

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi konvergensi media yang diterapkan oleh lembaga penyiaran swasta radio di Kota Bandung, dengan fokus pada Oz Radio Bandung. Latar belakang penelitian ini berangkat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mendorong media radio untuk beradaptasi melalui pemanfaatan berbagai platform digital. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konvergensi media Oz Radio Bandung mencakup pemanfaatan media sosial, streaming audio, dan konten multimedia sebagai sarana memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan interaksi dengan pendengar. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kebutuhan adaptasi terhadap tren digital, dan persaingan antar media. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan konvergensi media memerlukan inovasi berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi secara optimal untuk mempertahankan relevansi di era digital.

Kata Kunci: Konvergensi media, Radio, Oz Radio Bandung, Strategi Media, Platform Digital

ABSTRACT

This study discusses the media convergence strategies implemented by private radio broadcasters in Bandung, focusing on Oz Radio Bandung. The background of this study stems from developments in information and communication technology that have prompted radio media to adapt by utilizing various digital platforms. The study uses a qualitative descriptive method with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results of the study indicate that Oz Radio Bandung's media convergence strategy includes the use of social media, audio streaming, and multimedia content as a means of expanding its audience reach and increasing interaction with listeners. The challenges faced include limitations in human resources, the need to adapt to digital trends, and competition among media outlets. These findings emphasize that the success of media convergence requires continuous innovation and the optimal use of technology to maintain relevance in the digital age.

Keywords: *Media convergence, Radio, Oz Radio Bandung, Media Strategy, Digital Platforms*