

Analisis Strategi Komunikasi Radio Andika 105,7 FM Kediri Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram

Alferdo Satya Kurniawan

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: 2271600302@student.budiluhur.ac.id

ABSTRAK

Radio Andika FM, perusahaan radio siaran di Kediri yang berdiri sejak tahun 1989, mengusung konsep citizen journalism untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam menyebarkan informasi. Di tengah perkembangan teknologi dan menurunnya eksistensi radio, Radio Andika FM memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai bagian dari strategi komunikasinya. Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi Radio Andika FM dalam memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi dan tetap relevan di era digital. Dengan mengadopsi teori strategi komunikasi Anwar Arifin, penelitian ini menunjukkan bahwa mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi penggunaan media menjadi langkah-langkah penting dalam keberhasilan strategi komunikasi Radio Andika FM. Pemanfaatan Instagram dengan konten yang sesuai kebutuhan lokal audiens, penggunaan metode informatif, persuasif, dan edukatif, serta pemilihan media yang tepat, memungkinkan Radio Andika FM tetap menjadi sumber informasi yang terpercaya di Kediri dan sekitarnya.

Kata kunci: Media Sosial; Radio Andika FM; Strategi Komunikasi

PENDAHULUAN

Eksistensi radio menjadi menurun, dan digantikan oleh media lain seperti televisi dan internet. Berdasarkan data dari survey indikator sosial budaya Bada Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa presentase jangkauan pendengar radio di Indonesia berada di presentasi 13%, angka ini cukup memprihatinkan karena dua tahun sebelumnya pada 2016 jangkauan pendengar radio di Indonesia masih berada pada presentasi 38%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa radio masih tetap diminati walau angka pendengarnya menurun. Hal ini juga didukung oleh hasil survei literasi digital yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) yang bekerjasama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada oktober 2021 yang melibatkan 10.000 responden di 34 provinsi dengan rentang usia 13-70 tahun. Hasil survey menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak memanfaatkan media sosial untuk mendapat informasi dengan persentase mencapai 73% sedangkan persentase masyarakat mendengarkan radio dibawah 10%.

Dari kedua hasil survei diatas dapat dilihat bahwa radio harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang ada agar tidak ditinggalkan pendengarnya. Salah satunya adalah dengan melakukan strategi komunikasi dengan memanfaatkan media sosial, karena terjadi perkembangan (Setiawan et al. 2021).

Radio Andika FM merupakan perusahaan radio siaran di Kota Kediri yang berdiri pada tahun 1989 dengan frekuensi siaran 105,7 Mhz. Radio Andika FM mengusung konsep *citizen journalism*. *Citizen Journalism* dirancang oleh perusahaan media massa seperti radio untuk memberikan kesempatan kepada individu atau masyarakat dalam mengabarkan dan menyebarkan informasi yang ada disekitar mereka melalui laporan secara lisan, foto, video, maupun tulisan (Audra Indah Lestari and Ilham 2020). Radio Andika FM menyediakan wadah untuk masyarakat yang tidak memiliki latar belakang di bidang jurnalistik untuk dapat melakukan kegiatan jurnalisme ini, tujuannya adalah untuk saling berbagi informasi dan membantu sesama. Informasi didapat melalui masyarakat kemudian diolah oleh Radio Andika FM dan disajikan kembali untuk masyarakat di berbagai platform.

Ciri khas lain yang dimiliki oleh Radio Andika FM adalah berita-berita nya yang mayoritas merupakan berita lokal, dengan berfokus menyediakan berita lokal Radio Andika FM dapat lebih dekat dengan masyarakat sehingga menjadi media informasi terdepan dan terpercaya dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, khususnya karesidenan Kediri. Strategi komunikasi perlu dilakukan oleh Radio Andika FM sebagai upaya agar keberadaannya tetap terjaga di era perkembangan teknologi saat ini yang tengah banyak melahirkan media-media baru, selain itu dengan menjalankan strategi komunikasi maka Radio Andika FM dapat memperluas pasar mereka dan lebih dekat dengan masyarakat.

Radio Andika FM memanfaatkan media sosial Instagram dalam melakukan strategi komunikasi untuk proses penyebaran informasi. Pemanfaatan media sosial sebagai media pendamping radio ini merupakan bentuk adaptasi yang dilakukan oleh Radio Andika FM dalam mengikuti perkembangan zaman, sebagai sarana pendukung untuk menyebarkan informasi yang sebelumnya sudah disiarkan melalui radio (Novrica et al. 2017).

Instagram Radio Andika FM dengan nama akun *@radioandika*, memiliki pengikut sebesar 126.000 (Data terakhir Minggu 28 April 2024) dengan jumlah postingan sudah mencapai 15.700 postingan, dimana konten yang disajikan di dominasi oleh berita local seputar lalu lintas, kriminal, cuaca, kehilangan, dan peristiwa yang terjadi di sekitar Kediri atau di Provinsi Jawa Timur. Selain itu Radio Andika FM kerap kali memposting kegiatan mereka

seperti keikutsertaan dalam kegiatan yang ada di Kediri dan juga kegiatan mereka dalam hal berbagi kepada fakir miskin disana.

Media sosial bisa mengembangkan hubungan yang bersifat saling melengkapi dengan radio. Sehingga radio bisa memanfaatkan media sosial untuk lebih dekat dengan pendengarnya dan juga memudahkan pendengar untuk mencari informasi radio kesukaanya (Ineke Fadhillah et al. 2024). Berdasarkan pemaparan diatas dan melihat eksistensi radio yang semakin menurun saat ini maka harus ada upaya yang dilakukan agar radio tetap bisa bertahan untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk melakukan strategi komunikasi. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti melihat adanya urgensi untuk melakukan penelitian tentang bagaimana Radio Andika memanfaatkan Instagram mereka yang memiliki ratusan ribu pengikut dalam melakukan strategi komunikasi, sehingga penulis ingin mengetahui bagaimana strategi dari Radio Andika FM dalam memanfaatkan sosial media Instagram tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Teknik deskriptif , yang mana merupakan upaya untuk dapat menjawab pertanyaan dari riset dan juga rumusan masalah yang sesuai dengan keberadaan dari tiap variable yang diambil yang mana terdiri dari satu atau lebih variable (Sugiyono 2017). Teknik deskriptif dengan melakukan survey yang terkumpul sebuah informasi dengan menggunakan pengumpulan data literatur dalam pengumpulan datanya, agar hasil riset dapat memenuhi seluruh data dari permasalahan. Melalui metode tersebut maka didapatkan penjelasan dari rumusan masalah yaitu bagaimana strategi dari Radio Andika FM dalam memanfaatkan sosial media Instagram tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dijelaskan oleh (Anwar Arifin 2016) yakni strategi komunikasi adalah putusan bersyarat tentang tindakan yang perlu diambil untuk mencapai suatu tujuan. Singkatnya, ketika mengembangkan strategi komunikasi harus ada pertimbangan mengenai situasi-situasi yang mungkin akan dihadapi untuk mencapai perubahan pada publik. (Faizal Maghriza and Hasfi 2024) mengungkapkan bahwa dengan strategi yang baik maka akan tercipta citra yang menguntungkan yang dihasilkan oleh persepsi dan tindakan

dari khalayak sebagai sasaran dari sebuah strategi. Hal ini dapat dilihat bahwa opini publik akan lebih mudah untuk dipengaruhi dalam mencapai tujuan. Pelaksanaan strategi sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena diperlukan komitmen, sikap disiplin, dan pengorbanan. Dalam menyusun sebuah strategi komunikasi ada empat langkah yang harus diperhatikan agar tercipta komunikasi yang efektif. Berikut empat langkah perumusan strategi komunikasi menurut (Anwar Arifin 2016):

1) Mengetahui Khalayak

Memahami khalayak merupakan langkah awal dalam menyusun strategi komunikasi. Mengetahui dan memahami sikap khalayak akan mempermudah komunikator dalam menentukan model komunikasi apa yang tepat dan sesuai sehingga pesan yang disampaikan akan diterima dengan baik oleh komunikan. Mengetahui khalayak dapat dilakukan dengan mencari informasi tentang bagaimana tingkat pengetahuan khalayak mengenai topik yang akan dibahas dan media apa yang biasa mereka gunakan untuk menerima pesan.

2) Menyusun Pesan

Setelah memahami khalayak seperti apa dan bagaimana situasinya maka langkah selanjutnya adalah menyusun pesan apa yang akan disampaikan kepada khalayak. Pesan disampaikan secara langsung maupun melalui media komunikasi. Wilbur Schramm dalam (Anwar Arifin 2016) mengungkapkan agar pesan yang disampaikan efektif maka harus memenuhi syarat-syarat berikut:

- Perancangan pesan harus dibuat sebaik mungkin agar dapat menarik perhatian target khalayak.
- Pesan perlu menggunakan simbol atau tanda tertentu yang diketahui dan dipahami oleh target khalayak sehingga pesan akan lebih mudah untuk dimengerti.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan khalayak dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- Pesan yang dibuat untuk membangkitkan perhatian khalayak diharapkan dapat memberi timbal balik atau *feedback*.

3) Menentukan Metode

Menentukan metode dalam proses penyampaian pesan merupakan salah satu

hal yang penting karena akan membantu komunikasi menjadi efektif dan efisien.

4) Seleksi dan Penggunaan Media

Pemilihan media dalam melakukan strategi komunikasi harus selektif, komunikator harus bisa mengetahui dan menyesuaikan media apa yang cocok untuk digunakan. Media komunikasi yang tepat akan membuat pesan bisa diterima dengan baik. Media komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk menjalankan proses komunikasi. Setiap media komunikasi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing maka dari itu memilih media komunikasi yang tepat perlu dilakukan agar komunikasi bisa berjalan dengan efektif.

Radio

Siaahaan (2015) mengungkapkan bahwa radio unggul dalam hal kecepatan dan perluasan penyebaran pesan, serta proses produksi radio lebih sederhana dibanding media yang lain. Keunggulan lain dari radio adalah kemampuan untuk menciptakan imajinasi atau gambaran mengenai suatu hal melalui kata-kata yang diungkapkan oleh penyiar radio, istilah ini disebut dengan *theatre of mind*. Menurut (Siaahaan 2015) radio merupakan media massa yang memiliki ciri khas yang tak akan tergantikan yaitu *blind medium* karena hanya bisa dinikmati melalui suara dan memiliki tiga komponen utama yaitu kata yang diucapkan, musik, dan efek suara

Media Sosial

Media sosial merupakan media yang memiliki berbagai fungsi seperti alat untuk berkomunikasi dan menggali informasi. (Van Dijk 2013) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan platform media yang berfokus pada memberikan fasilitas kepada pengguna untuk beraktivitas dan berkolaborasi di dalamnya. Karena itu, media sosial dianggap sebagai fasilitator online yang dapat menguatkan hubungan antar pengguna untuk menciptakan ikatan sosial. Sedangkan menurut (Philip Kotler and Kevin Keller 2012) Media sosial dapat digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan berbagai macam konten kepada audiensnya dan begitu juga sebaliknya. Konten dapat berupa informasi teks, gambar, video, maupun audio.

Di dalam media sosial perusahaan maupun organisasi berinteraksi dengan audiensnya sehingga tercipta hubungan baik antar kedua pihak. (Rulli Nasrullah 2015) menjelaskan bahwa media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan media- media yang lain seperti jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten, dan penyebaran. Dengan karakteristik yang telah disebutkan maka membuat media

sosial.

Instagram

Kata dari Instagram memiliki dua arti yaitu kata "*Insta*", juga kata "*gram*" yang mana kata *insta* berarti instan atau cepat. Instagram merupakan aplikasi media sosial sebagai sarana berbagi foto dan video. Instagram sendiri telah menjadi bagian dari Facebook atau Meta jadi sangat populer dikalangan netizen karena dapat juga dimanfaatkan untuk mereka menekuni kegiatan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi (Muhammad Abel Prakasa 2023).

Strategi komunikasi penting dilakukan oleh perusahaan media termasuk perusahaan radio untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah ditentukan. Teknologi yang semakin berkembang mengharuskan perusahaan radio beradaptasi dengan media-media baru yang hadir agar tetap bisa berdiri dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Strategi komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai salah satu bentuk penguat bisnis perusahaan radio mengingat saat ini media sosial tengah banyak diminati oleh masyarakat untuk mencari informasi.

Menurut (Anwar Arifin 2016) dalam merumuskan strategi komunikasi ada empat langkah yang harus dilakukan, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi penggunaan media. Radio Andika FM sebagai radio berita juga melakukan strategi komunikasi yang sesuai dengan perumusan strategi komunikasi oleh Anwar Arifin dengan memanfaatkan media sosial.

- Mengenal Khalayak

Dalam hal ini Radio Andika FM sebagai radio berita yang berbasis di Kota Kediri tak hanya berfokus pada satu titik saja melainkan melebarkan pasar ke daerah lain yang ada di sekitar Kota Kediri seperti Nganjuk, Tulungagung, Blitar, dan Trenggalek untuk menjangkau audiens nya. Sebagai komunikator melakukan observasi terlebih dahulu bagaimana tingkat pengetahuan audiens, kapasitas audiens dalam menerima pesan melalui media yang digunakan yang akan berpengaruh pada berhasil atau tidaknya sebuah informasi disampaikan, dan letak geografis wilayah audiens.

Dalam hal ini Radio Andika pada akun instagram lebih banyak memberikan informasi atau berita yang bersifat lokal untuk menyesuaikan dengan basis mereka yang berada di Kediri dengan target audiens masyarakat karesidenan Kediri. Informasi mengenai peristiwa-

peristiwa yang terjadi disekitar masyarakat pasti akan lebih mudah untuk diterima dan di pahami oleh audiens. Pemanfaatan media sosial Instagram juga merupakan langkah yang tepat untuk menyampaikan informasi disamping radio yang merupakan media utama bagi Radio Andika FM karena saat ini media sosial menjadi kebutuhan *primer* di masyarakat untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan.

- Menyusun Pesan

Radio Andika FM menerapkan citizen journalism dalam memperoleh informasi. Informasi diperoleh dari masyarakat kemudian diteruskan untuk dapat menghubungi pihak terkait yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan pernyataan kemudian berita ditulis oleh tim redaksi yang selanjutnya dilakukan editing dan pengecekan sebelum di posting di Instagram. Radio Andika FM dalam memposting di akun Instagram nya dengan menyertakan foto atau yang menunjukkan keterangan peristiwa apa yang sedang terjadi. Selain menggunakan foto atau video sebagai suatu bentuk penyusunan pesan untuk menarik perhatian audiens.

Radio Andika FM juga menggunakan kaidah jurnalistik di dalam penulisan berita. Berita disajikan dalam bentuk narasi tanpa adanya kutipan dengan kata- kata yang singkat, padat, dan jelas sehingga diharapkan akan mempermudah audiens yang membaca. Selain itu dibubuhkan juga beberapa istilah dalam bahasa daerah atau bahasa asing dengan tujuan agar bisa lebih mudah dipahami oleh audiens. Untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Radio Andika FM menyediakan berbagai macam jenis informasi seperti lalu lintas, kriminal, ekonomi, politik, berita kehilangan, berita penemuan, dan peristiwa yang terjadi disekitar masyarakat.

Berita-berita yang menarik akan menghasilkam feedback dari audiens seperti jumlah likes, komentar, Hal lain yang berhubungan dengan menarik atensi audiens adalah kemudahan dalam mengakses informasi. Audiens pasti akan memilih cara yang cepat dan mudah agar mereka mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

- Penyampaian Pesan

Menurut penulis, Radio Andika FM menggunakan empat metode dalam penyampaian pesan kepada audiens di Instagram nya yaitu, informatif, persuasif, dan edukatif. Metode informatif juga digunakan oleh Radio Andika FM dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Dalam metode ini isi pesan harus memuat fakta, kebenaran, atau pendapat yang dapat dipertanggung jawabkan. Sebuah peristiwa disampaikan apa adanya untuk membuat audiens

dapat melihat fenomena dengan sebenar-benarnya.

Dalam hal ini Radio Andika FM sebagai perusahaan media yang menggunakan informasi sebagai produk mereka sangat memperhatikan isi pesan yang akan mereka sajikan kepada audiens sehingga audiens yang membaca akan dapat paham tentang peristiwa yang terjadi. Metode selanjutnya yang digunakan Radio Andika FM dalam menyampaikan pesannya pada tiap postingannya adalah metode persuasif.

Dalam metode ini berita yang disampaikan bermuatan ajakan atau himbauan kepada audiens untuk melakukan sesuatu. Selain itu isi pesan dibuat untuk mensugesti audiens secara tidak langsung sehingga audiens akan terpesuasi secara tidak langsung seperti contohnya pada berita cuaca dan talkshow. Metode terakhir yang digunakan oleh Radio Andika FM dalam menyampaikan pesan adalah metode edukatif.

Pesan disampaikan dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada audiens sebagai salah satu upaya untuk mempengaruhi audiens. Pesan disampaikan berdasarkan fakta, pengalaman, pendapat yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Contohnya adalah postingan dengan mengutip dari media kredibel yang ada di tanah air maupun dunia.

- Seleksi dan Penggunaan Media

Melakukan pemilihan media dalam melakukan strategi komunikasi merupakan hal yang penting dilakukan karena dengan menggunakan media yang tepat maka pesan akan dapat tersampaikan dengan baik dan sesuai dengan target khalayak. Radio Andika FM sebagai perusahaan media yang memiliki media utama yaitu radio beradaptasi menyesuaikan perkembangan teknologi dengan memanfaatkan media sosial sebagai media pendamping radio.

Dalam menjalankan strategi komunikasinya, Radio Andika FM melakukan seleksi konten yang akan diunggah ke Instagram dengan cermat. Mereka memastikan bahwa konten yang dipilih relevan dengan minat dan kebutuhan audiensnya, serta mampu menghadirkan nilai tambah bagi mereka. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan melalui Instagram dapat diterima dengan baik oleh target khalayaknya.

Selain itu, Radio Andika FM juga menggunakan beragam fitur Instagram seperti Stories, dan Instagram Reel untuk dapat men *share* postingan secara langsung ke *followers*. Mereka juga aktif berpartisipasi dalam berbagai informasi hiburan, dan info kegiatan di sekitar Karisidenan Kediri yang sedang populer untuk menjaga keterlibatan audiensnya.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi sangat penting bagi perusahaan media, termasuk radio, untuk tetap relevan dan mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam menghadapi perkembangan teknologi, perusahaan radio seperti Radio Andika FM harus beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat.

Radio Andika FM menerapkan strategi komunikasi dengan mengikuti empat langkah yang diusulkan oleh Anwar Arifin: mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, dan seleksi penggunaan media.

1. Mengenal Khalayak: Radio Andika FM memperluas jangkauan audiens dari Kota Kediri ke daerah sekitar seperti Nganjuk, Tulungagung, Blitar, dan Trenggalek. Mereka menyesuaikan konten informasi di media sosial dengan kebutuhan lokal audiens untuk meningkatkan relevansi dan penerimaan pesan.
2. Menyusun Pesan: Radio Andika FM menggunakan citizen journalism dan kaidah jurnalistik dalam menyusun pesan. Berita disajikan secara naratif dengan kata-kata yang singkat, padat, dan jelas, serta disertai foto atau video untuk menarik perhatian audiens.
3. Penyampaian Pesan: Radio Andika FM menggunakan metode informatif, persuasif, dan edukatif dalam penyampaian pesan di Instagram. Mereka memastikan pesan yang disampaikan akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, serta mengandung ajakan atau himbauan yang dapat mempengaruhi audiens.
4. Seleksi dan Penggunaan Media: Radio Andika FM menggunakan Instagram secara efektif dengan memanfaatkan fitur seperti Stories dan Reels untuk menjaga keterlibatan audiens. Mereka memastikan konten yang dipilih relevan dan memberikan nilai tambah bagi audiens.

Dengan strategi komunikasi yang tepat dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, Radio Andika FM mampu tetap relevan dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin. (2016). *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Audra Indah Lestari, and Ilham, A. M. (2020). Strategi Komunikasi Radio Venus Fm Makassar Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengarntya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 1(2), 34–55.
- Faizal Maghriza, M., and Hasfi, N. (2024). Strategi Konvergensi Media RRI Semarang Dalam Mempertahankan Eksistensi Rri Semarang Di Era Digital. *Ejournal Undip - Universitas Diponegoro*.
- Ineke Fadhillah, Anang Anas Azhar, and Indira Fatra Deni. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Ptpn Radio Solo 99.6 Fm. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 182–187.
- Muhammad Abel Prakasa. (2023). Strategi Public Relations 90.8 Oz Radio Jakarta Dalam Mengembangkan Minat Pendengar Melalui Media Social Instagram. Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta.
- Novrica, C., Sinaga, A. P., Muhammadiyah, U., Utara, S., Kapten, J., and No, M. B. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Interaksi*, 1(1), 1–16.
- Philip Kotler, and Kevin Keller. (2012). *Marketing Management*. Boston: Prentice Hall.
- Rulli Nasrullah. (2015). *Media Sosial, Prespektif Komunikasi, Budaya dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Setiawan, H., Darmastuti, R., Studi, P., Masyarakat, H., Informasi, T., Satya, K., and Salatiga, W. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan Budaya Lokal). *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174.
- Siaahaan, R. A. (2015). *Jurnalistik Suara Jurnalistik Radio Untuk Profesi dan Pengembangan Diri*. Tangerang: PT Matana Publishing Utama .
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Van Dijk. (2013). *The Network Society*. London: SAGE Publications.