



Strategi Program “Kabur Aja Dulu” Radio EBS untuk Membangun Kedekatan Di Era Digital

Deeca Renanda Hernugroho¹, Sanhari Prawiradirdja², Citra Rani Angga riswari³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Dr Soetomo Surabaya

Surel: deecarenandah@gmail.com

Abstract

This study examines the adaptation of the radio industry in the digital era to media consumption shifts among Generation Z, who prefer interactive and personal content. This research aims to determine the strategy of the "Kabur Aja Dulu" Program on EBS Radio in building closeness with listeners. Employing a descriptive qualitative approach, data were gathered through observation and in-depth interviews with the *Program Director* of EBS Radio, then analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The results indicate that the program implements three core strategies: *creative delivery* through informal communication styles and youth-centric humor; an *everlasting* program system to maintain identity consistency; and the creation of an *experience* that fosters audience emotional attachment. These strategies are reinforced by adaptive human resources, a *reactive* system toward listener dynamics, and media convergence via digital platforms such as Instagram, TikTok, WhatsApp, websites, and *streaming* applications. This study concludes that the success of the "Kabur Aja Dulu" Program in maintaining its existence is determined by integrating relevant communication strategies, optimal media convergence, and sustainable emotional closeness with young audiences.

Keywords: Communication Strategy, Digital Radio, Emotional Closeness, Generation Z, Radio EBS

Abstrak

Penelitian ini mengkaji adaptasi industri radio di era digital dalam merespons perubahan pola konsumsi media Generasi Z yang menyukai konten interaktif dan personal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Program "Kabur Aja Dulu" di Radio EBS dalam membangun kedekatan dengan pendengar. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui teknik observasi serta wawancara mendalam bersama *Program Director* Radio EBS, lalu dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan program ini menerapkan tiga strategi utama: *creative delivery* melalui gaya komunikasi nonformal dan humor khas anak muda; sistem program *everlasting* untuk menjaga konsistensi identitas; serta penciptaan *experience* yang membangun keterikatan emosional audiens. Strategi tersebut diperkuat oleh kualitas sumber daya manusia yang adaptif, penerapan sistem *reactive* terhadap dinamika pendengar, serta konvergensi media melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, situs web, dan aplikasi *streaming*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Program "Kabur Aja Dulu" dalam mempertahankan eksistensinya ditentukan oleh integrasi strategi komunikasi yang relevan, konvergensi media yang optimal, dan pembangunan kedekatan emosional secara berkelanjutan dengan audiens muda.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Radio Digital, Kedekatan Emosional, Generasi Z, Radio EBS

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan secara signifikan. Perkembangan internet, media sosial, serta platform digital membuat pola konsumsi media menjadi lebih cepat, interaktif, dan berbasis teknologi. Masyarakat, khususnya Generasi Z, kini lebih menyukai media yang mampu memberikan pengalaman komunikasi yang personal, fleksibel, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat bagi media konvensional, termasuk radio, untuk mempertahankan eksistensinya di tengah dominasi platform streaming, podcast, dan konten digital lainnya.

Di tengah perubahan tersebut, radio tetap menjadi salah satu media komunikasi massa yang mampu bertahan dengan melakukan berbagai inovasi. Radio tidak lagi hanya hadir melalui frekuensi konvensional, tetapi juga berkembang melalui radio streaming dan integrasi media sosial yang memungkinkan interaksi lebih luas dengan pendengar. Keunggulan radio terletak pada kedekatan emosional yang dibangun melalui suara, gaya komunikasi penyiar, serta interaksi langsung yang menciptakan kesan akrab bagi pendengar. Oleh karena itu, strategi komunikasi dalam program radio menjadi aspek penting untuk menjaga loyalitas pendengar di era digital.

Menariknya, Generasi Z sebagai kelompok pendengar potensial memiliki karakteristik yang berbeda dibanding generasi sebelumnya. Mereka cenderung tertarik pada komunikasi yang santai, autentik, humoris, dan interaktif. Dalam konteks ini, penyiar radio tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi,

tetapi juga sebagai teman virtual yang mampu menciptakan hubungan emosional dengan pendengar. Kedekatan tersebut menjadi nilai penting karena dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta mempertahankan keberadaan radio di tengah perubahan media yang sangat dinamis.

Salah satu radio lokal yang berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan tersebut adalah Radio EBS FM melalui program “Kabur Aja Dulu”. Program ini disiarkan hari Senin-Jumat pada pukul 06.00–10.00 WIB, yaitu pada prime time pagi hari ketika aktivitas masyarakat dimulai. Program pagi ini hadir dengan konsep santai, ringan, dan dekat dengan kehidupan anak muda. Penggunaan bahasa yang komunikatif, humor spontan, serta interaksi aktif dengan pendengar menjadikan program ini memiliki daya tarik tersendiri. Strategi komunikasi yang digunakan penyiar mampu menciptakan suasana yang hangat dan akrab sehingga pendengar merasa menjadi bagian dari program tersebut. Hal inilah yang membuat program “Kabur Aja Dulu” menarik untuk diteliti, karena menunjukkan bagaimana radio lokal dapat membangun kedekatan dengan audiens di tengah era digital yang serba cepat.

Penelitian mengenai strategi komunikasi radio sebenarnya telah banyak dilakukan. Namun, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada media nasional, penggunaan teknologi digital, atau strategi pemasaran media secara umum. Kajian yang secara khusus membahas strategi komunikasi program radio lokal dalam membangun kedekatan emosional dengan Generasi Z masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian mengenai program radio yang

mengedepankan konsep interaktif dan gaya komunikasi informal seperti “Kabur Aja Dulu” belum banyak ditemukan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena menyoroiti strategi komunikasi radio lokal yang berorientasi pada pembentukan hubungan emosional dengan pendengar muda di era digital.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana media radio lokal mempertahankan relevansi dan eksistensinya di tengah perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pengelola radio dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pendengar, khususnya Generasi Z. Secara akademis, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, terutama dalam bidang komunikasi massa dan strategi komunikasi media radio di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi program “Kabur Aja Dulu” Radio EBS dalam membangun kedekatan dengan pendengar di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap proses siaran, interaksi penyiar, serta dinamika komunikasi yang terjadi selama program berlangsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara

mendalam strategi program “Kabur Aja Dulu” Radio EBS dalam membangun kedekatan dengan pendengar di era digital. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman terhadap proses komunikasi, interaksi sosial, serta makna yang terbentuk dalam aktivitas penyiaran radio, bukan pada pengukuran angka atau data statistik semata. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali bagaimana strategi komunikasi dijalankan secara alami dalam suasana siaran yang berlangsung setiap hari.

Menurut Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara holistik, kemudian disajikan dalam bentuk deskriptif. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan bagaimana program “Kabur Aja Dulu” membangun hubungan emosional dan kedekatan dengan pendengar melalui strategi komunikasi penyiaran dan pemanfaatan media digital.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi program yang diterapkan oleh Radio EBS. Penelitian deskriptif membantu peneliti memotret fenomena komunikasi yang terjadi secara langsung di lapangan, khususnya terkait gaya komunikasi penyiar, penggunaan bahasa, interaksi dengan pendengar, serta strategi program dalam mempertahankan loyalitas audiens di era digital.

Penelitian dilakukan di studio Radio EBS sebagai lokasi utama pelaksanaan program “Kabur Aja Dulu”. Fokus penelitian diarahkan pada proses siaran, pola komunikasi penyiar, serta strategi program dalam membangun

kedekatan dengan pendengar melalui radio dan media digital pendukung.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas penyiar di studio Radio EBS selama program “Kabur Aja Dulu” berlangsung. Peneliti memperhatikan proses komunikasi yang terjadi antara penyiar dan pendengar, baik melalui siaran radio maupun interaksi digital seperti pesan WhatsApp, media sosial, dan live streaming. Dalam observasi ini, peneliti mencatat gaya bahasa penyiar, penggunaan istilah yang dekat dengan audiens muda, cara penyampaian informasi, ekspresi komunikasi, serta bentuk interaksi yang mampu menciptakan kedekatan dengan pendengar. Observasi dilakukan secara langsung agar peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai dinamika komunikasi dalam program tersebut.

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan Program Director Radio EBS sebagai informan utama penelitian. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai strategi program “Kabur Aja Dulu”, mulai dari perencanaan konsep program, penentuan target audiens, strategi komunikasi penyiaran, hingga pemanfaatan media digital dalam membangun kedekatan dengan pendengar. Melalui wawancara ini, peneliti dapat memahami secara lebih rinci strategi yang diterapkan oleh pihak Radio EBS dalam menghadapi perkembangan media di era digital.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif menurut Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan

kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilah data hasil observasi dan wawancara sesuai fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami.

Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh selama penelitian. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi program “Kabur Aja Dulu” Radio EBS dalam membangun kedekatan dengan pendengar di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program “Kabur Aja Dulu” merupakan salah satu program siaran radio yang dirancang untuk menjawab kebutuhan hiburan sekaligus menjadi ruang ekspresi bagi pendengar, khususnya kalangan anak muda. Program ini disiarkan setiap hari pada pukul 06.00–10.00 WIB, yaitu pada prime time pagi hari saat aktivitas masyarakat dimulai. Waktu siar tersebut memiliki potensi tinggi untuk menjangkau audiens yang sedang beraktivitas seperti berangkat sekolah, kuliah, maupun aktivitas lainnya.

Dalam perkembangan media saat ini, radio tidak lagi berdiri sebagai medium tunggal. Program “Kabur Aja Dulu” hadir sebagai bentuk adaptasi terhadap era digital dengan mengintegrasikan berbagai platform komunikasi, seperti media sosial dan aplikasi pesan instan. Hal ini menunjukkan bahwa radio tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai informasi satu arah, tetapi juga sebagai media interaktif yang memungkinkan

terjadinya komunikasi dua arah bahkan multi-arah.

Program ini memiliki ciri khas berupa penyampaian yang santai, humoris, dan dekat dengan keseharian anak muda. Bahasa yang digunakan cenderung non-formal, menggunakan slang, serta logat tertentu yang membuat suasana siaran terasa lebih akrab dan tidak kaku. Selain itu, penyiar juga sering menyapa pendengar dengan sebutan khusus, yang menjadi identitas komunitas pendengar program ini. Dari hasil observasi, program tidak hanya mengandalkan siaran konvensional melalui frekuensi radio, tetapi juga memperluas jangkauan melalui platform digital seperti aplikasi radio digital, website resmi, serta konten ulang (repost) di media sosial. Hal ini menjadi penting dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah persaingan media digital yang semakin ketat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Program "Kabur Aja Dulu" dalam Membangun Kedekatan dengan Pendengar

***Creative Delivery* (Penggunaan Bahasa dan Gaya Komunikasi)**

Keberhasilan sebuah program radio di era modern tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kebaruan atau validitas informasi yang disiarkan, melainkan secara radikal dipengaruhi oleh bagaimana pesan tersebut dikemas dan didekorasi sebelum dilempar ke ruang publik. Dalam konteks ini, program "Kabur Aja Dulu" menempatkan *creative delivery* sebagai pilar utama penyangga komunikasi operasional mereka. Penyiar tidak lagi difungsikan sebagai pembaca skrip yang berjarak, melainkan sebagai

dirigen yang memandu kenyamanan dan kehangatan komunikasi di ruang siar. Strategi penyampaian kreatif ini diwujudkan secara nyata melalui dekonstruksi gaya bahasa penyiaran konvensional yang cenderung kaku dan formal.

Gaya bahasa yang diadopsi dalam program "Kabur Aja Dulu" sepenuhnya berbasis pada gaya percakapan nonformal, santai, dan kasual yang menyerupai obrolan interpersonal sehari-hari di kalangan anak muda. Penyiar secara aktif menyisipkan kosakata gaul, istilah-istilah *slang* populer, serta logat lokal tertentu yang khas untuk mencairkan suasana siaran. Pendekatan linguistik ini secara sengaja dirancang untuk membangun pola interaksi yang menyerupai obrolan antar teman di ruang komunal. Melalui penggunaan humor spontan dan candaan situasional, pendengar tidak merasa sedang digurui atau sedang menerima paparan informasi yang membosankan, melainkan merasa terlibat langsung dalam sebuah lingkaran pertemanan yang hangat dan inklusif.

Autentisitas gaya bahasa ini menjadi kekuatan utama karena karakteristik audiens digital, terutama generasi muda, memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap hal-hal yang bersifat artifisial atau dibuat-buat. Mereka jauh lebih tertarik pada media yang mampu menampilkan kepribadian yang jujur, apa adanya, dan *relatable* dengan realitas kehidupan harian mereka. Di samping itu, pengelola program memastikan bahwa aspek fleksibilitas penyiaran tetap selaras dengan esensi pesan yang ingin disampaikan. Artinya, kelenturan cara berbicara penyiar harus mampu menopang bobot informasi agar dapat diserap dengan baik oleh audiens

tanpa menghilangkan karakter unik program. Melalui kombinasi gaya bahasa yang kasual dan penyampaian yang kreatif tersebut, program "Kabur Aja Dulu" berhasil membentuk identitas komunikasi penyiaran yang sangat personal, intim, dan membedakan dirinya secara tegas dari para pesaing di industri audio.

Sistem Program yang Tidak Lekang oleh Tren (*Everlasting*)

Salah satu fenomena yang sering kali menjebak media tradisional dalam proses digitalisasi adalah kepanikan tren yang membuat mereka bersikap reaktif secara membabi buta dengan mengikuti setiap isu viral yang tengah populer di internet. Langkah pintas tersebut sering kali justru mengorbankan jati diri media ketika tren yang diikuti meredup dalam waktu singkat. Sadar akan risiko tersebut, Radio EBS menerapkan kebijakan strategis yang berfokus pada pembangunan sistem program yang bersifat *everlasting* atau tidak mudah lekang oleh waktu untuk program "Kabur Aja Dulu". Filosofi dasar dari strategi ini adalah mempertahankan karakter inti program yang kokoh sebagai fondasi utama, sementara topik-topik di atasnya dibiarkan bergerak secara dinamis.

Konsep dasar program yang menitikberatkan pada suasana yang santai, menghibur, spontan, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens ditetapkan sebagai parameter utama yang tidak boleh diubah demi menjaga konsistensi identitas. Pihak pengelola meyakini bahwa media yang terlalu bergantung pada ombak tren sesaat akan cepat kehilangan arah dan basis pendengar setianya. Karakter program yang kuat dan konsisten ini diposisikan sebagai jangkar yang membuat program

"Kabur Aja Dulu" mudah dikenali di tengah belantara konten digital yang serba seragam. Meskipun isu sosial, tren gaya hidup, dan topik pembicaraan berubah setiap hari mengikuti dinamika masyarakat modern, esensi dan atmosfer siaran tetap berpijak pada nilai-nilai dasar yang akrab dan menghibur.

Dengan menerapkan sistem yang berorientasi jangka panjang ini, program "Kabur Aja Dulu" berhasil menciptakan sebuah memori kolektif yang kuat di benak pendengarnya. Audiens tidak hanya mengingat informasi spesifik atau daftar lagu yang diputar setiap pagi, melainkan merekam dengan baik rasa nyaman, tawa, dan kehangatan personal yang dibangun oleh para penyiar. Strategi mempertahankan identitas dasar ini dilakukan sambil terus memperbarui metodologi pendekatan penyampaian pesan agar selaras dengan perkembangan psikografis audiens. Karakter yang kokoh namun fleksibel inilah yang menjamin program tetap relevan melintasi berbagai pergantian tren digital yang berlangsung super cepat.

Experience

Pada ekosistem media yang dicirikan oleh kelimpahan pilihan hiburan, audiens dapat dengan mudah mengalihkan perhatian mereka dari satu platform ke platform lainnya hanya dalam hitungan detik apabila mereka didera rasa bosan. Menghadapi situasi psikologis pasar yang demikian volatil, program "Kabur Aja Dulu" tidak lagi menempatkan pencapaian angka pendengar pasif sebagai indikator kesuksesan tunggal, melainkan berfokus penuh pada penciptaan pengalaman komunikasi yang mendalam. Strategi berbasis pengalaman ini menempatkan pendengar sebagai bagian dari narasi

utama siaran, sehingga keterikatan yang muncul bukan lagi sekadar keterikatan transaksional antara konsumen dan penyedia konten, melainkan hubungan emosional yang intim.

Pengalaman mendengarkan yang berkesan ini ditransformasikan secara nyata menjadi motor penggerak bagi terbentuknya loyalitas pendengar jangka panjang. Loyalitas dalam program "Kabur Aja Dulu" tidak diupayakan melalui mekanisme formalitas atau paksaan retorika siaran, melainkan dirangsang secara alamiah melalui serangkaian pengalaman interpersonal yang menyenangkan. Ketika pendengar mengirimkan respon, cerita pribadi, atau opini mereka, pihak penyiar menyambutnya dengan sentuhan personal yang hangat, memberikan empati yang jujur, atau menjadikannya bahan candaan bersama yang segar. Pendengar merasa dihargai eksistensinya sebagai individu yang utuh, bukan sekadar angka statistik pelengkap siaran.

Melalui pola interaksi yang konsisten dan penuh perhatian tersebut, penyiar secara tidak langsung membangun sebuah ruang sosial atau komunitas subkultur pagi hari yang hidup dan dinamis. Munculnya rasa memiliki yang kuat di kalangan audiens terhadap program ini memicu timbulnya keterikatan sosial yang berkelanjutan. Ketika pendengar merasa bahwa program "Kabur Aja Dulu" bukan lagi sekadar komoditas konten hiburan melainkan sebuah ruang komunal yang mampu memberikan perhatian, hiburan, dan kenyamanan psikologis, mereka akan cenderung kembali mendengarkan siaran tersebut secara konsisten setiap pagi. Dengan demikian, loyalitas pendengar di era digital terbukti berhasil dikonstruksi

secara kokoh melalui akumulasi pengalaman emosional yang berkesan.

Cara Program "Kabur Aja Dulu" Membangun Kedekatan dengan Pendengar

Peran SDM yang Mampu Membaca Situasi

Keberadaan perangkat teknologi mutakhir dan infrastruktur penyiaran digital tidak akan mampu menghasilkan kedekatan emosional tanpa ditopang oleh kualitas Sumber Daya Manusia yang mumpuni di balik mikrofon. Dalam operasional program "Kabur Aja Dulu", aspek kompetensi individual penyiar diposisikan sebagai ujung tombak sekaligus representasi hidup dari seluruh nilai yang diusung oleh Radio EBS. Penyiar dituntut tidak hanya memiliki kemampuan teknik vokal yang baik, melainkan harus menguasai kecerdasan emosional dan intuisi sosial yang tajam untuk membaca arah situasi studio secara langsung.

Penyiar dalam program ini dituntut untuk menjadi individu yang sangat responsif, fleksibel, kreatif, dan cepat dalam mengambil keputusan di tengah situasi siaran langsung yang dinamis. Mereka harus memiliki kepekaan radar sosial untuk mendeteksi pergeseran minat audiens secara *real-time*, mengetahui kapan sebuah topik mulai terasa menjemukan, serta mahir dalam membelokkan alur pembicaraan secara instan guna mempertahankan atensi pendengar. Keterampilan SDM dalam merajut suasana percakapan yang hidup dan mengalir tanpa bergantung sepenuhnya pada teks panduan formal menjadi faktor pembeda utama yang membuat interaksi terasa sangat manusiawi dan personal.

Selain itu, fleksibilitas dan kreativitas penyiar dalam membawakan candaan atau merespons keluhan pendengar harus tetap diimbangi dengan kepatuhan terhadap etika komunikasi yang bertanggung jawab. Menjadi santai dan jenaka bukan berarti mengabaikan kesantunan sosial, dan SDM program "Kabur Aja Dulu" dilatih untuk menjaga batas kenyamanan interaksi tersebut sepanjang waktu siaran berlangsung. Keberhasilan membangun kedekatan emosional ini membuktikan bahwa di era kecerdasan buatan dan otomatisasi media, sentuhan kemanusiaan yang dihadirkan oleh SDM yang adaptif tetap menjadi kekuatan esensial yang tidak dapat digantikan oleh teknologi dalam menciptakan hubungan yang hidup.

Sistem *Reactive*

Dalam menjalankan roda operasional harian program "Kabur Aja Dulu", Radio EBS menerapkan sistem kerja yang bersifat *reactive*. Pendekatan ini diposisikan pada level kebijakan yang jauh lebih agresif dan dinamis dibandingkan sek adar bersikap adaptif terhadap perubahan zaman. Jika sistem yang adaptif cenderung menempatkan media pada posisi pasif yang hanya menyesuaikan diri setelah sebuah perubahan eksternal terjadi, maka sistem *reactive* menuntut program untuk mampu menangkap momentum perubahan arus informasi secara instan lalu menggunakannya secara taktis untuk menentukan arah komunikasi baru yang relevan bagi audiens.

Penerapan sistem *reactive* ini termanifestasi secara jelas dalam proses penentuan topik harian, modifikasi alur pembicaraan di tengah siaran, hingga penyesuaian atmosfer studio yang sepenuhnya didasarkan pada umpan balik

langsung dari pendengar saat itu juga. Kemampuan eksekusi yang serba cepat ini menjadi krusial di era digital karena arus sirkulasi informasi bergerak dalam hitungan detik dan perhatian audiens sangat mudah terdistraksi oleh platform lain. Penyiar tidak ragu untuk membuang rencana bahasan awal apabila di tengah jalan muncul sebuah isu hangat atau respon massal dari pendengar yang jauh lebih menarik untuk dieksplorasi.

Sebagai bagian integral dari penerapan sistem *reactive* ini, manajemen program juga menyuntikkan konsep *unpredictable* atau unsur kejutan dalam format penyiaran mereka. Alur program sengaja dikondisikan agar tidak kaku, monoton, atau mudah ditebak oleh khalayak penonton. Dengan menciptakan struktur siaran yang dinamis dan penuh kejutan kreatif, pendengar dirangsang untuk selalu didera rasa penasaran mengenai apa yang akan terjadi selanjutnya di studio. Elemen kejutan yang dipadukan dengan kecepatan respon sistem *reactive* ini terbukti efektif dalam menjaga kedekatan dengan audiens karena mereka selalu disuguhkan pengalaman segar yang tidak terduga dalam setiap episodenya.

Penggunaan

Dalam membangun kedekatan dengan pendengar, Program *Kabur Aja Dulu* menggunakan berbagai tema yang dekat dengan kehidupan Generasi Z, seperti pengalaman sehari-hari, isu yang sedang viral, hubungan sosial, hingga fenomena budaya populer. Pemilihan tema yang relevan membuat audiens merasa bahwa topik yang dibahas memiliki keterkaitan langsung dengan kehidupan mereka.

Selain tema harian, program juga memiliki segmentasi yang variatif untuk menjaga dinamika siaran, di antaranya:

KOKOP (Komedi K-pop):

Sebuah segmen kreatif yang mengawinkan unsur hiburan komedi dengan industri budaya populer K-pop yang saat ini memiliki basis massa penggemar yang sangat fanatik dan masif di kalangan generasi muda. Konten dikemas secara jenaka dan ringan, terbukti sangat ampuh dalam mendongkrak angka keterlibatan (*engagement*) audiens.

Komeng (Komentar

Menggelitik): Ruang interaktif khusus yang menghadirkan kesempatan bagi penyiar untuk membacakan berbagai komentar pendengar berdasarkan tema harian yang telah ditentukan. Komentar yang dipilih berasal dari kiriman melalui berbagai saluran digital, dengan prioritas pada tanggapan yang mengandung unsur humor, kreativitas, atau sudut pandang yang unik. Segmen ini memberikan dampak psikologis yang positif bagi pendengar karena mereka merasa kontribusinya dihargai dan diakui secara nyata di ruang publik. Selain itu, pendengar juga memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi langsung dalam membangun dinamika siaran. Kehadiran segmen yang beragam ini menunjukkan bahwa program dirancang secara matang dengan mempertimbangkan kebutuhan audiens akan sajian hiburan yang interaktif, dinamis, dan jauh dari kesan monoton.

Segmentasi ini membuat siaran lebih beragam dan mengurangi potensi kejenuhan audiens. Di sisi lain, pemanfaatan media digital menjadi strategi penting dalam memperluas interaksi. Program tidak hanya mengandalkan siaran radio konvensional,

tetapi juga menggunakan Instagram, TikTok, website resmi, aplikasi radio digital, dan WhatsApp sebagai sarana komunikasi.

Melalui media sosial, pendengar dapat berpartisipasi melalui polling, komentar, direct message, maupun konten interaktif lainnya. Sementara itu, WhatsApp memungkinkan audiens mengirim pesan, curahan hati, voice note, hingga permintaan lagu yang kemudian direspons secara langsung oleh penyiar. Pemanfaatan berbagai platform digital ini menciptakan komunikasi dua arah bahkan multi-arah yang semakin memperkuat hubungan emosional antara penyiar dan pendengar.

Melalui implementasi rangkaian strategi dan taktik penyiaran yang komprehensif tersebut, keberlanjutan masa depan program "Kabur Aja Dulu" tidak digantungkan pada ekspektasi kesuksesan instan yang bersifat semu dan sementara. Pihak manajemen Radio EBS menitikberatkan harapan utama mereka pada konsep *progress* atau perkembangan berkelanjutan yang terukur dari waktu ke waktu. Media massa di era modern diyakini akan mengalami kematian perlahan apabila terjebak dalam zona nyaman dan pola kerja lama yang stagnan. Oleh sebab itu, program ini diwajibkan untuk terus memperbarui metodenya melalui pemberian tantangan kreatif yang dirancang secara berkala, mulai dari skala harian, bulanan, hingga tahunan untuk memastikan inovasi konten terus diproduksi tanpa kehilangan karakter aslinya.

Harapan berikutnya adalah menegaskan posisi Radio EBS sebagai contoh nyata dari keberhasilan adaptasi radio konvensional di era disrupsi digital. Program "Kabur Aja Dulu" diharapkan

mampu membuktikan kepada industri penyiaran bahwa medium audio tradisional tetap memiliki ruang eksistensi yang kokoh di tengah gempuran platform modern, asalkan bersedia bertransformasi fungsi menjadi sebuah platform pengalaman yang interaktif dan mengutamakan kedekatan emosional manusiawi. Integrasi lintas platform yang dijalankan diharapkan dapat memperluas dampak positif program dan memperkuat jangkauan audiens secara berkelanjutan.

Selain itu, program ini diharapkan dapat terus konsisten menjalankan fungsinya sebagai wadah ekspresi sosial yang sehat, solutif, dan aman bagi generasi muda di tengah belantara konten internet yang kerap kali memicu kecemasan sosial. Harapan tertinggi dari eksistensi program "Kabur Aja Dulu" adalah memberikan dampak sosial jangka panjang yang nyata bagi komunitas pendengarnya. Obrolan pagi yang santai, jenaka, dan penuh kehangatan interpersonal tersebut tidak hanya ditujukan sebagai pemuas kebutuhan hiburan semata, melainkan diharapkan mampu menawarkan sudut pandang baru yang mencerahkan pikiran serta mengukuhkan rasa solidaritas sosial yang kuat di antara sesama pendengar setianya

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Program "Kabur Aja Dulu" di Radio EBS dalam membangun kedekatan dengan pendengar di era digital ditentukan oleh integrasi strategi komunikasi yang adaptif, interaktif, dan berorientasi pada pengalaman pendengar. Kedekatan tersebut diwujudkan melalui *creative delivery* dengan gaya bahasa nonformal yang akrab bagi generasi

muda, serta sistem program *everlasting* yang konsisten menjaga identitas siaran di tengah perubahan tren. Selain itu, aspek *experience* yang menyajikan interaksi emosional yang konsisten berhasil membangun loyalitas audiens. Implementasi strategi ini didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang adaptif, sistem *reactive* yang dinamis, serta konvergensi media melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, situs web, dan aplikasi *streaming* guna memfasilitasi komunikasi dua arah yang autentik. Pada akhirnya, keberlangsungan radio modern terbukti tidak hanya bergantung pada perkembangan teknologi semata, melainkan pada kemampuan media dalam menciptakan pengalaman komunikasi yang autentik, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan audiens secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, R. S. (2023). Media sosial dan identitas diri: Representasi dan citra digital. Dalam *Media Sosial dalam Ilmu Komunikasi* (hlm. 137–152). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Hamzah, A. C. (2026). *Dari Surabaya menatap dunia: Kumpulan tulisan dinamika isu-isu nasional dan internasional*. Airlangga University Press.
- Nurfadila, F., El Karimah, K., & Wahyudin, U. (2024). Transformasi identitas individu melalui komunikasi kontemporer di sosial media. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 77–84.

- Ananda, M. R., & Setyasan, M. A. (2025). Konvergensi media dan strategi radio swasta mempertahankan pendengar generasi muda di era digital. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 9(1), 45–58. <https://doi.org/10.25139/jkp.v9i1.7821>
- Ardianto, R., & Rahmawati, D. (2024). Konstruksi identitas digital dan *self-disclosure* generasi Z di media sosial TikTok. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 12(2), 112–125. <https://doi.org/10.22146/jks.v12i2.9034>
- Fadilah, E., Wahyudin, U., & Purwanti, S. (2023). Strategi program radio komunitas di era konvergensi media digital. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 7(2), 210–224. <https://doi.org/10.24198/jkj.v7i2.45120>
- Haryanto, A., & Nugroho, C. (2025). Pengaruh tayangan *live streaming* dan komunikasi interaktif terhadap keterikatan emosional audiens modern. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 6(1), 89–103. <https://doi.org/10.31289/medkom.v6i1.6112>
- Iskandar, D., & Mutmainah, S. (2024). Fenomena *fear of missing out* (FoMO) dan pembentukan citra diri remaja di Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 34–47. <https://doi.org/10.14710/interaksi.13.1.34-47>
- Kurniawan, B., & Prastowo, F. (2023). Adaptasi industri siaran radio melalui pemanfaatan platform *omnichannel* digital. *Jurnal ASPIKOM*, 8(2), 175–189. <https://doi.org/10.24321/aspikom.v8i2.1409>
- Lestari, P., & Hartono, T. (2024). Analisis gaya bahasa nonformal dan humor penyiar radio dalam menarik minat pendengar generasi Z. *Jurnal Bahasa dan Sastra kontemporer*, 11(3), 302–315. <https://doi.org/10.26858/jbsk.v11i3.52130>
- Maulana, H., & Amanda, A. (2025). Representasi identitas diri bilingual penutur muda Indonesia dalam media sosial berbasis audio visual. *Jurnal Sociolinguistik Indonesia*, 4(1), 12–26. <https://doi.org/10.33603/jsi.v4i1.9831>
- Pratama, A. Y., & Wijaya, K. (2023). Komunikasi interpersonal virtual: Bagaimana WhatsApp merubah pola interaksi dua arah penyiar dan pendengar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 21(2), 143–156. <https://doi.org/10.24002/jiki.v21i2.6512>
- Putri, S. A., & Handayani, T. (2024). Budaya populer digital dan pergeseran pola konsumsi media pada kelompok masyarakat urban. *Jurnal Komunikasi Global*, 13(2), 225–239. <https://doi.org/10.24815/jkg.v13i2.33910>
- Ramadhan, F., & Syaifullah, M. (2026). Penguatan *brand identity* program radio melalui optimalisasi konten



- kreatif di TikTok dan Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(1), 74–88. <https://doi.org/10.24198/jmk.v10i1.59012>
- Sari, W. P., & Setiawan, H. (2024). Hubungan penonton dengan podcaster: Kajian interaksi parasosial di era digital. *E-Jurnal Komunikasi*, 12(3), 412–426. <https://doi.org/10.24912/ejk.v12i3.21832>
- Silitonga, R., & Situmorang, J. (2023). Eksistensi radio swasta dalam menghadapi hegemoni platform *music streaming* digital. *Jurnal Kajian Media*, 7(1), 55–69. <https://doi.org/10.25139/jkm.v7i1.5432>
- Wulandari, N., & Utami, P. (2025). Pembentukan *personal branding* penyiar melalui platform media sosial sebagai penunjang loyalitas program. *Jurnal Komunikasi Massa*, 18(2), 118–132. <https://doi.org/10.20961/jkm.v18i2.61042>
- Yulianto, E., & Ginanjar, D. (2024). Mengukur kepuasan pendengar: Analisis sistem *reactive marketing* pada media penyiaran digital. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 190–204. <https://doi.org/10.24321/jrkom.v7i2.4119>