

## STRATEGI KOMUNIKASI RADIO TRAX FM DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PENDENGAR PADA MAHASISWA UIN RADEN FATAH PALEMBANG

**Armadila**

Komunikasi dan Penyiaran Islam, STAI YDI Lubuk Sikaping  
(email: armadila@stai-ydi.ac.id)

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Trax FM Palembang dalam meningkatkan partisipasi pendengar, khususnya mahasiswa UIN Raden Fatah, pada era digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Trax FM menerapkan strategi komunikasi informatif, persuasif, dan edukatif dengan memanfaatkan media sosial, terutama Instagram, serta layanan streaming traxonsky.com sebagai saluran interaksi dua arah antara penyiar dan pendengar. Strategi ini diperkuat oleh peran aktif penyiar dalam membangun kedekatan emosional melalui penggunaan bahasa yang komunikatif, konten interaktif, dan sinergi antarpengisi acara yang menciptakan suasana akrab. Selain itu, kegiatan off-air, seperti event musik dan kuis kampus, berkontribusi pada peningkatan partisipasi mahasiswa sebagai pendengar aktif. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi antara pendekatan interpersonal dan inovasi digital menjadi kunci keberhasilan radio dalam mempertahankan relevansi serta meningkatkan keterlibatan audiens muda di tengah dominasi media digital.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi; Radio Trax FM; Partisipasi Pendengar, Inovasi Digital

### **Abstract**

*This study aims to analyze the communication strategies implemented by Radio Trax FM Palembang in increasing listener participation, especially students of UIN Raden Fatah, in the digital era. The study used a qualitative descriptive method with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that Radio Trax FM implements informative, persuasive, and educational communication strategies by utilizing social media, especially Instagram, and the streaming service traxonsky.com as a two-way interaction channel between broadcasters and listeners. This strategy is strengthened by the active role of broadcasters in building emotional closeness through the use of communicative language, interactive content, and synergy between presenters that create a friendly atmosphere. In addition, off-air activities, such as music shows and campus quizzes, contribute to increasing student participation as active listeners. These findings confirm that the integration of interpersonal approaches and digital innovation is the key to radio's success in maintaining relevance and increasing engagement of young audiences amidst the dominance of digital media.*

**Keywords:** Communication Strategy; Radio Trax FM; Listener Engagement; Digital Innovation

---

## Introduction

Di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, minat masyarakat terhadap radio sebagai media penyiaran mengalami penurunan signifikan, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa (Dhamayanti, 2019). Fenomena ini dipengaruhi oleh munculnya platform digital seperti streaming musik, podcast, dan media sosial yang menawarkan akses hiburan dan informasi yang lebih interaktif, cepat, dan personal. Meskipun demikian, radio tetap memiliki keunggulan sebagai media yang fleksibel, portabel, dan terjangkau biaya, memungkinkan pendengar menikmatinya sambil melakukan aktivitas sehari-hari (Nugroho & Arnold Simangunsong, 2024). Namun, tantangan global seperti revolusi teknologi menuntut mahasiswa untuk lebih memahami inovasi digital, sehingga preferensi mereka beralih ke media yang lebih modern, mengurangi partisipasi dalam mendengarkan radio tradisional.

Trax FM Palembang adalah stasiun radio yang berdiri sejak tahun 2000 dan menargetkan segmen usia 15-35 tahun, dengan fokus pada tuntutan sosial-ekonomi pendengar melalui slogan "hits yang kamu suka" (Revinka, 2020). Stasiun ini mendorong generasi muda untuk menjalani hidup yang penuh kebahagiaan dengan menekankan dinamisme, nilai sosial, dan aplikasi praktis dalam kehidupan sehari-hari. Trax FM menggabungkan elemen "kebaikan" dan "kepopuleran" untuk menciptakan dampak positif, dengan musik sebagai andalan utama yang menyajikan genre favorit remaja seperti *acid jazz*, *pop*, *rock*, *hip hop*, *R&B*, dan musik alternatif (Pandya, 2023). Pendengar setia Trax FM, yang disebut "*Trax Children*", identik dengan gaya hidup anak muda yang ramah lingkungan, kreatif, terbuka, berpengetahuan, inovatif, serta mencintai musik dan film. Stasiun ini menyediakan program harian yang dinamis, dengan siaran dari Senin hingga Jumat mulai pukul 01.00 dini hari hingga larut malam, memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi remaja di Palembang.

Di tengah persaingan ketat dengan 29 stasiun radio lain di Palembang yang berorientasi profit, Trax FM menghadapi tantangan dalam mempertahankan partisipasi pendengar, khususnya mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Observasi awal menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki preferensi terhadap program yang menayangkan lagu populer dan terkini, dengan jadwal mendengarkan yang disesuaikan berdasarkan durasi pemutaran lagu oleh penyiar. Namun, penurunan minat radio secara umum dan persaingan dengan media digital membuat stasiun perlu inovasi untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Bakhri, 2020) tentang strategi komunikasi Radio Dakwah Islam Semarang, (Purti, 2018) tentang loyalitas pendengar Radio Tidar Magelang, dan Wulan Rahmadhita tentang program musik Radio Prambors Semarang, menunjukkan fokus pada peningkatan jumlah atau loyalitas pendengar melalui gaya penyiaran, promosi media sosial, dan konsistensi program.

Penelitian ini berfokus pada objek yang belum banyak dikaji sebelumnya, yaitu mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang sebagai segmen pendengar Radio Trax FM. Kajian ini juga memiliki kekhasan pada lokasi penelitian di Palembang serta orientasi terhadap partisipasi aktif pendengar, bukan sekadar loyalitas atau jumlah audiens secara umum. Selain itu, masih terbatas penelitian yang menelaah secara mendalam strategi komunikasi radio yang disesuaikan dengan karakteristik, kebutuhan, dan perilaku media mahasiswa di era digital, sehingga studi ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai penerapan strategi komunikasi efektif dalam konteks penyiaran modern.

Berdasarkan fenomena penurunan minat radio Trax FM Palembang, dan masalah yang terjadi, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: "Bagaimana strategi komunikasi Radio Trax FM Palembang dalam meningkatkan partisipasi pendengar pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang? Serta Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Trax FM Palembang dalam meningkatkan partisipasi pendengar pada mahasiswa, dengan fokus pada inovasi program, promosi, dan pemahaman kebutuhan audiens guna mengatasi tantangan persaingan dan perubahan preferensi media di era digital. Penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi praktis bagi stasiun radio untuk mempertahankan relevansi di kalangan mahasiswa.

## Literature Review

Strategi komunikasi dalam konteks radio, khususnya untuk meningkatkan partisipasi pendengar mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, dapat dianalisis melalui teori Anwar Arifin tentang komunikasi massa (Herlina et al., 2023). Menurut Anwar Arifin dalam pengembangan teori strategi komunikasi yang menekankan pendekatan sistematis dan persuasif dalam komunikasi massa, di mana radio sebagai media memiliki peran penting dalam membangun hubungan dengan audiens. Teori ini mengintegrasikan elemen-elemen seperti pemahaman khalayak, penyusunan pesan, metode penyampaian, peran komunikator, dan pemilihan media untuk mencapai efektivitas komunikasi (Eva Yulia & Zamroji, 2024). Dalam konteks Trax FM Palembang, yang menargetkan segmen usia 15-35 tahun dengan fokus pada musik populer dan nilai sosial, teori Arifin dapat diterapkan untuk merancang strategi yang meningkatkan partisipasi mahasiswa melalui program-program dinamis yang disesuaikan dengan preferensi mereka, seperti lagu-lagu terkini dan pesan kebahagiaan. Teori ini relevan karena Arifin menyoroti pentingnya inovasi dalam era digital (Maslihan Su'ban Ma'ruf, 2025), di mana radio harus beradaptasi dengan media sosial dan streaming untuk mempertahankan relevansi di kalangan generasi muda seperti mahasiswa UIN Raden Fatah, yang sering menghadapi tantangan teknologi global.

Berdasarkan teori Anwar Arifin, strategi komunikasi radio melibatkan lima elemen kunci yang saling terkait untuk meningkatkan partisipasi pendengar. Elemen-elemen ini dapat dikaitkan langsung dengan praktik Trax FM Palembang dalam menarik mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, yang identik dengan "Trax Children" yang kreatif dan inovatif. Berikut adalah ringkasan yang lebih lengkap dan detail:

### *Mengenal khalayak*

Strategi merupakan rangkaian keputusan yang bersifat kondisional mengenai tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Karena itu, dalam menyusun strategi komunikasi, penting untuk mempertimbangkan kondisi serta situasi audiens. Langkah awal yang harus ditempuh adalah memahami karakteristik khalayak. Khalayak bersifat aktif, bukan pasif, sehingga hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat timbal balik dan saling memengaruhi. Komunikator dapat memengaruhi audiens, namun pada saat yang sama komunikator juga dapat dipengaruhi oleh komunikan.

### *Penyusunan pesan*

Setelah karakteristik khalayak dan situasinya dipahami secara jelas, langkah berikutnya dalam merumuskan strategi komunikasi adalah menyusun pesan, yaitu menentukan tema dan materi yang mampu menarik perhatian. Terkait penyusunan pesan, Wilbur Scramm dalam Onong Uchjana (Didik Hariyanto, 2021) menjelaskan beberapa kriteria yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi, yaitu:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga mampu memengaruhi serta menarik perhatian audiens yang dituju.
2. Pesan perlu menggunakan simbol atau tanda yang sesuai dengan pengalaman bersama antara komunikator dan komunikan agar mudah dipahami.
3. Pesan harus mampu membangkitkan kebutuhan personal komunikan serta menawarkan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
4. Pesan juga harus memberikan solusi yang sesuai dengan kondisi kelompok tempat komunikan berada ketika ia diharapkan memberikan respons.

### *Metode penyampaian*

Berkenaan dengan metode penyampaian pesan, dalam kajian komunikasi metode tersebut dapat ditinjau dari dua sudut pandang, yaitu berdasarkan cara pelaksanaannya dan berdasarkan bentuk isinya. Penjelasan lebih lanjut menunjukkan bahwa aspek pertama menitikberatkan pada proses pelaksanaan komunikasi tanpa mempertimbangkan isi pesan, sedangkan aspek kedua melihat komunikasi dari bentuk pernyataan atau pesan yang disampaikan. Pemilihan metode komunikasi harus disesuaikan dengan karakteristik pesan, kondisi khalayak, ketersediaan fasilitas, serta biaya yang diperlukan.

Anwar Arifin mengemukakan beberapa metode komunikasi yang dianggap efektif, antara lain:

1. Redundancy (repetition), yaitu metode memengaruhi khalayak melalui pengulangan pesan secara bertahap sebagaimana sering digunakan dalam propaganda. Pengulangan memungkinkan meningkatnya peluang perhatian khalayak, memudahkan pengingatan pesan penting, serta memberikan kesempatan bagi komunikator untuk memperbaiki kesalahan sebelumnya.

2. Canalizing, yakni metode di mana komunikator terlebih dahulu memahami karakteristik komunikan, seperti kerangka acuan dan pengalaman mereka, untuk kemudian menyusun pesan dan metode penyampaian secara sesuai. Tujuannya adalah agar pesan dapat diterima terlebih dahulu sebelum dilakukan upaya perubahan sikap sesuai keinginan komunikator.

3. Informatif, yaitu metode memengaruhi khalayak dengan memberikan informasi secara apa adanya berdasarkan fakta, data, atau pendapat yang dapat dipertanggungjawabkan, sehingga komunikan memiliki kesempatan untuk menilai, mempertimbangkan, serta mengambil keputusan secara rasional.

4. Persuasif, yaitu metode memengaruhi komunikan melalui bujukan, di mana komunikan cenderung tidak diberi ruang untuk berpikir kritis dan dapat terpengaruh secara tidak sadar.

5. Edukasi (educative method), yaitu metode memengaruhi khalayak melalui pesan yang bersifat mendidik dengan menyampaikan gagasan yang didasarkan pada fakta, pendapat, dan pengalaman yang valid. Meskipun memerlukan waktu lebih lama dibandingkan metode persuasif, metode ini menghasilkan pengaruh yang lebih mendalam.

6. Cursive method, yaitu metode memengaruhi khalayak melalui pemaksaan, di mana pesan cenderung berisi ancaman atau intimidasi. Metode ini biasanya hadir dalam bentuk peraturan, instruksi, atau tekanan, serta umumnya didukung oleh kekuatan otoritas tertentu agar pelaksanaannya lebih efektif.

#### *Peran komunikator*

Dalam suatu proses komunikasi, komunikator memegang peranan strategis dalam menentukan efektivitas penyampaian pesan. Terdapat dua faktor penting yang memengaruhi keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Agar pesan dapat diterima secara optimal oleh audiens yang dituju, komunikator harus memiliki tingkat kredibilitas yang memadai. Kredibilitas ini mencakup dua komponen utama: pertama, *expertise* atau keahlian, yang berarti komunikator harus memiliki kompetensi dan kemampuan yang diakui oleh khalayak; dan kedua, *trustworthiness* atau dapat dipercaya, yaitu kemampuan komunikator membangun dan mempertahankan kepercayaan dari khalayak sasaran.

#### *Pemilihan media*

"Seorang komunikator, dalam upaya mencapai sasaran komunikannya, perlu memilih salah satu atau kombinasi dari berbagai media komunikasi yang tersedia, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Pemilihan media tersebut juga dipengaruhi oleh jenis pesan yang akan disampaikan serta teknik komunikasi yang digunakan. Dalam konteks ini, bahasa merupakan instrumen utama dalam proses komunikasi. Pesan yang disampaikan melalui bahasa dapat berbentuk pesan verbal maupun nonverbal. Pesan verbal merupakan pesan yang dapat diekspresikan melalui rangkaian kata, baik secara lisan maupun tulisan. Sementara itu, pesan nonverbal diwujudkan melalui gerak tubuh, ekspresi wajah, intonasi suara, dan bentuk-bentuk komunikasi nonverbal lainnya.

Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas strategi komunikasi radio dalam meningkatkan loyalitas atau jumlah pendengar, kajian yang secara spesifik menyoroti strategi komunikasi Radio Trax FM Palembang dalam meningkatkan partisipasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang masih belum ditemukan. Sebagian besar studi terdahulu berfokus pada konteks radio dakwah atau stasiun radio komersial dengan karakteristik audiens yang berbeda, sehingga belum memberikan gambaran mendalam mengenai strategi komunikasi yang efektif untuk menjangkau segmen mahasiswa di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk memberikan analisis komprehensif mengenai pendekatan komunikasi yang digunakan Trax FM

Palembang serta kontribusinya terhadap peningkatan partisipasi pendengar muda, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis bagi pengembangan media radio agar tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika media digital.

## Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Hafni Sahir, 2021) yang bertujuan menggambarkan strategi komunikasi Radio Trax FM Palembang dalam meningkatkan partisipasi pendengar dari kalangan mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Pendekatan ini menekankan pemahaman mendalam terhadap perilaku, pengalaman, serta interaksi sosial subjek penelitian melalui uraian verbal yang sistematis dan kontekstual (Sulaiman Saat & Sitti Mania, 2020). Penelitian berlandaskan pada paradigma post-positivisme yang menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam mengamati realitas secara kritis dan reflektif (Mukhtadi, 2019).

### *Sumber dan Informan Penelitian*

Informan penelitian terdiri atas dua kelompok utama, yaitu:

1. Pihak internal Radio Trax FM Palembang, meliputi:

Informan 1 Muhammad Denny (MD) selaku Manajer Radio Trax FM. Dan Informan 2 Oke Prima Bestary (OPB), selaku Produser sekaligus Penyiar.

2. Pendengar aktif dari kalangan mahasiswa Prodi KPI UIN Raden Fatah Palembang, sebanyak 2 orang, yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (a) aktif mendengarkan siaran Trax FM minimal tiga kali seminggu, (b) berasal dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), (c) mewakili jenis kelamin laki-laki dan perempuan secara seimbang (1:1), dan (d) memiliki pengalaman berinteraksi melalui media sosial atau kegiatan *off-air* Trax FM.

### *Teknik Pengumpulan Data*

Data primer diperoleh melalui wawancara terstruktur dan semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

1. Wawancara dilakukan secara langsung di studio Radio Trax FM Palembang, Jalan Letda A. Rozak No. A9, Rukun Taman Harapan Indah, Ilir Timur II, Palembang. Setiap sesi wawancara berlangsung selama 15–35 menit, direkam menggunakan alat perekam digital dengan persetujuan informan, kemudian ditranskripsi secara verbatim untuk menjaga keakuratan makna.
2. Observasi dilakukan selama proses siaran dan interaksi di media sosial radio guna memahami pola komunikasi penyiar serta respons pendengar.
3. Dokumentasi mencakup pengumpulan data dari log siaran, arsip kegiatan, profil media sosial, serta referensi pustaka pendukung (Tamaulina Br. Sembiring et al., 2023).

### *Teknik Analisis Data*

Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman dalam (Hafni Sahir, 2021) yang meliputi tiga tahap utama:

1. Reduksi data, yaitu proses seleksi, penyederhanaan, dan pemfokusan data mentah hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Penyajian data, yakni penyusunan informasi dalam bentuk narasi tematik dan matriks temuan untuk memudahkan interpretasi.
3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, dengan mengidentifikasi pola, hubungan antarkonsep, serta kesesuaian temuan dengan teori strategi komunikasi.

### *Uji Keabsahan Data*

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu (Pasaribu et al., 2022).

1. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari manajer, penyiar, dan mahasiswa.
2. Triangulasi teknik mencakup konfirmasi silang antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Triangulasi waktu dilakukan dengan pengumpulan data dalam tiga periode berbeda sebelum, saat, dan setelah kegiatan *on-air* dan *off-air* guna memastikan konsistensi hasil penelitian.

Seluruh proses analisis dilakukan secara berulang untuk memastikan temuan yang akurat, kredibel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

## Results and Discussion

Kajian dalam penelitian ini mencakup empat aspek utama, yaitu: (1) strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Trax FM, serta (2) Partisipasi Mahasiswa UIN Raden Fatah dalam mendengarkan Radio Trax FM Palembang.

### *Strategi Komunikasi Radio Trax FM Palembang*

Setelah melakukan penelitian terhadap pihak manajemen Radio Trax FM, peneliti merumuskan berbagai temuan yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh stasiun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sasaran utama Radio Trax FM adalah generasi muda, yang diwujudkan melalui penyajian program siaran dengan komposisi sekitar 80% berupa musik yang sesuai dengan preferensi pendengar muda

Musik berperan sebagai media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan atau mentransmisikan pesan. Fungsi sosialisasi musik tercermin melalui lirik dan makna yang terkandung di dalamnya, di mana unsur musikal beserta nilai-nilai yang dibawanya diterima oleh masyarakat dan terus diwariskan antar generasi sebagai bagian dari proses pewarisan budaya (Fadilah Hamdi et al., 2024). Strategi komunikasi, sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, merupakan suatu proses perencanaan yang bertujuan untuk merumuskan rancangan kegiatan atau pola pikir dalam upaya menghadapi dan menjangkau target pendengar secara efektif.

Strategi merupakan salah satu elemen esensial yang perlu mendapat perhatian dalam kegiatan penyiaran radio. Sebab, sebesar dan seprofesional apa pun suatu organisasi atau lembaga, tanpa penerapan strategi komunikasi yang tepat dalam proses penyiaran, tujuan yang diharapkan sering kali tidak dapat tercapai secara optimal. (Bakhri, 2020b) Oleh karena itu, Radio Trax FM perlu memaksimalkan pemanfaatan media massa melalui penerapan strategi komunikasi yang tepat pada setiap program siarannya guna meningkatkan tingkat partisipasi pendengar.

Radio Trax FM memiliki visi untuk berkontribusi terhadap perkembangan musik melalui media udara. Dengan semangat tersebut, stasiun ini telah mengalami kemajuan signifikan dari yang pada tahun 2016 masih terbatas dalam kegiatan penyiaran karena belum memiliki penyiar dan hanya menayangkan lagu-lagu, kini telah berkembang dengan menghadirkan penyiar profesional yang mampu mengelola program siaran secara lebih interaktif dan berkualitas.

Dalam kajian teori komunikasi, Anwar Arifin menjelaskan bahwa pengembangan strategi komunikasi memerlukan perencanaan yang sistematis melalui beberapa tahapan tertentu (Herlina et al., 2023). Langkah-langkah tersebut menjadi acuan dalam penyusunan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Trax FM, yaitu sebagai berikut:

#### a. Mengenal Sasaran Komunikasi

Pemahaman terhadap sasaran komunikasi merupakan tahap awal yang krusial bagi komunikator dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Menurut Effendy dalam (Didik Hariyanto, 2021), komunikasi yang efektif hanya dapat tercapai apabila komunikator mengenali dengan baik karakteristik, kebutuhan, serta minat khalayaknya. Dalam konteks penelitian ini, Radio Trax FM Palembang mengidentifikasi mahasiswa UIN Raden Fatah sebagai segmen penting dalam memperluas jangkauan audiens muda di Palembang.

Salah satu bentuk adaptasi terhadap karakteristik audiens adalah penyusunan program musik bernuansa religius, seperti pemutaran lagu sholawat, yang relevan dengan identitas mahasiswa UIN sebagai komunitas Islam. Pendekatan ini memperlihatkan kemampuan stasiun untuk menyesuaikan pesan sesuai nilai-nilai dan budaya pendengarnya.

Informan dari Tim Produksi Trax FM, (OPB), menjelaskan secara singkat: *"Kita manfaatin medsos dari masing-masing penyiar, suka ada interaksi di Instagram."* Melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, Radio Trax FM dapat mengenali preferensi pendengar berdasarkan respons dan interaksi yang muncul di platform digital. Hal ini menunjukkan penerapan komunikasi dua arah (two-way communication) yang memungkinkan terjadinya umpan balik cepat antara penyiar dan pendengar.

Selain sebagai sarana interaksi, media sosial juga membantu Trax FM melakukan segmentasi

audiens. Sebagian besar mahasiswa UIN Raden Fatah termasuk dalam kategori pengguna aktif media sosial, sehingga pemanfaatan platform ini menjadi langkah strategis untuk menjalin kedekatan dengan khalayak. Temuan ini selaras dengan pandangan Rakhmat dalam (Muslikhah et al., 2024) yang menegaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kesesuaian pesan dengan latar belakang sosial dan psikologis audiens.

#### b. Menyusun Pesan

Penyusunan pesan merupakan tahap inti dalam strategi komunikasi. Menurut Rogers dalam (Hanani, 2017), pesan yang efektif harus memenuhi tiga syarat utama: relevan dengan kebutuhan khalayak, disampaikan dengan gaya yang sesuai, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

Radio Trax FM menyusun pesan komunikatif dengan menghadirkan beragam topik siaran yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, seperti musik, gaya hidup, dan isu sosial. Program *Morning Zone*, yang dibawakan oleh penyiar Ari Cikhuy dan Fadlan, menjadi salah satu program unggulan yang paling diminati mahasiswa karena gaya siarannya ringan, interaktif, dan humoris.

Informan (OPB) menuturkan secara singkat: *“Program pagi paling disukai karena penyiarnya Ari dan Fadlan, yang memang digandrungi anak-anak mahasiswa.”* Pesan yang disampaikan dalam program Trax FM juga bersifat fleksibel. Sekitar 80% materi disusun oleh tim lokal, sementara 20% berasal dari pusat (Trax FM Jakarta). Fleksibilitas ini memberi ruang bagi penyiar untuk menyesuaikan topik dengan konteks sosial mahasiswa Palembang.

Pendekatan ini menunjukkan penerapan prinsip Uses and Gratifications Theory (Syafriana & Si, 2022), di mana audiens aktif memilih konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minatnya. Dengan demikian, keberhasilan pesan Trax FM tidak hanya terletak pada isi, tetapi juga pada kemampuan stasiun memahami motivasi dan kepuasan audiensnya.

#### c. Menetapkan Metode Komunikasi

Pemilihan metode komunikasi yang tepat berpengaruh besar terhadap efektivitas penyampaian pesan. Menurut Effendy dalam (Didik Hariyanto, 2021), metode komunikasi mencakup cara penyampaian dan sarana yang digunakan agar pesan diterima secara optimal oleh sasaran. Radio Trax FM menerapkan dua metode utama berdasarkan pelaksanaan dan isi pesan.

Berdasarkan pelaksanaannya, Trax FM menggunakan dua bentuk siaran: on air di studio dan live streaming di luar studio. Manager Trax FM (D) menyebutkan: *“Kami punya dua jenis siaran, di studio dan live streaming di tempat acara.”* Siaran on air mencakup program harian seperti *Morning Zone* dan *Kompak Bareng*, sedangkan live streaming biasanya dilakukan saat acara musik di mall atau kampus. Pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip komunikasi multichannel (multi-channel communication), yaitu menggabungkan berbagai saluran untuk memperkuat jangkauan pesan (Littlejohn & Foss, 2011).

Berdasarkan isi siarannya, Trax FM menerapkan tiga bentuk pendekatan: informatif, edukatif, dan persuasif. Program *Morning Zone* bersifat informatif, sementara *Kompak Bareng* dan *Trax Night Out* lebih menonjolkan unsur edukatif dan persuasif dengan tema sosial dan budaya anak muda. Penerapan ini sesuai dengan fungsi media massa menurut Lasswell dalam (Didik Hariyanto, 2021), yakni memberi informasi, mendidik, dan menghibur masyarakat.

#### d. Peran Komunikator

Peran komunikator menjadi aspek vital dalam strategi komunikasi, sebab keberhasilan pesan sangat bergantung pada kredibilitas dan daya tarik sumber. Menurut Hovland, Janis, dan Kelley dalam (Effy et al., 2020), efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh kredibilitas (credibility), daya tarik (attractiveness), dan keahlian (expertise) komunikator. Salah satu Informan penyiar Trax FM (OPB) menjelaskan: *“Biasanya kita sering interaksi di on air dan off air, juga lewat medsos supaya pendengar merasa dekat.”* Pernyataan ini menunjukkan bahwa penyiar berperan tidak hanya sebagai pembaca naskah, tetapi juga sebagai pembangun hubungan emosional dengan pendengar. Hal ini menggambarkan penerapan Teori Daya Tarik Komunikator (Source Attractiveness Theory), di mana kehangatan dan keakraban penyiar meningkatkan kepercayaan serta loyalitas pendengar (Effy et al., 2020).

Selain itu, penyiar juga berfungsi sebagai opinion leader, yakni figur yang mampu memengaruhi sikap dan preferensi pendengar. Peran ini sejalan dengan Teori Dua Langkah

Aliran Komunikasi (Two-Step Flow Theory) yang menegaskan bahwa pengaruh media sering disalurkan melalui tokoh perantara yang dipercaya audiens. Dengan demikian, keberhasilan Trax FM dalam menarik partisipasi mahasiswa tidak lepas dari kemampuan komunikator membangun kedekatan dan kredibilitas di mata pendengar.

e. Pemilihan Media Komunikasi

Pemanfaatan media komunikasi oleh Radio Trax FM menunjukkan penerapan prinsip konvergensi media. Selain menyiarkan melalui saluran radio FM, Trax FM juga menggunakan berbagai platform digital seperti *traxonsky.com*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini mencerminkan Teori Integrasi Media (Media Integration Theory) yang dikemukakan oleh Jenkins dalam Nugroho & Arnold Simangunsong (2024), di mana keberhasilan organisasi media modern bergantung pada kemampuannya menggabungkan media tradisional dan media baru.

Radio Trax FM juga memanfaatkan teknologi Internet Live Streaming (ILS) agar pendengar dapat mengakses siaran melalui perangkat mobile kapan pun dan di mana pun. Strategi ini memperkuat interaktivitas antara penyiar dan pendengar serta memperluas jangkauan program ke luar wilayah siaran konvensional.

Namun, integrasi media digital juga menghadirkan tantangan, seperti kebutuhan adaptasi konten terhadap format visual dan keterbatasan jaringan internet di beberapa wilayah. Meski demikian, upaya Trax FM untuk memadukan media konvensional dan digital menunjukkan penerapan komunikasi lintas media (*cross-media communication*) yang efektif dalam membangun kedekatan dengan generasi muda, khususnya mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

*Partisipasi Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dalam mendengarkan Radio Trax FM Palembang*

Menurut Rakhmat dalam (Muslikhah et al., 2024), partisipasi pendengar merupakan bentuk keterlibatan aktif audiens dalam proses komunikasi yang diselenggarakan oleh media, baik melalui kegiatan mendengarkan, memberikan umpan balik, maupun berinteraksi secara langsung dengan media. Dalam konteks radio, partisipasi dapat dilihat melalui lima indikator utama: (1) Konten Relevan, (2) memberikan tanggapan/interaksi, (3) mengikuti kuis dan menghadiri event off-air. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan mahasiswa, faktor utama yang mendorong partisipasi mereka Adalah;

*konten yang relevan*

konten yang relevan merupakan personalitas penyiar yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, serta gaya penyiaran yang kreatif dan menghibur. Sebagaimana diungkapkan oleh informan (M): *"Program-programnya interaktif, informatif, tapi tetap menghibur. Penyiar-penyiar juga kreatif dan fun, khas anak muda."* Sementara informan (R) menambahkan: *"Lagu-lagunya bagus, cara penyampaiannya juga enak didengar."*

Temuan ini memperlihatkan bahwa daya tarik personal penyiar dan gaya penyampaian pesan merupakan elemen penting yang memengaruhi partisipasi pendengar muda. Faktor tersebut selaras dengan pandangan Witherington bahwa minat adalah perhatian terhadap suatu objek yang disertai perasaan senang dan keterlibatan emosional terhadapnya.

Dari sisi penyiar, strategi komunikasi yang digunakan mencakup penggunaan bahasa siaran yang realistis dan relevan dengan kehidupan mahasiswa, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi dua arah. Salah satu Informan penyiar (OPB) menjelaskan: *"Kita pakai bahasa yang real dengan kehidupan pendengar, bahas topik yang relate dengan kehidupan sehari-hari... kita manfaatin juga medsos masing-masing penyiar buat interaksi."* Selain itu, kemistri antarpemsiar juga menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana siaran yang alami dan menarik. Informan (OPB) juga menyebutkan: *"Kalau ada kemistri di antara penyiar, suasananya jadi hidup. Kita saling tahu gaya masing-masing, jadi siaran terasa natural."*

*Interaksi*

Pada pola interaksi mahasiswa memanfaatkan platform Instagram, partisipasi mahasiswa terlihat dalam bentuk **like**, **komentar**, **share**, dan **voting** pada konten interaktif yang diunggah akun resmi Trax FM Palembang. Konten yang paling banyak menarik perhatian mahasiswa



adalah **kuis berhadiah, reques lagu**. Beberapa mahasiswa mengatakan bahwa interaksi di Instagram lebih praktis dan cepat dibandingkan mengikuti siaran langsung. Informan (M) mengatakan *"Aku sering komen atau ikut polling di akun Instagram Trax FM karena lebih gampang, tinggal klik saja. Kalau lagi senggang baru dengar siaran live-nya"*.

Partisipasi mahasiswa dalam bentuk *like, komentar, share*, dan *voting* menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih bentuk keterlibatan yang instan, mudah, dan tidak membutuhkan banyak waktu. Media sosial seperti Instagram menyediakan mekanisme interaksi yang sederhana dan tidak memerlukan komitmen waktu panjang, berbeda dengan mendengarkan siaran radio secara langsung yang membutuhkan perhatian penuh.

Temuan ini sejalan dengan karakteristik generasi muda saat ini, yang dikenal sebagai generasi dengan kecenderungan *mobile-oriented*, cepat berpindah konten, dan lebih memilih format visual yang ringkas. Dengan demikian, interaksi di Instagram menjadi bentuk partisipasi yang lebih sesuai dengan gaya konsumsi media mahasiswa.

#### *Event Off-Air*

Untuk memperkuat partisipasi mahasiswa, Trax FM juga menerapkan strategi berbasis aktivitas luar siaran (*off-air activities*), seperti event musik, lomba kreatif, kuis berhadiah, dan kegiatan kampus. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi program siaran, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun **kedekatan emosional** antara mahasiswa dan Trax FM. Kehadiran radio dalam ruang aktivitas mahasiswa membuat mahasiswa merasa lebih dekat, terlibat, dan menjadi bagian dari komunitas pendengar yang aktif.

Salah satu informan penyiar yaitu (OPB) menjelaskan: *"Event musik di kampus dan kuis-kuis itu efektif banget buat narik mahasiswa, apalagi yang ngekos, karena bisa dapat uang jajan dan hiburan."* Temuan ini diperkuat oleh respons mahasiswa yang berpartisipasi langsung dalam event tersebut. Mahasiswa menganggap kegiatan off-air Trax FM sebagai ajang hiburan sekaligus ruang interaksi sosial yang menyenangkan.

**Menurut Informan Mahasiswa KPI (R)**, *"Saya pernah ikut event Trax FM waktu mereka datang ke kampus. Acaranya seru, banyak games, dan suasananya rame banget. Yang paling bikin senang itu bisa ketemu penyiar langsung dan dapat hadiah kecil-kecilan."* Tanggapan lain dari Informan (M) juga menunjukkan bahwa event menjadi salah satu alasan mahasiswa tetap mengikuti akun dan aktivitas Trax FM: *"Kalau ada event Trax FM biasanya saya ajak teman-teman ikut. Soalnya acaranya nggak ngebosenin, kadang ada live music, foto bareng, atau kuis dadakan. Jadi lebih terasa dekat sama radionya."*

Dari data tersebut bahwasannya mahasiswa KPI UIN Raden Fatah Palembang menunjukkan partisipasi langsung yang cukup tinggi dalam event off-air Radio Trax FM, seperti event musik, games, dan kegiatan kampus. Partisipasi ini dipengaruhi oleh suasana acara yang meriah, kesempatan bertemu penyiar secara langsung, serta adanya hiburan dan hadiah yang menarik. Hal tersebut terlihat dari pernyataan informan mahasiswa yang merasa acara Trax FM *"seru, rame, dan tidak membosankan,"* serta sering mengajak teman-temannya untuk ikut. Kegiatan off-air ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang interaksi sosial yang membuat mahasiswa merasa lebih dekat dengan Trax FM dan mendorong mereka untuk terus mengikuti aktivitas radio tersebut.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, dapat dianalisis bahwa partisipasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang terhadap Radio Trax FM Palembang didorong oleh kombinasi antara relevansi konten, kedekatan emosional dengan penyiar, serta strategi komunikasi yang interaktif dan adaptif terhadap gaya hidup mahasiswa. Konten siaran yang sesuai dengan realitas kehidupan kampus dan minat generasi muda menciptakan rasa keterhubungan yang kuat antara pendengar dan program siaran. Gaya penyiaran yang kreatif, santai, dan *"fun"* menjadikan mahasiswa tidak hanya sebagai pendengar pasif, tetapi juga sebagai peserta aktif yang terlibat dalam interaksi melalui media sosial, kuis, dan kegiatan off-air.

Keberhasilan penyiar membangun kedekatan personal serta menghadirkan suasana siaran yang natural memperkuat daya tarik program dan menumbuhkan loyalitas audiens. Selain itu, kegiatan off-air seperti event musik dan promosi kampus berperan penting dalam memperluas jangkauan komunikasi dan membentuk komunitas pendengar yang partisipatif. Dengan demikian, partisipasi mahasiswa terhadap Radio Trax FM Palembang mencerminkan bentuk

keterlibatan audiens modern yang bersifat dua arah, emosional, dan berbasis pengalaman sosial, sejalan dengan prinsip Uses and Gratifications Theory, di mana mahasiswa secara aktif memilih, menikmati, dan berinteraksi dengan media yang memenuhi kebutuhan hiburan, identitas, dan keterhubungan sosial mereka.

### Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Radio Trax FM Palembang dirancang secara terencana dan adaptif terhadap karakter audiens muda, khususnya mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. Penerapan strategi yang mencakup pemahaman audiens, penyusunan pesan yang relevan, penggunaan media multisaluran, penguatan peran komunikator, serta integrasi media digital terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi aktif mahasiswa. Bentuk partisipasi tersebut tampak melalui keterlibatan dalam mendengarkan program, berinteraksi di media sosial, mengikuti kuis, menghadiri event kampus, hingga bergabung dalam kegiatan internal radio. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi radio di era digital tidak lagi diukur hanya dari jumlah pendengar, melainkan dari tingkat keterlibatan audiens dalam proses komunikasi dua arah. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications, Two-Step Flow, dan Source Attractiveness, yang menegaskan pentingnya hubungan emosional dan partisipatif antara media dan khalayak. Adapun implikasinya bagi penelitian selanjutnya adalah perlunya kajian yang lebih luas mengenai efektivitas strategi komunikasi lintas platform digital serta analisis kuantitatif terhadap hubungan antara strategi komunikasi, partisipasi, dan loyalitas pendengar.

### References

- Bakhri, K. (2020). Strategi Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Pendengar. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(1), 51. <https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4608>
- Dhamayanti, M. (2019). Pemanfaatan Media Radio Di Era Digital. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3(2), 82–89. [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)
- Didik Hariyanto. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi (Ferry Adi Dharma & Djarot Meidi Utomo, Eds.). UMSIDA Press. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6081-32-7>
- Effy, O., Maryam, W., Psi, S., Ramon, M. S., Paryontri, A., & Psi, M. (2020). Buku Ajar Psikologi Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Dwi Nastiti). UMSIDA. <file:///C:/Users/user/Downloads/tanzil,+BUKU+AJAR+FULL+EFFY+WARDATI+&+RAMON.pdf>
- Yulia, E., & Zamroji, I. (2024). Strategi Komunikasi Tutor Dalam Mengentaskan Buta Baca Al-Qur'an Terhadap Anak Jalanan Di Smp Master Depok. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 7(1), 103–119. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v7i1.244>
- Fadilah Hamdi, M., Dina Pratiwi, I., & Tinggi Agama Islam Tebingtinggi Deli, S. (2024). Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Acara Melayu Di Radio Dis Fm Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Penelitian dan Ilmu Komunikasi*, 1(2), 45–49. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/atiz/article/view/110>
- Hafni, S, S. (2021). Metodologi Penelitian (M. S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.; Pertama). Penerbit KBM Indonesia. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Hanani, S. (2017). 7 mar\_buku\_komunikasi antar pribadi\_silfia hanani (Rose Kr).
- Herlina., Kahfi, M, A., Ganiem, L, M., Putri, S, S., Hasibuan, N., & Subchan, N., Kade, A. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi (Abdul Khakim, Ed.; Pertama). CV Basya Media Utama. <https://repos.dianhusada.ac.id/475/1/ILMU%20KOMUNIKASI%20REVISE.pdf>
- Ma'ruf, M, S. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram (@Brosispku) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Di Uin Suska Riau. <https://repository.uin-suska.ac.id/87212/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>
- Muslikhah, P. F., Ernawati, E., Pradia Nirwana, T., & Quddus, A. (2024). Ilmu Komunikasi (Febri Palupi M). INAIS Pree. <https://press.inais.ac.id/>
- Nugroho, A., & Arnold Simangunsong, B. (2024). Strategi Konvergensi Media Dalam Konten Hiburan Antv. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 94–114. <https://media.neliti.com/media/publications/265286-strategi-dan-praktik-konvergensi-media-p-3d2f7ec6.pdf>

- Pandya, Z. A. M. (2023). Strategi Marketing Communication Dalam Proses Client Service Di Radio Trax Fm Palembang Dalam Meningkatkan Kerjasama [Skripsi, Universitas Bina Darma]. [https://repository.unsri.ac.id/104441/3/RAMA\\_70201\\_07031281924087\\_2006088801\\_8938340022\\_01\\_front\\_ref.pdf](https://repository.unsri.ac.id/104441/3/RAMA_70201_07031281924087_2006088801_8938340022_01_front_ref.pdf)
- Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, W. K., & Aji, S. H. R. (2022). Metodologi Penelitian (Ahmad Muhaimin). Media Edu Pustaka. [www.mediaedupustaka.co.id](http://www.mediaedupustaka.co.id)
- Revinka, P. R. (2020). Manajemen Penyiaran Program Acara “Morning Zone” [Skripsi, Universitas Sriwijaya]. [https://repository.unsri.ac.id/104441/3/RAMA\\_70201\\_07031281924087\\_2006088801\\_8938340022\\_01\\_front\\_ref.pdf](https://repository.unsri.ac.id/104441/3/RAMA_70201_07031281924087_2006088801_8938340022_01_front_ref.pdf)
- Sulaiman Saat, & Sitti Mania. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian (Muzakkir, Ed.; Revisi). Pusaka Amaida. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/17954/1/Pengantar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Syafrina, A. E., & Si, M. (2022). Komunikasi Massa (Riana Kusumawati, Ed.; Pertama). CV. Mega Press Nusantara. [www.megapress.co.id](http://www.megapress.co.id)
- Tamaulina Br. Sembiring, Irmawati, Muhammad Sabir, & Indra Tjahya. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)\_removed (Bambang Ismaya, Adelia Maharani, Allysa Syatifa, & Utamirohmasari, Eds.; Pertama). CV. Saba Jaya Publisher. [http://repository.upm.ac.id/4211/1/Buku%20Ajar%20Metodologi%20Penelitian%20%28Teori%20dan%20Praktik%29\\_removed.pdf](http://repository.upm.ac.id/4211/1/Buku%20Ajar%20Metodologi%20Penelitian%20%28Teori%20dan%20Praktik%29_removed.pdf)