

**STRATEGI RADIO CINDRANADA AWIGRA DALAM
MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR
PERSAINGAN MEDIA DI ERA DIGITAL**

JURNAL

Oleh:

**PATHAMSYAH
NIM. 24.12.233146**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, POLITIK, ADMINISTRASI DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALANGKA RAYA
TAHUN 2026**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmad dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “STRATEGI RADIO CINDRANADA AWIGRA DALAM MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR PERSAINGAN MEDIA DI ERA DIGITAL”.

Penulis ucapan terima kasih kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi bimbingan, arahan, saran dan waktu kepada penulis, sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari dalam penulisan karya ilmiah ini masih belum sempurna, oleh karena itu penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini. Semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palangka Raya, 25 Juni 2026

STRATEGI RADIO CINDRANADA AWIGRA DALAM MEMPERTAHAKAN MINAT PENDENGAR PERSAINGAN MEDIA DI ERA DIGITAL

Radio Cindranada Awigra strategy for maintaining Listener loyalty in the era of Digital media Competition

Pathamsyah I^{1*}

Dr.H.Junaidi,SH.,M.I.K
om 2²

Rahmita Sari,M.A 3³

Pathamsyah I, Kota
Palangkaraya, Provinsi
Kalimantan Tengah, Indonesia

Dr.H.Junaidi,SH.,M.I.K
om 2, Kota Palangkaraya,
Provinsi Kalimantan Tengah,
Indonesia

Rahmita Sari,M.A 3,
Kota Palangkaraya, Provinsi
Kalimantan Tengah, Indonesia

*email: achoetfaizal@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi media masyarakat sehingga meningkatkan persaingan antar media, termasuk media radio. Kehadiran media sosial, platform *streaming*, dan layanan digital menuntut radio untuk beradaptasi agar tetap mampu mempertahankan minat pendengar. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya dalam mempertahankan minat pendengar di tengah persaingan media pada era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pemilik, pengelola, penyiar, serta pendengar Radio RCA yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio RCA menerapkan strategi diferensiasi program siaran melalui program unggulan seperti Musik Gairah Kerja (MGK), Pilihan Pendengar, serta program siraman rohani Islam yang dikembangkan melalui kerja sama dengan Universitas Islam Negeri Palangka Raya dan MTA Palangka Raya. Strategi tersebut diperkuat dengan komunikasi interaktif antara penyiar dan pendengar, pengelolaan sumber daya manusia melalui regenerasi penyiar secara berkelanjutan, serta pemanfaatan media digital sebagai media pendukung penyiaran. Sejak tahun 1972 hingga 2026, Radio RCA telah melibatkan 86 penyiar dan tetap mampu mempertahankan pendengar lintas generasi di tengah pesatnya perkembangan media digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Radio RCA dalam mempertahankan eksistensinya ditentukan oleh konsistensi program siaran, kedekatan dengan pendengar, pengelolaan sumber daya manusia, serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi tanpa meninggalkan identitasnya sebagai radio lokal.

Abstract

The development of information and communication technology has changed people's media consumption patterns, thereby increasing competition among media outlets, including radio. The presence of social media, streaming platforms, and digital services requires radio to adapt in order to continue maintaining listener interest. This study aims to analyze the strategy of Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya in maintaining listener interest amid media competition in the digital era. The research uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data were obtained through observation, in-depth interviews, and documentation with the owner, management, announcers, and listeners of Radio RCA selected using purposive sampling technique. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that Radio RCA implements a program differentiation strategy through flagship programs such as Musik Gairah Kerja (MGK), Pilihan Pendengar (Listeners' Choice), and Islamic spiritual programs developed in collaboration with Palangka Raya State Islamic University and MTA Palangka Raya. This strategy is strengthened by interactive communication between announcers and listeners, human resource management through continuous announcer regeneration, and the utilization of digital media as a supporting platform for broadcasting. From 1972 to 2026, Radio RCA has involved 86 announcers and has managed to retain listeners across generations amid the rapid development of digital media. This study concludes that the success of Radio RCA in maintaining its existence is determined by the consistency of its broadcast programs, closeness to listeners, human resource management, and the ability to adapt to technological developments without abandoning its identity as a local radio station.

Kata Kunci:

Strategi
Radio Cindranada Awigra
Dalam mempertahankan
loyalitas pendengar di era
persaingan Media digital

Keywords:

Radio Cindranada Awigra strategy
for maintaining
Listener loyalty in the era of
Digital media Competition.

Keywords: Radio strategy, listener interest, media competition, digital era, local radio, program differentiation, interactive communication, human resource management, Radio Cindranada Awigra

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi media masyarakat. Kehadiran internet, media sosial, podcast, serta berbagai platform *streaming* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan hiburan. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar media semakin ketat, termasuk bagi media radio yang selama ini dikenal sebagai salah satu media massa elektronik dengan karakteristik penyampaian informasi secara cepat, aktual, dan mampu membangun kedekatan emosional dengan pendengar. Menurut Masduki (2004), radio memiliki keunggulan pada kekuatan audio yang mampu menciptakan hubungan personal dengan audiens, sedangkan Harliantara et al. (2026) menyatakan bahwa radio perlu melakukan konvergensi media melalui pemanfaatan teknologi digital agar tetap mampu bersaing pada era digital.

Perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi memberikan tantangan bagi industri radio di Indonesia. Banyak stasiun radio mengalami penurunan jumlah pendengar akibat meningkatnya penggunaan media digital yang menawarkan konten lebih beragam dan mudah diakses. Kondisi tersebut juga terjadi di Kalimantan Tengah, di mana sejumlah radio swasta yang sebelumnya berkembang pesat kini tidak lagi beroperasi. Namun, Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya mampu mempertahankan eksistensinya sejak tahun 1972 hingga saat ini. Kemampuan RCA bertahan selama lebih dari lima dekade di tengah perubahan ekosistem media menunjukkan adanya strategi penyiaran dan pengelolaan organisasi yang layak dikaji lebih mendalam. Dalam perspektif komunikasi, strategi merupakan perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif (Effendy, 2009). Pada media radio, strategi diwujudkan melalui penyusunan program siaran, segmentasi pendengar,

pemanfaatan media digital, serta pembangunan hubungan yang baik dengan audiens. Hal tersebut sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, maupun interaksi sosial. Oleh karena itu, keberhasilan radio mempertahankan pendengar sangat dipengaruhi oleh kemampuannya memenuhi kebutuhan tersebut melalui program dan layanan yang relevan.

Penelitian mengenai strategi radio dalam mempertahankan pendengar telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Manuella dan Rusdi (2022) menemukan bahwa Radio Mustang 88 FM mempertahankan pendengar melalui pembaruan konten dan peningkatan *engagement* audiens. Nova Diansyah (2024) menunjukkan bahwa Radio Jak 101 FM menerapkan strategi konvergensi media, pemanfaatan media sosial, serta evaluasi program secara berkala. Sementara itu, Muhammad Rizky Nurhadiansyah (2023) menjelaskan bahwa Bens Radio mempertahankan loyalitas pendengar melalui strategi penyiaran berbasis budaya lokal. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut lebih banyak dilakukan pada radio di kota-kota besar dan belum mengkaji secara spesifik strategi radio lokal yang mampu bertahan dalam jangka waktu panjang di tengah pesatnya perkembangan media digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* mengenai strategi keberlangsungan radio lokal di daerah, khususnya di Kalimantan Tengah. Penelitian ini menempatkan Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya sebagai objek kajian karena merupakan salah satu radio swasta lokal yang tetap eksis di tengah menurunnya jumlah radio konvensional. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis strategi RCA dalam mempertahankan loyalitas pendengar melalui pengelolaan program siaran, pemanfaatan media digital, serta upaya membangun loyalitas audiens dalam konteks

radio lokal yang telah bertahan lebih dari lima puluh tahun. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi massa, khususnya mengenai strategi adaptasi media penyiaran lokal di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya dalam mempertahankan loyalitas pendengar di tengah persaingan media pada era digital. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola media penyiaran dalam menyusun strategi yang adaptif dan berkelanjutan serta memperkaya kajian ilmiah di bidang komunikasi massa dan penyiaran.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis strategi Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya dalam mempertahankan minat pendengar di era digital. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan informan yang terdiri atas pemilik, pengelola, dan penyiar Radio RCA yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Moleong, 2016; Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Diferensiasi Program Siaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar

Persaingan media pada era digital mendorong Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya untuk mempertahankan keunggulan melalui penyusunan program siaran yang memiliki karakteristik berbeda dari media lainnya. Strategi ini diwujudkan dengan mempertahankan program-program yang telah menjadi identitas radio sejak awal mengudara pada tahun 1972, sekaligus melakukan penyesuaian terhadap kebutuhan

dan preferensi pendengar. Konsistensi tersebut menjadi salah satu alasan Radio RCA tetap mampu mempertahankan eksistensinya di tengah meningkatnya penggunaan media digital sebagai sumber informasi dan hiburan.

Program Musik Gairah Kerja (MGK) menjadi salah satu program yang secara konsisten dipertahankan karena dirancang sebagai teman bagi masyarakat yang sedang beraktivitas. Penyajian lagu-lagu populer disesuaikan dengan suasana dan waktu siaran sehingga mampu memberikan hiburan tanpa mengurangi fungsi radio sebagai media informasi. Selain MGK, program Pilihan Pendengar merupakan program unggulan yang menjadi ciri khas Radio RCA. Program ini memberikan kesempatan kepada pendengar untuk meminta lagu favorit, mengirim salam, serta berinteraksi secara langsung dengan penyiar. Pola komunikasi tersebut menciptakan suasana siaran yang lebih hidup karena pendengar tidak hanya menikmati lagu, tetapi juga terlibat dalam proses siaran.

Keberagaman isi siaran juga menjadi bagian dari strategi diferensiasi Radio RCA. Selain menyajikan lagu-lagu pop, Melayu, dan dangdut sesuai selera masyarakat, radio ini tetap menyiarkan informasi lokal serta iklan layanan masyarakat yang berkaitan dengan kehidupan warga Kota Palangka Raya. Di samping program hiburan, Radio RCA secara konsisten mempertahankan program siraman rohani Islam. Pada awal penyelenggaraannya, materi dakwah disampaikan melalui pemutaran rekaman ceramah Zainuddin MZ. Seiring perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat, penyampaian materi dakwah kemudian dikembangkan melalui kerja sama dengan Universitas Islam Negeri Palangka Raya dan MTA Palangka Raya. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa Radio RCA mampu melakukan inovasi tanpa meninggalkan karakter program yang telah menjadi identitasnya.

Keberadaan berbagai program dengan karakter yang berbeda menunjukkan bahwa strategi Radio RCA tidak hanya berorientasi pada penyediaan hiburan, tetapi juga

berupaya memenuhi kebutuhan informasi, edukasi, dan nilai-nilai keagamaan masyarakat. Strategi ini menjadi nilai pembeda dibandingkan berbagai platform digital yang umumnya menawarkan konten berdasarkan algoritma dan cenderung bersifat individual. Dengan mempertahankan variasi program yang sesuai dengan karakter masyarakat lokal, Radio RCA berhasil menjaga relevansi siaran serta mempertahankan minat pendengar di tengah persaingan media yang semakin kompetitif.

Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Morissan (2018) yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu stasiun radio sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam menyusun program yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Pringle dan Starr (2006) juga menjelaskan bahwa diferensiasi program merupakan strategi penting untuk membangun identitas media sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, konsistensi Radio Cindranada Awigra dalam mempertahankan program unggulan, disertai penyesuaian terhadap perkembangan masyarakat, menjadi salah satu strategi utama dalam mempertahankan minat pendengar di tengah persaingan media pada era digital.

3.2 Strategi Membangun Kedekatan dengan Pendengar

Keberhasilan Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya dalam mempertahankan minat pendengar tidak hanya ditentukan oleh variasi program siaran, tetapi juga oleh kemampuannya membangun hubungan yang dekat dengan pendengar. Kedekatan tersebut diwujudkan melalui komunikasi yang bersifat interaktif sehingga pendengar tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam jalannya siaran. Strategi ini menjadi salah satu keunggulan Radio RCA di tengah perkembangan media digital yang umumnya menghadirkan komunikasi satu arah melalui algoritma dan konten yang telah dipersonalisasi.

Bentuk komunikasi interaktif tersebut dapat dilihat pada program Pilihan Pendengar, di mana pendengar

diberikan kesempatan untuk meminta lagu, menyampaikan salam, berbagi cerita, maupun memberikan tanggapan secara langsung kepada penyiar. Interaksi tersebut menciptakan suasana siaran yang lebih akrab dan membangun kedekatan emosional antara penyiar dengan pendengar. Penyiar tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai teman berdiskusi dan penghubung antara masyarakat dengan Radio RCA. Kondisi ini menjadikan setiap siaran memiliki karakter yang lebih hidup karena melibatkan partisipasi aktif dari pendengar.

Kedekatan yang dibangun Radio RCA juga tercermin dari keberagaman pendengarnya yang berasal dari berbagai kelompok usia. Pendengar senior seperti Bu Sunawiyah, Pak Toni, Rudy, Bu Nana, Bu Susi, Mak Sahrul, Abah Waesal, Umar, Karuhei, dan Pak Unding masih setia mengikuti siaran Radio RCA hingga saat ini. Di sisi lain, radio ini juga mampu menarik perhatian generasi muda, di antaranya Putri Ariani, Nur Halimah, Nana Ardian, Rin J, Lia, Yasmin, dan Dyra. Keberadaan pendengar lintas generasi tersebut menunjukkan bahwa program dan pola komunikasi yang diterapkan Radio RCA masih relevan dengan kebutuhan masyarakat serta mampu menjangkau segmen pendengar yang beragam. Hubungan yang telah terbangun dalam waktu yang panjang menjadi modal penting bagi Radio RCA dalam menghadapi persaingan media pada era digital. Pendengar tidak hanya menikmati isi siaran, tetapi juga memiliki rasa kedekatan dengan penyiar dan identitas radio sebagai media lokal. Kedekatan tersebut sulit diperoleh melalui platform digital yang lebih berfokus pada penyajian konten secara otomatis berdasarkan preferensi pengguna. Dengan demikian, komunikasi interaktif menjadi salah satu strategi yang mampu mempertahankan loyalitas pendengar sekaligus memperkuat posisi Radio RCA sebagai radio lokal yang tetap eksis di Kota Palangka Raya.

Temuan ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan,

informasi, serta interaksi sosial. McQuail (2010) juga menyatakan bahwa hubungan emosional antara media dan audiens merupakan salah satu faktor penting dalam membangun loyalitas pengguna media. Oleh karena itu, komunikasi dua arah yang secara konsisten diterapkan Radio RCA menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan minat pendengar di tengah persaingan media pada era digital.

3.3 Strategi Adaptasi terhadap Perkembangan Media Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi dan hiburan. Kehadiran media sosial, layanan *streaming*, dan berbagai platform digital mendorong setiap media penyiaran untuk terus berinovasi agar tetap mampu bersaing. Kondisi tersebut turut dihadapi oleh Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya. Meskipun demikian, radio ini tetap mampu mempertahankan eksistensinya sejak mulai mengudara pada tahun 1972 hingga tahun 2026 dengan tetap mengombinasikan penyiaran konvensional dan pemanfaatan media digital sebagai media pendukung komunikasi dengan pendengar.

Adaptasi yang dilakukan Radio RCA tidak mengubah karakter utama radio sebagai media yang mengedepankan komunikasi langsung dengan masyarakat. Siaran tetap disampaikan melalui frekuensi 101,8 FM, sementara media sosial dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi mengenai jadwal siaran, promosi program, serta media komunikasi dengan pendengar. Strategi tersebut memungkinkan Radio RCA tetap mempertahankan pendengar setia sekaligus memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat yang telah terbiasa menggunakan media digital.

Bentuk adaptasi lainnya terlihat dari pengembangan isi program siaran. Program siraman rohani Islam yang sebelumnya disiarkan melalui rekaman ceramah Zainuddin MZ kini dikembangkan melalui kerja sama dengan Universitas Islam Negeri Palangka Raya dan MTA Palangka Raya. Pengembangan tersebut menunjukkan bahwa Radio RCA tidak hanya

mempertahankan program yang telah menjadi identitasnya, tetapi juga melakukan pembaruan agar materi yang disampaikan lebih aktual dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Langkah ini menjadi salah satu bentuk inovasi yang mendukung keberlangsungan radio di tengah perubahan perilaku audiens.

Strategi adaptasi yang diterapkan Radio RCA sejalan dengan konsep konvergensi media yang menjelaskan bahwa media konvensional perlu memanfaatkan perkembangan teknologi tanpa meninggalkan karakteristik utamanya. Menurut Jenkins (2006), konvergensi media memungkinkan media tradisional dan media digital saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan audiens. Pendapat tersebut diperkuat oleh Harliantara et al. (2026) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga daya saing media penyiaran. Oleh karena itu, kemampuan Radio RCA mempertahankan identitas sebagai radio lokal sekaligus beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi strategi yang mendukung keberlangsungan serta minat pendengar di tengah persaingan media pada era digital.

3.4 Keberhasilan Strategi Radio Cindranada Awigra dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar

Penerapan berbagai strategi yang dilakukan Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan radio di tengah persaingan media pada era digital. Hal tersebut terlihat dari kemampuan Radio RCA mempertahankan keberadaan pendengar dari berbagai kelompok usia. Pendengar senior seperti Bu Sunawiyah, Pak Toni, Rudy, Bu Nana, Bu Susi, Mak Sahrul, Abah Waesal, Umar, Karuhei, dan Pak Unding masih setia mengikuti berbagai program siaran. Di sisi lain, Radio RCA juga mampu menjangkau pendengar dari kalangan generasi muda, di antaranya Putri Ariani, Nur Halimah, Nana Ardian, Rin J, Lia, Yasmin, dan Dyra. Keberadaan pendengar lintas generasi menunjukkan bahwa program siaran yang disajikan tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat

meskipun pola konsumsi media telah mengalami perubahan.

Kepercayaan masyarakat terhadap Radio RCA juga tercermin dari keberlanjutan kerja sama dengan berbagai pihak. Selain menjalin kerja sama dalam penyelenggaraan program siaran, Radio RCA masih dipercaya sebagai media promosi oleh sejumlah pengiklan, seperti Milton, Ultraflu, dan Neo Ultra CP. Keberadaan mitra pengiklan tersebut menunjukkan bahwa Radio RCA masih memiliki jangkauan pendengar yang dinilai potensial sebagai media komunikasi dan promosi. Dengan demikian, keberhasilan mempertahankan pendengar tidak hanya memberikan manfaat dari sisi penyiaran, tetapi juga mendukung keberlangsungan operasional radio.

Keberhasilan Radio RCA mempertahankan eksistensinya selama lebih dari lima dekade tidak terlepas dari kemampuan mengombinasikan program siaran yang khas, komunikasi interaktif, pengelolaan sumber daya manusia, serta adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Strategi tersebut menjadikan Radio RCA tetap memiliki posisi sebagai salah satu radio swasta yang mampu bersaing di tengah meningkatnya penggunaan media digital. Temuan ini sejalan dengan pendapat David (2017) yang menyatakan bahwa keberhasilan organisasi dipengaruhi oleh kemampuan memanfaatkan seluruh sumber daya dan peluang yang dimiliki untuk mempertahankan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, konsistensi Radio Cindranada Awigra dalam mengembangkan strategi penyiaran menjadi faktor utama yang mendukung keberhasilannya dalam mempertahankan minat pendengar di era digital.

KESIMPULAN

Radio Cindranada Awigra (RCA) Palangka Raya mampu mempertahankan loyalitas pendengar di tengah persaingan media pada era digital melalui penerapan beberapa strategi yang saling mendukung. Strategi tersebut meliputi diferensiasi program siaran dengan

1. mempertahankan program unggulan seperti **Musik Gairah Kerja** (MGK), Pilihan Pendengar, dan program siraman rohani Islam.
2. Memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan edukasi masyarakat.
3. Komunikasi interaktif antara penyiar dan pendengar.
4. Melalui permintaan lagu, penyampaian salam, dan dialog langsung berhasil membangun kedekatan emosional serta meningkatkan loyalitas pendengar dari berbagai kelompok usia.

Keberhasilan strategi tersebut juga didukung oleh pengelolaan sumber daya manusia yang berkelanjutan. Regenerasi penyiar yang terus dilakukan menjadikan Radio RCA sebagai radio swasta dengan jumlah penyiar terbanyak di Kota Palangka Raya, yaitu sebanyak 86 penyiar sejak tahun 1972 hingga 2026. Di samping itu, kemampuan Radio RCA beradaptasi dengan perkembangan teknologi, tanpa meninggalkan identitasnya sebagai radio lokal, serta dukungan pendengar dan mitra pengiklan turut memperkuat eksistensinya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam pengelolaan program, komunikasi yang dekat dengan pendengar, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan media menjadi faktor utama yang memungkinkan Radio Cindranada Awigra-RCA, tetap bertahan dan diminati masyarakat di era digital.

DATA RADIO

Data ini gabungan radio swasta + komunitas + RRI/LPPL yang masih aktif + beberapa yang sudah off air. Sumber utama dari daftar stasiun radio Kalimantan Tengah.

I. RADIO MASIH ON AIR - PALANGKARAYA & SEKITAR

A. Radio Swasta Komersial

Nama Radio	Frekuensi	
Keterangan		
Radio Canisa FM	102.6 FM	Swasta
Radio Snara	103.4 FM	Swasta
Radio Gema Madinah	104.2 FM	Swasta,
bernuansa religi		
Radio Stars FM	91.6 F	Swasta
*Radio Dian Mandiri Barigas	94.3 MHz	Swasta
Radio Evella FM	96.7 MHz	Swasta
Radio DCS FM	99.5 MHz	Swasta
T Radio	101.0 MHz	Swasta
Kalteng Pos Radio	101.0 MHz	Swasta,
milik Kalteng Pos Group		
Radio RCA FM	101.8 MHz	Swasta,
Radio RDS FM	105.0 MHz	Swasta

B. Radio Publik

Nama Radio	Frekuensi	
Keterangan		
RRI PRO 1 Palangkaraya	89.2 FM	RRI Programa 1
RRI PRO 2 Palangkaraya	92.4 FM	RRI Programa 2
RRI PRO 3 Palangkaraya	95.9 MHz	RRI Programa 3
RRI PRO 4 Palangkaraya	95.1 MHz	RRI Programa 4

2. RADIO KOMUNITAS DI PALANGKARAYA

Selain radio siaran diatas ada juga radio komunitas namun di Palangkaraya belum ada siaran radio Komunitas. Kebanyakan yang terdata masih swasta dan RRI.

3. RADIO YANG SUDAH OFF AIR / TIDAK BEROPERASI

Untuk radio di Palangkaraya sendiri, yang sudah off air. Yaitu :

1. Radio Hay Rasisonia.
2. Radio Navaria Gemilang.
3. Radio Gema Kahayan.
4. Radio Kalawet (dijual/ Take Over) sekarang menjadi Radio Ringin Agung.

5. Radio Barvo FM juga di Take Over sekarang menjadi Radio Gema Madinah.

TRANSLET WAWANCARA

**I Dengan Drs,H,Karnadi Effendy
(Pemilik Radio Cindra Nada Awigra-RCA).**

Pewawancara : Sejak kapan radio RCA ini berdiri dan apa yang melatar belakangi berdirinya radio RCA ini.

Nara sumber : Terima kasih. Radio RCA ini berdiri kalautanggal maupun bulannya saya sudah lupa tapi kalau tahunnya yaitu 1972.

Pewawancara : Apa yang melatar belakangi berdirinya radio ini.

Nara sumber : Ya terima kasih.asal muasal adanya siaran radio RCA ini sebenarnya berawal dari hobby saya ikut dalam komunikasi yang di istilahkan waktu itu “ngebrik”. Na saya dan beberapa teman teman biasa bersua di udara melalui ngebrik ini.setelah siangnya kan kami sibuk bekerja.malamnya saling menyapa melalui frekuensi radio.kami main di 80 meter band atau dengan nama lain Home Broasting disingkat dengan Humbro saja.Ngebrik di 80 meter Band ini caranya kita harus punya pemancar untuk mengudara dan radio penerima siarannya untuk memonitor baik frekuensi kita sendiri maupun siaran dari lawan bicara kita.Komunikasi 2 arahnya seperti itu.dan kami main di gelombang radio SW-shortwave.

Pewawancara : Barangkali bisa di jelaskan apa itu gelombang SW. Apa bedanya dengan siaran RCA sekarang di siaran FM

Nara sumber : jadi SW itu singkatan dari shortwave atau gelombang pendek, panjang gelombangnya 10 sampai 100 meter.

Nah berawal dari hobby itulah teman teman breakers menyarankan saya bikin radio siaran. Kebetulan mertua pandai merakit pemancar maka jadilah stasiun radio RCA. dulu pertama kali siaran kami di frekuensi SW di AM 1260 KHz. RCA awalnya singkatan dari Radio Civillian Antiq Rasisonia. itu tahun 1980an dan masa itu lagi jaya jayanya siaran radio. Iklan banyak baik lokal maupun Nasional hanya saja kita siaran masih menggunakan tape recorder untuk memutar lagu dan iklan dengan kaser pita. RCA dilengkapi juga dengan Piringan Hitam. Pada tahun 1990an ada Pemutihan seluruh ijin radio dan radio swasta ber alih ke frekuensi FM. Sejak itu RCA yang tadinya bernama Civillian Antiq berganti Nama menjadi Radio Cindranada Awigra.

Pewawancara : saya pernah dengar RCA kala itu sebuah stasiun radio yang paling banyak pendengarnya. itu karna apa.

Nara sumber : Pertama Program siarannya beragam Baik hiburan, Edukasi termasuk siaran sandiwara radio. salah satunya sandiwara Tutar Tinular dengan pemeran utama Ferry Fadli sebagai tokoh Sakti bernama Brama Kumbara. Kalau jam siar sandiwara itu mengudara semua penikmat, pendengar siaran radio numpuk di frekuensinya RCA. Yang kedua belum banyak kompetitor seperti sekarang. dulu Cuma ada siaran

Televisi Pemerintah yaitu Televisi Republik Indonesia-TVRI itupun siarannya di mulai pukul 17.00 dan mengudara hanya sampai pukul 23,00. Beda sekarang dengan kemajuan teknonolgi yang sangan luar biasa, siaran radio boleh dikata Hidup Segan Mati Tak Mau. Banyak kawan kawan siaran radio sekarang ini tutup, karna pemasukan tidak seimbang dengan pengeluaran.

Pewawancara : Nah ini pertanyaan inti saya. Tadi Bapak bilang banyak stasiun radio tutup karna pemasukan dan pengeluaran yang tidak seimbang. Bagaimana RCA ini bisa tetap eksis siaran dengan kondisi seperti sekarang ini.

Nara sumber : Ada beberapa yang saya lakukan untuk mempertahankan agar RCA tetap bisa mengudara. Kalau dulu dengan iklan saja sudah dapat siaran dengan lancar, namun karna banyaknya saingan maka iklan juga berkurang. maka saya menggali dana dengan melakukan kerjasama dengan Pemerintah setempat, kita bikin MOU siaran yakni menyampaikan program program instansi pemerintah, apa yang menjadi rencana, terus apa yang sudah diperbuat dan lain sebagainya. terus melakukan atau bermitra dengan Majelis pengajian. dengan mempergunakan siaran radio para majelis tersebut dapat menyampaikan programnya dengan lebih mudah dan murah. Langkah selanjutnya mengurangi tenaga penyiar. Memang kalau bicara Laba sekarang hampir tidak ada, tapi dengan bisa bertahan siaran saja saya sudah senang. karna seperti di awal tadi ini di landasi karna hobby.

Pewawancara : Pak Karnadi, saya sangat berterima kasih bapak sudah berkenan berbincang

bincang dengan saya tentang Radio Cindranada Awigra ini, semoga tetap bisa mengudara menyapa pendengar setianya.

Cindera artinya cahaya.sedangkan Nada bisa dibilang bunyi,suara atau irama lalu awigra yang tak terhalang,bebas atau luas.Irama cahaya yang bebas tak terhalang atau Gema Suara Indah Yang mengalun Luas.

REFERENSI

- Albarran, A. B. (2017). *The media economy*. Routledge.
- Ayu, G. A., Andika, S., & Syafril, R. (2024). Fungsi media Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Republik Indonesia (RRI) Padang dalam mengedukasi masyarakat. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, dan Sosial Humaniora*.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society*. Wiley-Blackwell.
- David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hapsari, D. T. (2018). Jurnalisme radio di era digital: Transformasi dan tantangan. *Masyarakat Indonesia*, 44(1).
- Harliantara, H., Sjucho, D. W., & Rutambuka, T. (2026). Media convergence in Indonesian radio: Integrating terrestrial and multiplatform broadcasting. *Kajian Jurnalisme*.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kustiawan, W., Nurlita, A., Siregar, A., Siagian, A. P., Rambe, S., & Sirait, M. F. (2023). Resistensi radio sebagai sarana informasi masyarakat di era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Kustiawan, W., Putri, A. S., Khairi, R. A., Rahmawati, L., Daulay, F. A., & Rambe, R. F. (2025). Sekilas perjalanan radio siaran di Indonesia: Transformasi dari era kolonial hingga digital. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Masduki. (2004). *Menjadi broadcaster profesional*. LKiS.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2018). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- Pringle, P. K., & Starr, M. F. (2006). *Electronic media management*. Focal Press.
- Romli, A. S. M. (2017). *Jurnalistik radio: Teknik produksi dan penyiaran*. Nuansa Cendekia.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.