Dalam jurnal "Music, Radio and Mediatization" oleh Michelsen dan Krogh (Michelsen & Krogh, 2017), dijelaskan bagaimana radio mengadaptasi peran musik dalam penyiarannya untuk mempertahankan relevansinya di tengah pergeseran media yang besar. Penelitian ini menggambarkan bagaimana teknologi dan mediatization membentuk interaksi sosial dan praktik media, menekankan pentingnya adaptasi strategis radio dalam mempertahankan daya tariknya. Membandingkan dengan "Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi tentang Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital ", kedua karya ini mengakui pergeseran dalam konsumsi media oleh generasi muda dan menyoroti kebutuhan radio tradisional untuk berinovasi. Sedangkan Spotify berhasil menarik generasi muda dengan fitur personalisasi dan ketersediaan konten on-demand, penelitian Michelsen dan Krogh menunjukkan bahwa radio masih bisa relevan dengan beradaptasi secara strategis dengan perubahan kebutuhan dan teknologi, yang merupakan wawasan penting bagi radio untuk tetap kompetitif di era digital.

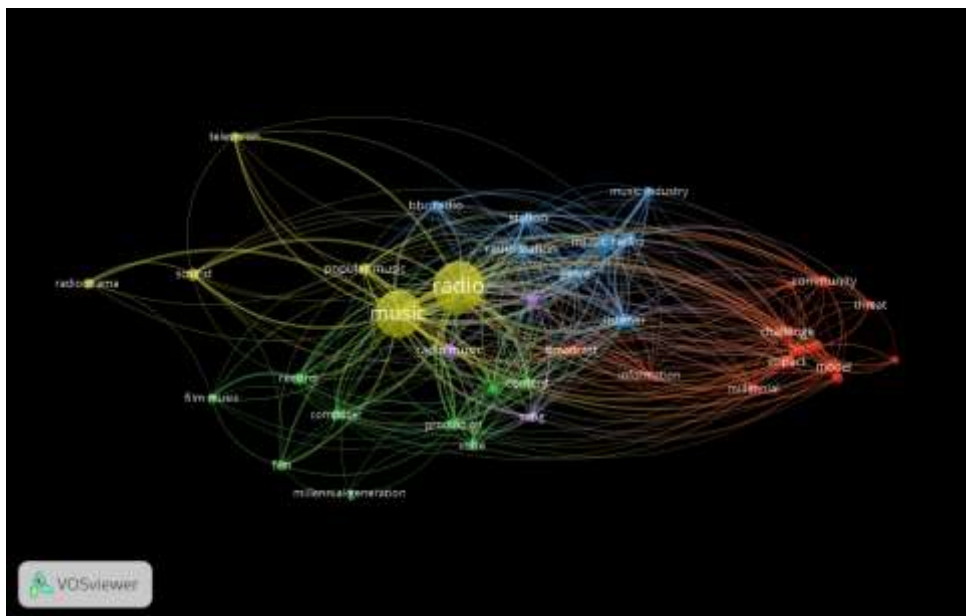
Dalam jurnal "Are Radio Music Broadcasts Changing? Towards the State and the Significance of Music-Related Market Research of German Radio Stations in 2021" oleh Schramm (Schramm & Mayer, 2023), dibahas tentang perubahan terkini dalam siaran musik radio Jerman dan pentingnya penelitian pasar yang terkait dengan musik untuk mengadaptasi strategi penyiaran di tengah persaingan yang ketat dari platform digital. Schramm menggali bagaimana stasiun radio Jerman mengevaluasi dan memodifikasi pendekatan mereka terhadap pemrograman musik untuk memenuhi preferensi pendengar yang dinamis, mengakui perubahan dalam konsumsi musik dan menyoroti pentingnya data penelitian pasar untuk menavigasi perubahan ini. Penelitian ini sejalan dengan "Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi tentang Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital ", yang juga mengamati transisi pendengar dari media tradisional ke platform digital seperti Spotify. Kedua penelitian ini

menggarisbawahi bagaimana perubahan kebiasaan pendengar dan evolusi teknologi menuntut stasiun radio untuk inovasi dan adaptasi, menyoroti pentingnya menggabungkan data penelitian pasar untuk tetap relevan dan efektif dalam menyajikan konten yang menarik bagi audiens yang semakin fragmentaris dan tersegmentasi.

Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers (1962), memberikan kerangka teoretis yang mendalam untuk analisis bagaimana inovasi teknologi, seperti Spotify, diterima dan diadopsi secara luas, khususnya oleh generasi milenial dan zilenial. Menurut teori ini, ada lima atribut yang mempengaruhi tingkat adopsi sebuah inovasi: keunggulan relatif, yang menyoroti manfaat lebih dari inovasi dibandingkan dengan solusi sebelumnya; kompatibilitas, yang menilai seberapa baik inovasi tersebut sesuai dengan nilai dan pengalaman yang sudah ada; kompleksitas, yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan; kemungkinan percobaan, yang memungkinkan pengguna untuk mencoba inovasi sebelum berkomitmen; dan observabilitas, yang mengacu pada seberapa mudah hasil dari inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Dalam studi "Melodi Lama dan Gelombang Baru," penerapan Spotify dan Youtube Music di kalangan generasi muda dapat dianalisis melalui lensa teori ini, di mana Spotify menunjukkan keunggulan relatif dengan fitur personalisasi dan akses on-demand, kompatibilitas tinggi dengan gaya hidup digital, serta kemudahan penggunaan dan observabilitas yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berbagi pengalaman mereka. Faktor-faktor ini secara kolektif mendukung transisi cepat dari radio tradisional ke platform streaming musik digital, menggambarkan pergeseran dalam preferensi konsumsi media yang berdampak pada strategi penyiaran dan distribusi musik di era modern.

Teori Mediatization, yang sering dikaitkan dengan pekerjaan ahli seperti Stig Hjarvard (2013), menjelaskan bagaimana media secara bertahap menjadi mediator yang dominan dalam berbagai aspek kehidupan sosial dan kultural, mempengaruhi institusi dan interaksi sehari-hari. Hjarvard mengemukakan bahwa media bukan hanya saluran untuk konten informatif atau hiburan, tetapi secara aktif membentuk norma-norma sosial dan interaksi melalui logika mediasinya sendiri. Dalam konteks studi "Melodi Lama dan Gelombang Baru: Studi tentang Transisi Generasi Milenial dan Zilenial dari Radio ke Platform Musik Digital," teori mediatization dapat membantu menganalisis bagaimana Spotify, sebagai platform media baru, memediasi pengalaman mendengarkan musik dengan cara yang mengubah praktik sehari-hari, identitas pengguna, dan konstruksi sosial tentang musik dan hiburan. Alih-alih hanya mengalihkan pendengar dari radio, Spotify telah mengubah cara individu berinteraksi dengan musik, menawarkan integrasi yang lebih dalam dengan media sosial dan algoritma personalisasi yang mempengaruhi pilihan dan preferensi musik, serta meredefinisi norma seputar konsumsi musik di era digital.

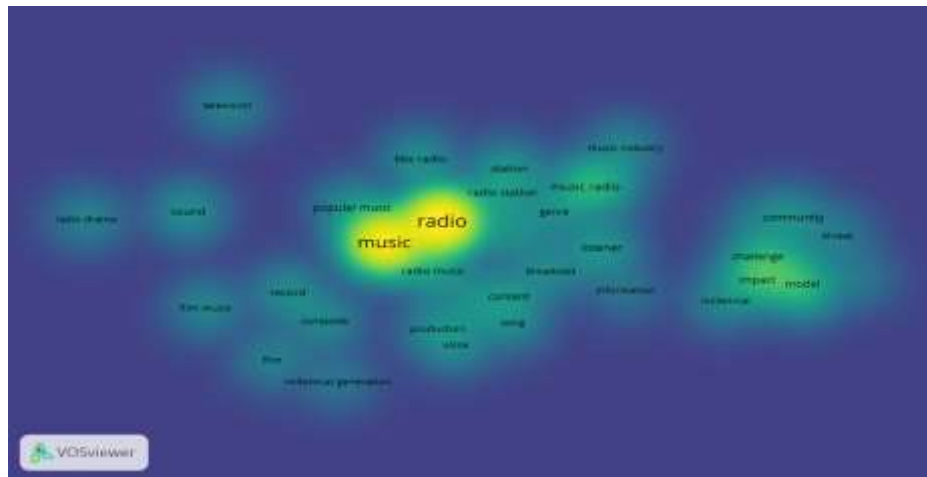
Para peneliti memakai aplikasi publish or perish untuk mengumpulkan 1000 data jurnal terdahulu. Dan memakai aplikasi VosViewer untuk membuat gambar visualisasi jaringan dan visualisasi kepadatan, yang dimana hal ini guna melihat terma-terma yang berkaitan dengan kajian radio.



Gambar 1. Visualisasi Jaringan

Gambar yang ditampilkan adalah peta jaringan konseptual yang menggambarkan hubungan antara berbagai elemen yang berkaitan dengan industri radio dan musik. Dalam jaringan ini,

"radio" dan "music" menjadi titik sentral dengan koneksi yang luas dan beragam yang menyebar ke "popular music," "radio music," dan "radio station," menggambarkan interaksi yang erat antara berbagai aspek produksi musik, penyiaran, dan konsumsi. Koneksi ini juga membentang ke elemen seperti "millennial generation" dan "listener," menunjukkan relevansi dan pengaruh radio terhadap generasi muda dan pendengar secara umum. Lebih jauh, terdapat hubungan dengan konsep "challenge," "model," dan "impact," mengindikasikan adanya diskusi atau penelitian yang berkaitan dengan tantangan yang dihadapi oleh radio dalam era digital, model bisnis yang beradaptasi, dan dampaknya terhadap komunitas dan industri musik. Visualisasi ini tidak hanya menyoroti kompleksitas dan multidimensionalitas interaksi dalam ekosistem radio dan musik, tetapi juga menekankan pentingnya memahami dinamika ini dalam konteks perubahan teknologi dan preferensi pendengar.



Gambar 2. Visualisasi Kepadatan

Gambar ini menampilkan visualisasi jaringan kata kunci yang menggambarkan hubungan kritis antara radio dan musik dalam konteks media yang lebih luas. Dua konsep utama, "radio" dan "music," terletak di pusat jaringan, menandakan peran mereka sebagai elemen inti dalam ekosistem media. Sekelilingnya, terdapat konsep seperti "popular music," "radio station," dan "music radio," yang menyoroti aspek-aspek khusus dari penyiaran musik. Dalam visualisasi ini, konsep-konsep seperti "millennial generation" dan "listener" terhubung erat, menunjukkan perhatian terhadap dampak radio pada generasi muda dan bagaimana mereka sebagai pendengar mengonsumsi media. Konsep tambahan seperti "challenge," "model," dan "impact" mengindikasikan dialog yang sedang berlangsung mengenai tantangan yang dihadapi industri radio dalam adaptasi dengan era digital, serta model-model baru yang mungkin untuk menjaga keberlanjutan dan relevansi di masa depan. Penggunaan warna dan kepadatan dalam visualisasi ini tidak hanya menarik secara estetis tetapi juga fungsional, memberikan wawasan tentang keterkaitan antara berbagai elemen dan intensitas diskusi di sekitar setiap topik.

Pergeseran media dari radio tradisional ke platform streaming seperti Spotify oleh Generasi Milenial dan Zilenial menimbulkan pertanyaan mendalam tentang dinamika dan evolusi konsumsi media dalam masyarakat modern. Kajian ini mendesak dilakukan karena memiliki potensi untuk mengungkapkan bagaimana faktor-faktor seperti kemajuan teknologi, perubahan nilai sosial, dan preferensi personal mempengaruhi pilihan media. Selain itu, memahami transisi ini penting untuk mengetahui bagaimana radio tradisional dapat beradaptasi atau berevolusi untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pendengar yang terus berubah. Dengan mempelajari perpindahan ini, industri radio dapat mengidentifikasi strategi inovatif untuk tetap relevan, misalnya melalui digitalisasi, personalisasi konten, dan pemanfaatan teknologi terbaru untuk peningkatan interaksi pendengar. Studi ini juga penting dalam konteks lebih luas ekonomi kreatif, di mana pemahaman tentang preferensi generasi muda terhadap teknologi dan media dapat dijadikan dasar untuk pengembangan produk dan layanan yang berorientasi masa depan, serta untuk membentuk kebijakan yang mendukung keberlanjutan industri hiburan dan informasi.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode fenomenologi dalam paradigma konstruktivis (Moen & Middelthon, 2015). Pendekatan fenomenologis dipilih untuk mendalami pengalaman subjektif dan persepsi individu terkait perubahan dalam konsumsi media mereka, sementara paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti untuk memahami realitas yang dikonstruksi secara sosial dan subjektif oleh para partisipan.

Sumber data utama dalam penelitian ini meliputi kajian pustaka dan observasi. Kajian pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data historis dan teoretis yang relevan mengenai penggunaan radio dan Spotify, tren generasi, serta dinamika konsumsi media. Teknik pengumpulan data melalui kajian pustaka bertujuan untuk memperoleh kerangka teoretis yang solid yang akan mendukung interpretasi data empiris yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

Observasi langsung terhadap perilaku pendengar dalam konteks nyata baik itu dalam penggunaan radio tradisional atau platform digital seperti Spotify dilakukan untuk mendapatkan wawasan langsung mengenai interaksi sehari-hari dan preferensi pendengar. Selain itu, wawancara mendalam dengan responden dipilih untuk menggali lebih dalam tentang pengalaman pribadi mereka dan pandangan terhadap media yang mereka gunakan.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (Miles et al., 2016). Pendekatan ini melibatkan tiga aliran utama kegiatan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses ini memungkinkan pengorganisasian data yang kompleks menjadi temuan yang dapat diinterpretasikan dengan lebih jelas, memastikan bahwa analisis mendalam dapat dicapai.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan metode triangulasi, menggabungkan berbagai sumber dan metode pengumpulan data termasuk kajian pustaka, observasi, dan wawancara mendalam (Ascarya Academia, 2022). Triangulasi ini bertujuan untuk mengkrosverifikasi informasi yang diperoleh, meningkatkan kepercayaan dan kedalaman analisis, serta memastikan bahwa interpretasi fenomena yang diteliti bersifat komprehensif dan akurat (Flick, 2020). Melalui pendekatan ini, penelitian berusaha menghadirkan pemahaman yang holistik tentang bagaimana dan mengapa Generasi Milenial dan Zilenial beralih dari mendengarkan radio ke menggunakan Spotify, sekaligus implikasi yang ditimbulkan oleh transisi ini terhadap industri media tradisional dan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Mendorong Generasi Milenial Dan Zilenial Untuk Beralih Dari Mendengarkan Radio Tradisional Ke Platform Musik Digital

Perubahan cara konsumsi media, terutama musik, di kalangan generasi milenial dan zilenial, menandai sebuah transisi kultural yang mendalam di tengah masyarakat modern (Jagannath et al., 2022). Tantangan yang dihadapi oleh radio tradisional dalam mempertahankan relevansinya menjadi semakin berat seiring dengan kehadiran platform musik digital yang menawarkan keleluasaan dan personalisasi yang tidak dapat ditandingi oleh radio konvensional (Hapsari, 2019). Faktor utama yang mendorong pergeseran ini mencakup kemudahan akses, keberagaman konten, dan integrasi teknologi yang lebih harmonis dengan gaya hidup digital yang dinamis. Generasi yang tumbuh di era internet ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap penggunaan teknologi yang memungkinkan mereka untuk mengontrol sepenuhnya apa, kapan, dan bagaimana mereka mengonsumsi konten media.

Dalam analisis yang lebih mendalam, faktor seperti kecepatan dan kemudahan dalam mengakses musik melalui aplikasi seperti Spotify, Apple Music, dan lain-lain, telah mengubah paradigma mendengarkan musik dari yang sebelumnya pasif menjadi aktif (Al Fatih et al., 2022). Ketersediaan musik secara instan, kemampuan untuk membuat playlist sendiri, dan rekomendasi yang disesuaikan dengan selera pribadi adalah beberapa fitur yang memberikan nilai tambah signifikan dibandingkan radio tradisional yang terbatas oleh jadwal siaran dan pemilihan lagu oleh penyiar. Selain itu, integrasi sosial yang memungkinkan pengguna berbagi pengalaman mendengarkan mereka dengan teman-teman secara online juga menambah dimensi sosial yang menarik bagi generasi milenial dan zilenial (Silva & Carvalho, 2021). Faktor-faktor ini, ketika dikombinasikan, tidak hanya mendorong pergeseran preferensi tetapi juga mendefinisikan ulang landasan komunikasi musik dalam masyarakat digital saat ini.

Faktor	Deskripsi	Dampak pada Generasi Milenial dan Zilenial
Aksesibilitas	Platform musik digital menyediakan akses instan ke jutaan lagu dan album yang dapat diputarkan kapan saja dan di mana saja, melalui perangkat yang terhubung internet.	Mengurangi ketergantungan pada jadwal siaran radio tradisional dan memungkinkan pendengaran musik yang lebih fleksibel sesuai dengan keinginan dan jadwal pribadi.
Personalisasi	Pengguna dapat membuat playlist pribadi, menerima rekomendasi yang disesuaikan	Meningkatkan kepuasan dalam konsumsi musik karena pengalaman yang lebih

	berdasarkan selera musik, dan mengontrol urutan putar musik mereka.	disesuaikan dengan preferensi individu.
Integrasi Sosial	Kemudahan berbagi musik dan playlist dengan teman melalui media sosial dan aplikasi, serta kemampuan untuk melihat apa yang didengarkan oleh orang lain.	Memperkuat keterkaitan sosial dan komunal di antara pengguna, membuat pengalaman mendengarkan musik lebih interaktif dan menyenangkan.
Varietas Konten	Akses tidak terbatas ke berbagai genre dan artis dari seluruh dunia, termasuk rilis eksklusif dan konten yang tidak tersedia di radio tradisional.	Memperluas cakrawala musikal dan mengekspos pendengar ke lebih banyak keanekaragaman musik, memperkaya pengalaman budaya.
Teknologi Lanjutan	Fitur seperti audio berkualitas tinggi, tanpa iklan, dan kemampuan untuk mengunduh musik untuk didengarkan secara offline.	Meningkatkan kenyamanan dan kualitas pendengaran, membuat platform digital lebih menarik daripada kualitas siaran radio tradisional yang bisa terbatas.

Tabel 1. Tabulasi Faktor Millenial Berpindah Dari Radio Ke Platform Digital

Sumber: Olahan Data Peneliti (2024)

Perubahan kebiasaan mendengarkan musik di kalangan generasi milenial dan zilenial signifikan dipengaruhi oleh faktor aksesibilitas yang ditawarkan oleh platform musik digital (Fitriana & Putra, 2022). Platform-platform ini, seperti Spotify dan Apple Music, memberikan kemampuan untuk mengakses jutaan lagu dan album dengan instan dari perangkat yang terhubung internet (ÇINARDAL, 2023). Ini mengubah paradigma mendengarkan musik dari yang terikat jadwal siaran radio tradisional menjadi lebih fleksibel, memungkinkan pengguna untuk mendengarkan musik sesuai dengan keinginan dan jadwal pribadi mereka. Faktor ini secara substansial mengurangi ketergantungan pada radio tradisional, yang sering kali tidak dapat menyediakan kebebasan dan kemudahan serupa.

Personalisasi dalam konsumsi musik juga telah menjadi faktor penting yang mendorong peralihan ke platform digital (Webster, 2023). Fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat playlist pribadi dan menerima rekomendasi yang disesuaikan berdasarkan selera musik individu menawarkan pengalaman yang jauh lebih disesuaikan. Pengguna dapat mengontrol apa dan bagaimana mereka mendengarkan, termasuk urutan putar, yang meningkatkan kepuasan dalam konsumsi musik. Kustomisasi ini memenuhi keinginan untuk pengalaman yang lebih personal dan unik, yang tidak dapat selalu disediakan oleh radio tradisional dengan playlist yang lebih statis dan umum.

Integrasi sosial merupakan faktor lain yang memperkuat dominasi platform digital atas radio (Pedrero-Esteban et al., 2019). Kemampuan untuk berbagi musik dan playlist dengan teman melalui media sosial atau aplikasi menambah dimensi sosial dalam pengalaman mendengarkan musik. Ini tidak hanya memperkuat ikatan sosial dan komunal di antara pengguna tetapi juga menjadikan proses mendengarkan musik lebih interaktif dan menyenangkan. Generasi muda, yang secara umum lebih terhubung secara online dan menghargai interaksi sosial dalam segala aspek kehidupan mereka, menemukan fitur ini sangat menarik.

Dari segi variasi konten, platform musik digital menawarkan akses yang tidak terbatas ke berbagai genre dan artis dari seluruh dunia, termasuk rilis eksklusif dan konten yang tidak tersedia di radio tradisional (Kuyucu, 2021). Ketersediaan luas ini memungkinkan pendengar untuk menjelajahi dan menemukan musik dari berbagai budaya dan genre, memperluas cakrawala musikal mereka dan memperkaya pengalaman budaya mereka. Hal ini sangat sesuai dengan keinginan generasi milenial dan zilenial yang cenderung mencari keanekaragaman dan kedalaman dalam pilihan musik mereka (Saputri, 2021).

Adanya teknologi lanjutan dalam platform digital seperti audio berkualitas tinggi, opsi tanpa iklan, dan kemampuan untuk mengunduh musik untuk didengarkan secara offline menawarkan peningkatan signifikan dalam kenyamanan dan kualitas pengalaman mendengarkan. Faktor-faktor ini membuat platform digital lebih menarik dibandingkan dengan kualitas siaran radio tradisional yang bisa terbatas dan mengganggu, terutama bagi generasi yang tumbuh di era digital di mana kecepatan dan efisiensi sangat dihargai.

Perbedaan Pola Musik Antara Pendengaran Radio Dan Platform Musik Digital Di Kalangan Generasi Milenial Dan Gen Z

Perbedaan dalam pola konsumsi musik antara mendengarkan melalui radio tradisional dan platform digital seperti Spotify, Youtube Music, di kalangan generasi milenial dan zilenial merupakan fenomena yang penting untuk dipahami dalam konteks pergeseran budaya dan teknologi. Generasi ini, yang besar di era digital, telah menunjukkan preferensi yang jelas terhadap penggunaan teknologi yang menyediakan kontrol lebih besar, personalisasi, dan koneksi sosial dalam pengalaman mendengarkan musik mereka. Penelitian mengenai bagaimana dan mengapa generasi milenial dan zilenial memilih Spotify dibandingkan radio dapat memberikan wawasan tentang dinamika pasar musik saat ini, serta perubahan lebih luas dalam konsumsi media. Melalui analisis perbedaan ini, kita dapat lebih memahami implikasi dari perubahan teknologi ini bagi industri musik, perilaku konsumen, dan bahkan identitas sosial generasi muda, yang semuanya telah diubah oleh ketersediaan dan fungsi platform streaming musik (Centorrino et al., 2022).

Karakteristik	Radio Tradisional	Platform Musik Digital
Aksesibilitas	Terbatas pada jadwal siaran dan ketersediaan sinyal radio.	Akses instan ke jutaan lagu kapan saja dan di mana saja melalui internet.
Kontrol Pengguna	Pendengar memiliki kontrol terbatas terhadap apa dan kapan mereka mendengarkan; tergantung pada pilihan DJ atau stasiun.	Pengguna memiliki kontrol penuh atas apa yang mereka dengarkan, termasuk pembuatan playlist dan pemilihan lagu secara langsung.
Personalisasi	Tidak ada personalisasi; semua pendengar menerima konten yang sama.	Tingkat personalisasi tinggi dengan rekomendasi yang disesuaikan berdasarkan preferensi dan kebiasaan mendengarkan pengguna.
Interaktivitas	Interaksi terbatas, umumnya melalui telepon atau SMS untuk permintaan lagu atau kontes.	Interaktivitas tinggi melalui fitur seperti berbagi playlist, melihat apa yang teman dengarkan, dan integrasi dengan media sosial.
Varietas Konten	Pilihan lagu terbatas pada apa yang disiarkan, sering kali genre atau tema tertentu yang lebih sempit.	Varietas musik hampir tidak terbatas, dengan akses ke berbagai genre, artis, dan budaya dari seluruh dunia.
Kualitas Suara	Kualitas suara bisa bervariasi, tergantung pada sinyal radio.	Kualitas audio sering kali lebih tinggi dan konsisten, dengan opsi untuk pengaturan kualitas streaming.
Model Bisnis	Didanai terutama melalui iklan yang diputar di antara lagu, yang bisa mengganggu pengalaman mendengarkan.	Model berlangganan yang menawarkan streaming tanpa iklan, atau versi gratis yang didanai iklan dengan lebih sedikit gangguan.
Inovasi Teknologi	Relatif statis, dengan sedikit inovasi dalam cara konten disampaikan.	Terus berinovasi dengan teknologi terbaru, termasuk algoritma pembelajaran mesin untuk rekomendasi dan fitur interaktif lainnya.

Tabel 2. Perbedaan Pola Musik Antara Radio Dengan Platform Musik Digital

Sumber: Olahan Data Peneliti (2024)

Konteks perbedaan antara radio tradisional dan platform musik digital, aksesibilitas menjadi faktor yang menentukan. Radio tradisional terikat pada jadwal siaran dan ketersediaan sinyal, yang sering kali membatasi pendengaran musik pada waktu dan tempat tertentu. Sebaliknya, platform musik digital seperti Spotify memberikan akses instan ke jutaan lagu yang dapat diputar kapan saja dan di mana saja, selama ada koneksi internet. Ini memenuhi kebutuhan generasi milenial dan zilenial untuk fleksibilitas

dan aksesibilitas, memungkinkan mereka menikmati musik sesuai dengan gaya hidup yang serba cepat dan mobile (Anugrahadi, 2019).

Kontrol pengguna atas apa yang mereka dengarkan juga membedakan kedua medium ini. Pada radio tradisional, pendengar memiliki kontrol yang sangat terbatas; mereka bergantung pada pilihan stasiun dan DJ, yang seringkali tidak mencerminkan preferensi personal mereka. Di sisi lain, platform digital menyediakan kebebasan penuh untuk pengguna dalam memilih lagu, membuat playlist pribadi, dan bahkan mengatur urutan pemutaran, memberikan pengalaman yang sangat personal dan memuaskan (Kouroupis & Vagianos, 2021).

Personalisasi adalah aspek lain di mana platform digital unggul jauh dari radio. Radio tradisional menyajikan konten yang sama untuk semua pendengar, tanpa memperhatikan preferensi individu. Platform musik digital, dengan algoritma canggih mereka, menawarkan rekomendasi yang disesuaikan yang meningkatkan dengan penggunaan berkelanjutan berdasarkan kebiasaan mendengarkan, genre favorit, dan bahkan suasana hati pengguna. Hal ini menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih menarik dan terlibat secara personal, sesuatu yang tidak mungkin ditawarkan oleh radio (Angela et al., 2022).

Interaktivitas antara pengguna dan media juga berbeda secara signifikan. Interaksi di radio tradisional biasanya terbatas pada permintaan lagu melalui telepon atau SMS, yang tidak memberikan ruang banyak untuk interaksi yang lebih dalam (Stamenković & Đukić Živadinović, 2022). Platform musik digital, bagaimanapun, menawarkan fitur interaktif seperti berbagi playlist, melihat apa yang sedang didengarkan oleh teman, dan mengintegrasikan pengalaman mendengarkan dengan media sosial. Fitur-fitur ini tidak hanya meningkatkan pengalaman sosial dari mendengarkan musik tetapi juga mengintensifkan keterlibatan pengguna dengan platform.

Terakhir, inovasi teknologi dalam platform digital adalah terus menerus dan dinamis, berbeda dengan pendekatan yang lebih statis yang diambil oleh radio (Liu et al., 2023). Sementara radio telah berubah sedikit dalam cara penyampaian konten selama dekade terakhir, platform digital secara konstan mengadopsi teknologi terbaru, termasuk kualitas suara yang lebih tinggi, streaming tanpa iklan, dan kemampuan untuk mendengarkan offline. Inovasi-inovasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan kenyamanan pengalaman mendengarkan tetapi juga terus menarik pengguna baru yang mencari solusi mendengarkan yang lebih fleksibel dan canggih.

Impikasi Transisi dari Radio Tradisional ke Platform Musik Digital Terhadap Strategi Penyiaran untuk Mempertahankan Relevansi di Era Digital

Pergeseran dari radio tradisional ke platform musik digital telah memicu perubahan mendasar dalam industri penyiaran, mendorong pemangku kepentingan untuk mempertimbangkan kembali strategi mereka dalam menanggapi preferensi pendengar yang berkembang (Zhai, 2024). Transformasi ini tidak hanya tentang pilihan platform tetapi juga tentang bagaimana konten disampaikan dan diterima. Dalam era ini, pengguna menghargai kontrol dan personalisasi, yang tidak secara luas ditawarkan oleh radio tradisional. Karena itu, stasiun radio harus merangkul teknologi digital untuk menawarkan pengalaman yang lebih disesuaikan, meningkatkan interaktivitas, dan terutama memperkaya kualitas konten yang ditawarkan.

Strategi yang mungkin diadopsi oleh radio tradisional termasuk penggunaan teknologi data besar untuk menganalisis preferensi dan perilaku pendengar secara real-time. Data ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan jadwal penyiaran dan mempersonalisasi konten yang disiarkan, sehingga meningkatkan relevansi dan daya tarik bagi pendengar. Dengan algoritma pembelajaran mesin, radio dapat secara otomatis menyesuaikan playlist untuk mencerminkan selera musik yang beragam dan berubah dari waktu ke waktu, mengikuti tren saat ini serta respons langsung dari pengguna (Petersen-Wagner & Lee Ludvigsen, 2023).

Selanjutnya, untuk mempertahankan keterlibatan pengguna, radio tradisional dapat memperluas platform mereka untuk menyertakan aplikasi seluler yang menawarkan fitur interaktif seperti voting lagu, umpan balik langsung, dan platform diskusi (Proctor-Parker & Stopforth, 2024). Aplikasi ini bisa menjadi jembatan antara format radio tradisional dan personalisasi yang ditawarkan oleh platform digital, mengkombinasikan keandalan dan otoritas penyiaran radio dengan inovasi digital yang mendorong partisipasi pengguna. Interaktivitas ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga memperkuat loyalitas pengguna, karena mereka merasa memiliki suara lebih besar dalam konten yang mereka konsumsi.

Integrasi dengan media sosial juga penting, karena stasiun radio dapat memanfaatkan platform ini untuk memperluas jangkauan mereka dan berinteraksi dengan pendengar secara langsung (Okpeki et al., 2023). Pemanfaatan media sosial memungkinkan radio tradisional untuk berbagi konten, mengadakan kontes, dan melibatkan pendengar melalui hashtag dan kampanye viral. Strategi ini tidak hanya

meningkatkan visibilitas stasiun radio tetapi juga menciptakan komunitas online yang aktif dan terlibat, yang dapat membantu meningkatkan loyalitas dan waktu mendengarkan.

Untuk mengatasi tantangan ini, radio tradisional perlu secara strategis memilih konten yang tidak hanya menarik tetapi juga relevan bagi audiens target mereka (Musvipwa & Lunga, 2023). Mereka perlu mengembangkan segmen acara yang menggabungkan wawasan lokal dengan tren global, menawarkan konten yang tidak dapat dengan mudah digantikan oleh algoritma platform digital. Ini bisa melibatkan program yang fokus pada isu-isu lokal, wawancara dengan tokoh masyarakat, atau segmen interaktif yang memungkinkan pendengar untuk berkontribusi secara langsung ke program radio.

Diskusi

Dalam analisis transisi dari radio tradisional ke platform musik digital, Teori Mediatization yang dikembangkan oleh Stig Hjarvard menawarkan lensa analitis untuk memahami bagaimana media dan teknologi membentuk interaksi sosial dan budaya dalam konteks yang lebih luas. Hjarvard mengusulkan bahwa proses mediatization, dimana media menjadi mediator utama dalam interaksi sosial dan budaya, sangat relevan untuk memahami pengaruh platform digital dalam mengubah lanskap penyiaran (van Es & Poell, 2020). Platform musik digital tidak hanya menggantikan fungsi radio sebagai pemancar musik tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi dengan musik, mendengarkannya, dan berbagi pengalaman musik tersebut dengan orang lain. Platform ini, melalui personalisasi dan rekomendasi berbasis algoritma, memediasi pengalaman musikal pengguna, mempengaruhi pilihan mereka dan secara tidak langsung, membentuk identitas serta praktik budaya mereka. Penggunaan teori ini memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika di balik penerimaan dan integrasi platform musik digital dalam kehidupan sehari-hari, menunjukkan bagaimana teknologi baru ini tidak hanya diterima melalui keunggulan fungsinya tapi juga karena perannya dalam struktur sosial dan kultural yang lebih besar.

Konteks transisi dari radio tradisional ke platform musik digital, Teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi teknologi baru oleh generasi milenial dan zilenial. Menurut Rogers, adopsi inovasi dipengaruhi oleh lima atribut kunci: keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, kemampuan untuk diujicobakan, dan observabilitas. Dalam hal platform musik digital, keunggulan relatif terlihat dalam kemudahan akses, personalisasi, dan pilihan yang lebih luas dibandingkan radio tradisional. Kompatibilitas dengan gaya hidup digital yang terkoneksi dan bergerak cepat juga mendukung adopsi ini, sementara kompleksitas yang rendah dan kemudahan penggunaan platform seperti Spotify dan Apple Music menarik pengguna yang menginginkan solusi praktis untuk hiburan. Observabilitas dari manfaat platform ini, seperti kemampuan untuk berbagi dan menemukan musik baru melalui jaringan sosial, juga memperkuat kecenderungan adopsi di kalangan pengguna muda, menjadikan teori Rogers sangat relevan dalam analisis fenomena ini.

Transformasi dari radio tradisional ke platform musik digital telah memicu perubahan signifikan dalam pola konsumsi musik, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z (Grebosz-Haring & Weichbold, 2020). Perubahan ini bukan sekadar pergantian medium, melainkan sebuah evolusi dalam cara musik dinikmati dan diakses. Generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital memiliki ekspektasi yang berbeda terhadap apa yang mereka konsumsi dan bagaimana mereka mengakses konten. Dalam hal ini, platform musik digital, seperti Spotify dan Apple Music, memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan kontrol yang lebih besar atas apa yang didengarkan, kapan, dan di mana, dengan akses yang hampir tidak terbatas ke berbagai jenis musik dari seluruh dunia.

Kemampuan untuk mempersonalisasi pengalaman mendengarkan mulai dari membuat playlist sendiri hingga menerima rekomendasi yang disesuaikan adalah salah satu faktor utama yang menjadikan platform digital lebih menarik dibandingkan radio tradisional. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menggali lebih dalam ke dalam preferensi musikal mereka, mengembangkan selera yang lebih personal dan beragam. Selain itu, interaktivitas yang ditawarkan oleh platform musik digital seperti berbagi playlist dengan teman atau berpartisipasi dalam komunitas pendengar mengintegrasikan pengalaman sosial ke dalam kegiatan yang sebelumnya bersifat lebih individual atau pasif (Ananda & Windah, 2021).

Di sisi lain, radio tradisional cenderung dibatasi oleh format penyiaran yang lebih kaku, yang menawarkan sedikit ruang untuk personalisasi atau interaksi pengguna. Meskipun radio masih memiliki kekuatan dalam menyediakan konten lokal dan mendesak, serta memiliki daya tarik tertentu melalui kemampuan untuk 'menemani' pendengar, tantangannya adalah tetap relevan dalam lanskap yang didominasi oleh pilihan yang lebih fleksibel dan responsif. Oleh karena itu, radio tradisional harus mengadopsi pendekatan yang lebih inovatif, menggunakan teknologi untuk menawarkan format yang lebih interaktif dan responsif, yang mampu menyesuaikan konten dengan keinginan pendengar secara real-time.

Menggunakan teknologi data besar untuk menganalisis preferensi pendengar dan menyesuaikan konten yang disiarkan secara dinamis bisa menjadi salah satu strategi adaptasi. Misalnya, stasiun radio dapat mengembangkan algoritme yang tidak hanya menyesuaikan musik yang diputarkan berdasarkan feedback pendengar tetapi juga mengintegrasikan konten yang lebih beragam dan interaktif. Ini mungkin mencakup segmen interaktif di mana pendengar dapat mempengaruhi program secara langsung melalui aplikasi seluler atau media sosial, membuka jalur komunikasi baru dan mendalam antara stasiun dan pendengarnya.

Selain itu, penting bagi stasiun radio untuk mengembangkan konten yang tidak hanya hiburan tetapi juga informatif, menggabungkan elemen-elemen berita, pendidikan, dan hiburan ke dalam satu aliran penyiaran (Perona-Páez et al., 2020). Ini dapat memperkaya nilai yang ditawarkan radio, memperkuat posisinya sebagai sumber informasi dan pendidikan serta hiburan. Mengadopsi model bisnis yang lebih fleksibel, seperti kombinasi antara penyiaran gratis dan berbayar, juga dapat membantu radio tradisional beradaptasi dengan perubahan ekspektasi pasar.

Dengan mengintegrasikan inovasi teknologi dan memperbarui strategi konten, radio tradisional tidak hanya akan bertahan tetapi juga dapat berkembang di era digital. Pendekatan yang lebih dinamis dan berorientasi pengguna akan memungkinkan radio untuk tetap relevan dan penting dalam kehidupan sehari-hari pendengar, terutama generasi yang tumbuh dengan teknologi digital yang canggih.

Temuan baru dari kajian ini menyoroti dinamika transisi yang kompleks dari radio tradisional ke platform musik digital di kalangan generasi milenial dan Gen Z, yang menunjukkan bahwa faktor seperti personalisasi, keterlibatan interaktif, dan aksesibilitas yang lebih besar menjadi pendorong utama perubahan ini. Analisis mendalam menunjukkan bahwa generasi muda cenderung mengutamakan platform yang memungkinkan mereka mengontrol pengalaman mendengarkan musik mereka secara lebih pribadi dan intensif, termasuk kemampuan untuk menyesuaikan playlist, mengakses musik dari berbagai genre dan budaya secara instan, serta berinteraksi dengan komunitas yang lebih luas. Interaktivitas yang ditingkatkan dan integrasi dengan media sosial juga memperkuat keterlibatan dan kepuasan pengguna, menciptakan lingkungan sosial yang dinamis di mana musik menjadi alat interaksi dan ekspresi diri.

SIMPULAN

Penelitian ini menggarisbawahi transisi signifikan yang terjadi di kalangan generasi milenial dan zilenial dari radio tradisional ke platform musik digital seperti Spotify dan YouTube Music. Faktor utama yang mendorong pergeseran ini termasuk keinginan akan personalisasi yang lebih dalam, kebutuhan akan aksesibilitas yang lebih besar, dan keinginan untuk interaktivitas yang lebih intens. Platform digital telah berhasil menawarkan pengalaman yang dinamis dan disesuaikan, yang sangat sesuai dengan gaya hidup mobile dan terhubung secara digital yang kini mendominasi. Perubahan ini tidak hanya mencerminkan pergeseran dalam preferensi media, tetapi juga perubahan lebih luas dalam konsumsi budaya dan interaksi sosial di era digital, menandakan evolusi penting dalam cara generasi muda mengakses dan menikmati konten.

Kajian ini menyarankan bahwa industri radio tradisional lebih proaktif dalam mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan interaktivitas dan personalisasi dalam penyiaran mereka. Integrasi algoritma pembelajaran mesin untuk personalisasi konten dan penggunaan platform media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pendengar dapat membantu radio mempertahankan relevansinya di era digital. Selain itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi strategi-strategi yang dapat dilakukan oleh stasiun radio untuk mengadaptasi dan mengintegrasikan inovasi digital yang terus berkembang, sehingga mereka dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dari platform musik digital. Studi mendalam tentang preferensi pendengar dan respons mereka terhadap upaya adaptasi ini bisa memberikan wawasan berharga untuk pengembangan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam industri penyiaran.

REFERENSI

- Al Fatih, M. S., Muhammad Luthfie, & Ali Alamsyah Kusumadinata. (2022). SPOTIFY PODCAST BECOME A NEW LEARNING MEAN FOR YOUTH. *Indonesian Journal of Social Research (IJSR)*, 4(1). <https://doi.org/10.30997/ijsr.v4i1.155>
- Ananda, C. A., & Windah, A. (2021). Navigating The Dark Side of Digital Space Study Case on The Phenomenon of Digital Fear of Missing Out (Fomo) in Twitter Of K-Pop Fans in Bandar Lampung. *Prosiding IICIS FISIP 2021*, 606(Iicis).
- Angela, A., Halim, F., Pramana, T. A., & Simanjuntak, A. (2022). USER EXPERIENCE EVALUATION ON MUSIC STREAMING APPLICATIONS WITH UEQ METHOD. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 8(2). <https://doi.org/10.33330/jurteksi.v8i2.1323>

- Anugrahadi, S. (2019). Mengenal Remaja Generasi Z (Dalam Rangka memperingati Hari Remaja Internasional). BKKBN Nusa Tenggara Barat.
- Ascarya Academia. (2022). Triangulasi Data, Contoh, Penjelasan Dan Prakteknya Pada Riset. Ascarya Soulution.
- Centorrino, G., Naciti, V., & Rupo, D. (2022). A new era of the music industry? Blockchain and value co-creation: the Bitsong case study. *European Journal of Innovation Management*, 26(7). <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2022-0362>
- ÇINARDAL, F. C. (2023). Spotify'da En Çok Dinlenen Türkçe Şarkılara Yönelik Bir İnceleme. *Journal of Turkish Studies*, Volume 18 Issue 2(Volume 18 Issue 2). <https://doi.org/10.7827/turkishstudies.68959>
- Dhamayanti, M. (2020). PEMANFAATAN MEDIA RADIO di ERA DIGITAL. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2). <https://doi.org/10.25077/rk.3.2.82-89.2019>
- Fitriana, Y. N., & Putra, R. D. (2022). "Preserve our culture": The use of digital music platform in the ethnic music community. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 8(1). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.2159>
- Flick, U. (2020). What is triangulation? In *Doing Triangulation and Mixed Methods*. <https://doi.org/10.4135/9781529716634.n2>
- Grebosz-Haring, K., & Weichbold, M. (2020). Contemporary art music and its audiences: Age, gender, and social class profile. *Musicae Scientiae*, 24(1). <https://doi.org/10.1177/1029864918774082>
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). TRANSFORMASI KARAKTERISTIK KOMUNIKASI DI ERA KONVERGENSI MEDIA. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Hapsari, D. T. (2019). Jurnalisme Radio di Era Digital: Tranformasi dan Tantangan. *Masyarakat Indonesia*, 44(1).
- Hjarvard, S. (2013). The mediatization of culture and society. In *The Mediatization of Culture and Society*. <https://doi.org/10.4324/9780203155363>
- Jagannath, A., Jagannath, J., & Kumar, P. S. P. V. (2022). A comprehensive survey on radio frequency (RF) fingerprinting: Traditional approaches, deep learning, and open challenges. In *Computer Networks* (Vol. 219). <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2022.109455>
- Kouroupis, K., & Vagianos, D. (2021). Freedom of expression and digital rights in social media: Challenges and risks. *Journal of Data Protection and Privacy*, 4(3). <https://doi.org/10.69554/khxd4928>
- Kuyucu, M. (2021). MUSIC MARKETING EVOLUTION FROM TRADITIONAL TO DIGITAL MARKETING. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Researches*, 7(9). <https://doi.org/10.51293/socrates.27>
- Liu, L., Long, J., Liu, R., Fan, Q., & Wan, W. (2023). Examining how and when digital platform capabilities drive technological innovation: a strategic information perspective. *Journal of Enterprise Information Management*, 36(2). <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2022-0033>
- Lubis, R. B. (2024). Survei GoodStats: Radio Masih Punya Ruang di Hati Anak Muda Indonesia. *Goodstats*. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-radio-masih-punya-ruang-di-hati-anak-muda-indonesia-gyyK9#:~:text=Menurut hasil Survei Sosial Ekonomi,tinggal tersisa 10%2C3%25>.
- Michelsen, M., & Krogh, M. (2017). Music, radio and mediatization. *Media, Culture and Society*, 39(4). <https://doi.org/10.1177/0163443716648494>
- Moen, K., & Middelthon, A. L. (2015). Qualitative Research Methods. In *Research in Medical and Biological Sciences: From Planning and Preparation to Grant Application and Publication*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-799943-2.00010-0>
- Mules, M. B., Hubberman, A. M., & Saldana, J. (2016). *Qualitative Data Analysis A Methode Sourcebook*. In Arizona Sytate university (Vol. 1, Issue 3).
- Musvipwa, R. K., & Lunga, C. M. (2023). Campus Radio in the Digital Era: A Case Study of UNESWA FM. In *Converged Radio, Youth and Urbanity in Africa: Emerging trends and perspectives*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-19417-7_12
- Okpeki, P. I., Erubami, J. A., Ugwuoke, J. C., & Onyenye, T. P. (2023). Contribution of Radio Musical Broadcasting to National Development in Nigeria: A Media Practitioners and Audience-Based Survey in Delta State, Nigeria. *Studies in Media and Communication*, 11(6). <https://doi.org/10.11114/smc.v11i6.6120>
- Pedrero-Esteban, L. M., Barrios-Rubio, A., & Medina-ávila, V. (2019). Teenagers, smartphones and digital audio consumption in the age of Spotify. *Comunicar*, 27(60). <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Perona-Páez, J. J., Barbeito-Veloso, M. L., Hernández-Ruiz, A., & Rodríguez-Prieto, V. (2020). Audiovisual informative narrative construction and its impact on television and radio reputation. *Profesional de La Informacion*, 29(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.34>

- Petersen-Wagner, R., & Lee Ludvigsen, J. A. (2023). Digital transformations in a platform society: A comparative analysis of European football leagues as YouTube complementors. *Convergence*, 29(5). <https://doi.org/10.1177/13548565221132705>
- Proctor-Parker, C., & Stopforth, R. (2024). Radio frequency identification (RFID) stock control and geo-location data system from a moving vehicle. *Journal of Engineering, Design and Technology*, 22(1). <https://doi.org/10.1108/JEDT-10-2021-0548>
- Rogers, E. M. (1962). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research*. Routledge.
- Saputri, N. A. (2021). Ekonomi Politik Media Dalam Industri Musik Digital Spotify. *KOMUNIKA*, 4(2). <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i2.9406>
- Schramm, H., & Mayer, F. (2023). Are Radio Music Broadcasts Changing? Towards the State and the Significance of Music-Related Market Research of German Radio Stations in 2021. *Medien Und Kommunikationswissenschaft*, 71(1–2). <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2023-1-2-112>
- Silva, J., & Carvalho, A. (2021). The work values of portuguese generation z in the higher education-to-work transition phase. *Social Sciences*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/socsci10080297>
- Stamenković, I., & Đukić Živadinović, T. (2022). SOCIAL MEDIA AND INTERACTIVITY FROM USERS' PERSPECTIVE. *MEDIA STUDIES AND APPLIED ETHICS*, 3(2). <https://doi.org/10.46630/msae.2.2022.02>
- van Es, K., & Poell, T. (2020). Platform Imaginaries and Dutch Public Service Media. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120933289>
- Webster, J. (2023). The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction. *New Media and Society*, 25(8). <https://doi.org/10.1177/14614448211027863>
- Zhai, J. (2024). The Reinforced Effect of Integrating New Media and Local Urban Broadcasting. *Communications in Humanities Research*, 24(1). <https://doi.org/10.54254/2753-7064/24/20231766>