

ABSTRAK

Hana Amalinda. 210104010212. *Strategi Program Siaran Radio Republik Indonesia (RRI) Banjarmasin dalam Meningkatkan Minat Dengar Generasi Z.* Skripsi. Pembimbing: (I) Surya Eka Priyatna, M.Cs, dan (II) Risqiatul Hasanah, M.Sos. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin.2025.

Kata Kunci: Generasi Z, strategi siaran keagamaan, RRI Banjarmasin.

Transformasi digital mengubah pola konsumsi media Generasi Z (lahir 1997-2012) yang lebih memilih konten fleksibel, interaktif, dan visual dibanding format tradisional seperti radio. RRI Banjarmasin menghadapi tantangan dalam meningkatkan minat dengar Generasi Z yang 99% aktif menggunakan internet dan platform digital seperti *Instagram* dan *TikTok*. Kesenjangan ini menuntut strategi komunikasi yang adaptif untuk menjembatani gap antara format siaran tradisional dengan preferensi *audiens* muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang digunakan dalam program siaran keagamaan RRI Banjarmasin dalam meningkatkan minat dengar Generasi Z, mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi pada program siaran keagamaan RRI Banjarmasin, dan menjelaskan respons *audiens* Generasi Z terhadap program tersebut dalam hal minat mendengarkan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Radio Republik Indonesia (RRI) Banjarmasin dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data secara langsung dari sumber utama guna memahami secara mendalam strategi siaran keagamaan, tantangan yang dihadapi, serta respons Generasi Z dalam hal minat mendengarkan program siaran keagamaan RRI Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam program siaran keagamaan RRI Banjarmasin dilakukan melalui pemilihan pesan yang kontekstual dan edukatif, penentuan media penyiaran yang sesuai, serta pemilihan komunikator yang menyesuaikan dengan karakteristik Generasi Z. Dari sisi manajemen program, tahapan yang dilakukan meliputi perencanaan isi siaran, pelaksanaan, dan evaluasi program berdasarkan laporan dan diskusi tim redaksi. Hambatan yang dihadapi mencakup keterbatasan sumber daya manusia penyiar, keterbatasan dalam penyesuaian waktu dan segmentasi *audiens*, gangguan teknis seperti cuaca yang memengaruhi transmisi siaran, serta pemanfaatan media digital yang masih memerlukan optimalisasi dalam menjangkau Generasi Z. Respons Generasi Z terhadap siaran keagamaan cenderung selektif; mereka menunjukkan ketertarikan pada konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari dan disampaikan melalui pendekatan yang komunikatif dan mudah dipahami.