

Jurnal Pewarta Indonesia

Volume 7 No 2 – 2025, page 23-36

Available online at <http://pewarta.org>

Transformasi Gaya Komunikasi dan Strategi Kreatif dalam Bincang *Online* Inspiratif

Ni Putu Limarandani^{1*}, Tuty Mutiah², AA Ketut Patera³, Made Saisan³, Rajab Ritonga⁴

¹ LSPR Institute of Communication and Business

Jln. K.H Mas Mansyur, Kav. 35, Jakarta 10220 - Indonesia

² Universitas Bina Sarana Informatika

Jln. Kayu Jati V No.2, Rawamangun, Jakarta 13220 - Indonesia

³ Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara

Jln. Daksinapati Raya No.10, Jakarta 13220 –Indonesia

⁴ Universitas Gunadarma

Jln. Margonda Raya No. 100, Depok 1500158, Jawa Barat - Indonesia

*Corresponding author: limarandani@lspr.edu

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v7i2.246>

Submitted: September 8, 2025; **Revised:** September 24, 2025; **Published:** October 10, 2025

Abstrak - Perkembangan teknologi digital dan media sosial secara signifikan memengaruhi pola komunikasi di berbagai platform, termasuk program bincang online inspiratif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi gaya komunikasi dan strategi kreatif yang diterapkan dalam produksi konten bincang online selama periode 2021 hingga 2025. Dengan menggunakan metode studi longitudinal dan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkombinasikan analisis konten terhadap episode-episode bincang online serta wawancara mendalam dengan para produser dan host. Teori komunikasi interpersonal dan teori inovasi media dijadikan kerangka untuk memahami perubahan gaya penyampaian dan kreativitas yang berkembang. Hasil penelitian mengungkapkan adanya evolusi signifikan dalam gaya komunikasi, dari pola penyampaian yang formal dan satu arah menjadi lebih interaktif, personal, dan responsif terhadap kebutuhan audiens digital. Strategi kreatif juga mengalami peningkatan dengan pemanfaatan teknologi multimedia, storytelling yang lebih autentik, serta integrasi feedback dari audiens untuk meningkatkan engagement. Studi ini menegaskan pentingnya adaptasi komunikasi yang dinamis dan inovatif dalam menghadapi perubahan digital agar program bincang online tetap relevan dan mampu menarik perhatian serta memberikan inspirasi secara efektif.

Kata Kunci: transformasi, strategi kreatif, longitudinal, komunikasi digital, inovasi media.

Abstract - The development of digital technology and social media has significantly influenced communication patterns across various platforms, including inspirational online talk shows. This study aims to examine the transformation of communication styles and creative strategies implemented in the production of online talk show content during the period from 2021 to 2025. Using a longitudinal study method combined with a qualitative approach, this research integrates content analysis of online talk show episodes and in-depth interviews with producers and hosts. Interpersonal communication theory and media innovation theory are used as frameworks to understand changes in delivery styles and evolving creativity. The findings reveal a significant evolution in communication styles, shifting from formal and one-way presentations to more interactive, personal, and responsive approaches tailored to digital audience needs. Creative strategies have also improved through the use of multimedia technology, more authentic storytelling, and the integration of audience feedback to increase engagement. This study emphasizes the importance of dynamic and innovative communication adaptation in responding to digital changes, ensuring that online talk shows remain relevant, attract attention, and effectively inspire.

Keywords: transformation, creative strategies, longitudinal study, digital communication, media innovation.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang sangat pesat dalam dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara manusia berinteraksi dan menyampaikan pesan. Kemajuan teknologi ini memungkinkan akses informasi menjadi lebih mudah, cepat, dan luas, sehingga menjadikan komunikasi digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Melalui berbagai platform daring, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan layanan streaming, informasi dapat tersebar secara instan ke berbagai kalangan masyarakat tanpa batasan geografis (Kuswoyo, 2021).

Salah satu bentuk komunikasi digital yang berkembang pesat adalah program bincang *online* inspiratif. Program ini mengadopsi format diskusi interaktif yang tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga mampu memberikan edukasi dan motivasi kepada para peserta maupun penonton. Dengan menghadirkan narasumber yang kompeten dan relevan, bincang *online* menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan positif dan membangun semangat produktivitas di masyarakat (Santoso & Wijaya, 2022). Keunggulan program bincang *online* inspiratif terletak pada kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas tanpa batasan waktu dan tempat.

Hal ini memungkinkan peserta dari berbagai daerah dan latar belakang dapat berpartisipasi secara langsung atau menyaksikan rekaman diskusi kapan saja. Selain itu, interaksi dua arah melalui fitur chat atau sesi tanya jawab memberikan pengalaman yang lebih personal dan mendalam, sehingga meningkatkan keterlibatan serta daya serap informasi yang disampaikan. Program bincang *online* inspiratif tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi digital, tetapi juga sebagai wadah pengembangan pengetahuan dan motivasi yang efektif di era modern.

Keberadaan teknologi TIK yang semakin maju menjadi faktor kunci dalam mendukung keberhasilan format komunikasi ini, yang pada akhirnya mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pembangunan sosial secara lebih luas. Seiring dengan perkembangan platform digital, gaya komunikasi dalam program bincang *online* mengalami transformasi yang signifikan untuk menyesuaikan dengan karakteristik audiens yang semakin beragam dan dinamis. Perubahan ini mencerminkan kebutuhan untuk menghadirkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dan menarik bagi berbagai kelompok usia, latar belakang, dan minat yang berbeda (Rahman et al., 2023). Komunikasi dalam bincang *online* tidak lagi bersifat satu arah, melainkan mengedepankan interaksi yang lebih aktif dan personal.

Transformasi gaya komunikasi tersebut tidak hanya melibatkan perubahan dalam cara penyampaian pesan, tetapi juga mencakup inovasi dalam strategi kreatif yang digunakan. Pendekatan kreatif ini penting untuk menarik perhatian audiens yang semakin kritis dan selektif terhadap konten digital. Misalnya, penggunaan elemen visual yang menarik, storytelling yang kuat, serta format diskusi yang lebih interaktif menjadi kunci dalam meningkatkan keterlibatan atau engagement dari peserta maupun penonton (Putri & Adi, 2020).

Untuk memahami perubahan yang terjadi secara bertahap dan berkelanjutan dalam gaya komunikasi dan strategi kreatif di platform bincang *online*, studi longitudinal menjadi pendekatan yang tepat. Dengan metode ini, peneliti dapat mengamati dinamika perkembangan komunikasi digital dalam jangka waktu tertentu dan mengevaluasi efektivitas berbagai inovasi yang diterapkan. Hasil dari studi ini dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai tren komunikasi serta

kebutuhan audiens di masa depan (Fauzi, 2024). Dengan pemahaman yang komprehensif tentang transformasi gaya komunikasi dan strategi kreatif, para penyelenggara program bincang *online* dapat terus beradaptasi dan menciptakan konten yang semakin relevan dan berdampak positif.

Hal ini sekaligus memperkuat posisi komunikasi digital sebagai media utama dalam menyebarkan informasi, edukasi, dan motivasi di era teknologi yang terus berkembang pesat. Menurut teori komunikasi interpersonal, efektivitas penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh bagaimana gaya komunikasi disesuaikan dengan konteks dan karakteristik penerima pesan. Hal ini menegaskan pentingnya pemahaman mendalam terhadap audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memicu respons yang diharapkan.

Gaya komunikasi yang fleksibel dan adaptif menjadi kunci utama dalam mencapai interaksi yang efektif, terutama dalam situasi komunikasi digital yang dinamis (Tubbs & Moss, 2021). Selain itu, teori inovasi media menekankan pentingnya adaptasi dan pengembangan konten kreatif sebagai respons terhadap perubahan teknologi dan perilaku audiens. Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan suatu media, termasuk program bincang *online*, sangat bergantung pada kemampuannya dalam mengadopsi inovasi yang relevan dan menyesuaikan diri dengan tren terkini. Konten yang kreatif dan inovatif mampu menarik perhatian audiens sekaligus mempertahankan minat mereka dalam jangka panjang (Rogers, 2020).

Interaktivitas dan personalisasi dalam penyampaian pesan memiliki peran signifikan dalam meningkatkan keterlibatan audiens pada program bincang *online* (Harahap, 2021). Elemen interaktif, seperti sesi tanya jawab langsung atau penggunaan fitur polling, serta memberikan sentuhan personal yang relevan dengan kebutuhan audiens, program bincang *online* dapat menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih bermakna dan mendalam. Dengan

menggabungkan pemahaman dari teori komunikasi interpersonal, teori inovasi media, dan temuan empiris dari studi terdahulu, penyelenggara program bincang *online* dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan responsif.

Pendekatan ini tidak hanya memperkuat hubungan antara penyaji dan audiens, tetapi juga mendukung tujuan edukasi, motivasi, dan penyebaran informasi yang lebih optimal dalam ranah digital. Penggunaan multimedia dan *storytelling* autentik merupakan strategi yang efektif dalam menarik perhatian sekaligus mempertahankan audiens. Pendekatan ini tidak hanya membuat konten lebih menarik secara visual, tetapi juga mampu membangun koneksi emosional dengan penonton, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diingat dan diterima.

Multimedia yang dikombinasikan dengan narasi yang jujur dan personal mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih hidup dan bermakna (Wahyudi, 2022). Namun, di balik potensi besar tersebut, tantangan besar dalam komunikasi digital adalah menjaga konsistensi kualitas dan relevansi konten di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan tren yang sangat cepat. Kondisi ini menuntut para pelaku komunikasi untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar konten yang dihasilkan tetap menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens yang terus berkembang (Putra et al., 2023). Tanpa konsistensi dan relevansi, konten akan kehilangan daya tarik dan sulit mempertahankan loyalitas penonton.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam bagaimana gaya komunikasi dan strategi kreatif dalam program bincang *online* inspiratif mengalami perubahan dan adaptasi dari tahun 2021 hingga 2025. Kajian ini sangat penting untuk memberikan gambaran empiris mengenai dinamika komunikasi digital, khususnya dalam konteks program bincang *online*. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi

acuan praktis bagi para praktisi komunikasi dalam merancang konten yang efektif, inovatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens masa kini (Sari, 2024).

Komunikasi digital, adaptasi gaya penyampaian menjadi sangat krusial untuk mengakomodasi kebutuhan audiens yang menginginkan interaksi lebih personal dan autentik. Audiens masa kini cenderung mencari pengalaman komunikasi yang tidak sekadar satu arah, tetapi juga melibatkan keterlibatan emosional dan respons yang nyata dari penyaji pesan.

Gaya komunikasi yang mampu menampilkan kehangatan dan kejujuran menjadi sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat antara penyelenggara program dan audiensnya (Arifin & Nurhadi, 2021). Transformasi gaya komunikasi ini juga tidak terlepas dari perkembangan teknologi multimedia yang semakin maju dan beragam. Kemampuan teknologi tersebut memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih kreatif dan variatif, misalnya melalui penggunaan video interaktif, animasi, grafik dinamis, serta elemen visual dan audio yang menarik. Inovasi multimedia ini membantu memperkaya konten dan membuatnya lebih mudah dipahami serta menyenangkan untuk disimak, sehingga mampu meningkatkan perhatian dan keterlibatan audiens (Wijayanti, 2023). Selain aspek teknis, keberhasilan strategi kreatif dalam komunikasi digital juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan tim produksi dalam membaca tren dan preferensi audiens digital.

Pemahaman yang mendalam mengenai pola konsumsi media, perubahan selera, serta kebutuhan dan keinginan audiens menjadi modal penting bagi tim produksi untuk merancang konten yang tidak hanya relevan tetapi juga mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan konten digital (Hidayat & Anwar, 2022).

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami bagaimana komunikasi digital terus berkembang dan bagaimana strategi kreatif dapat

dikembangkan secara optimal untuk menjaga relevansi dan daya tarik program bincang *online* inspiratif. Temuan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi praktisi komunikasi dalam menghadapi tantangan dinamika digital serta memaksimalkan potensi teknologi dan kreativitas demi keberlanjutan dan kesuksesan program di masa depan.

Kerangka Teori

Komunikasi digital merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengalami kemajuan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Media digital memungkinkan penyampaian pesan secara cepat, luas, dan interaktif, sehingga memengaruhi cara manusia berkomunikasi dalam berbagai konteks Goffman (Dayanti & Legowo, 2021). Perubahan ini menuntut adaptasi gaya komunikasi agar sesuai dengan karakteristik platform dan audiens yang beragam. Efektivitas penyampaian pesan dalam komunikasi interpersonal sangat bergantung pada kemampuan penyaji dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan konteks dan karakteristik penerima pesan (Tubbs dan Moss., 2021).

Gaya penyampaian yang adaptif mampu menjembatani perbedaan persepsi dan ekspektasi audiens, sehingga pesan dapat diterima dengan baik dan tujuan komunikasi tercapai. Hal ini sangat relevan dalam komunikasi digital, di mana interaksi tidak lagi bersifat satu arah, melainkan mengedepankan keterlibatan dan personalisasi pesan. Gaya komunikasi yang lebih interaktif dan personal menjadi keharusan. Audiens tidak hanya menginginkan informasi yang disampaikan secara jelas, tetapi juga ingin merasakan keterlibatan emosional dan kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi.

Oleh karena itu, pengembangan gaya penyampaian yang mampu mengakomodasi kebutuhan ini menjadi faktor kunci dalam keberhasilan komunikasi digital (Arifin & Nurhadi, 2021). Perkembangan teknologi multimedia juga membuka peluang bagi penyaji pesan untuk menerapkan gaya komunikasi yang lebih kreatif dan variatif. Penggunaan elemen visual, audio, serta fitur interaktif dapat memperkuat pesan dan meningkatkan daya tarik komunikasi digital, sehingga mampu memenuhi ekspektasi audiens modern yang menginginkan pengalaman komunikasi yang lebih dinamis dan

menyenangkan (Wijayanti, 2023).

Inovasi dan Strategi Kreatif

Inovasi media komunikasi menjadi elemen krusial dalam menjaga relevansi serta daya tarik konten di tengah persaingan yang semakin sengit pada platform digital. Keberhasilan media sangat bergantung pada kemampuan adaptasi dan penerapan inovasi yang selaras dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan audiens. (Rogers, 2020). Media yang secara konsisten mengadopsi inovasi akan mampu mempertahankan posisinya sekaligus menarik perhatian pengguna dalam ekosistem digital yang dinamis dan cepat berubah.

Strategi kreatif yang mengintegrasikan multimedia dan storytelling secara efektif dapat meningkatkan keterlibatan audiens (Putri dan Adi, 2020). Multimedia, yang meliputi video, animasi, grafik, dan audio, memperkaya penyampaian pesan sehingga menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Sementara itu, storytelling autentik yang relevan dengan pengalaman audiens berperan membangun hubungan emosional yang kuat serta memperkuat daya ingat terhadap pesan yang disampaikan.

Penerapan inovasi media dan strategi kreatif ini sangat penting dalam konteks program bincang *online* inspiratif. Penggunaan video interaktif yang dilengkapi dengan fitur tanya jawab langsung dapat meningkatkan rasa keterlibatan audiens. Selain itu, narasi personal dan autentik yang disampaikan oleh host atau narasumber mampu memotivasi audiens dan memperkuat kepercayaan terhadap konten yang disajikan (Santoso dan Wijaya, 2022).

Perpaduan multimedia dan *storytelling* yang kuat mampu mempertahankan audiens lebih lama serta meningkatkan partisipasi aktif (Lestari dan Wahyudi, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi media dan strategi kreatif tidak semata-mata berbicara mengenai teknologi, melainkan juga terkait

kemampuan merancang konten yang menjawab kebutuhan psikologis dan sosial audiens digital masa kini. Dengan demikian, pengembangan inovasi media dan strategi kreatif menjadi aspek penting yang harus diperhatikan dalam pengelolaan program komunikasi digital, terutama yang mengedepankan interaksi seperti bincang *online*. Pendekatan ini tidak hanya memastikan penyampaian pesan yang efektif, tetapi juga menciptakan dampak positif dan membangun hubungan jangka panjang dengan audiens.

Studi Longitudinal dalam Komunikasi

Pemahaman terhadap dinamika komunikasi digital tidak dapat dilepaskan dari pendekatan penelitian yang mampu menangkap perubahan secara bertahap dan berkelanjutan. Studi longitudinal merupakan metode yang relevan untuk mengkaji perkembangan komunikasi digital dalam jangka waktu tertentu. (Fauzi, 2024). Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengamati transformasi gaya komunikasi dan strategi kreatif dalam waktu yang luas, sehingga dapat mengungkap pola-pola perubahan yang tidak terlihat melalui studi jangka pendek.

Melalui studi longitudinal, peneliti dapat memahami bagaimana inovasi diterapkan, direspons, dan berkembang dari waktu ke waktu dalam konteks komunikasi digital. Dalam program bincang *online*, misalnya, gaya penyampaian yang digunakan di awal peluncuran program kemungkinan berbeda dengan gaya yang digunakan pada tahun-tahun berikutnya.

Perubahan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti perkembangan teknologi, pergeseran preferensi audiens, hingga dinamika sosial yang melatarbelakangi komunikasi (Fauzi, 2024). Lebih jauh, pendekatan longitudinal juga dapat membantu mengevaluasi efektivitas strategi kreatif yang diterapkan dalam jangka panjang. Hal ini menjadi penting dalam konteks digital yang sangat kompetitif, di mana strategi yang relevan hari ini belum tentu efektif di masa mendatang.

Dengan demikian, studi longitudinal tidak hanya memberikan gambaran tentang perubahan, tetapi juga memberikan landasan empirik untuk pengambilan keputusan dalam perancangan komunikasi yang berkelanjutan dan adaptif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, pendekatan longitudinal dipilih untuk mengkaji secara mendalam evolusi gaya komunikasi dan strategi kreatif dalam program bincang *online* inspiratif selama periode 2021 hingga 2025. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya pemahaman mengenai perkembangan komunikasi digital secara menyeluruh.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi longitudinal. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam proses perubahan gaya komunikasi dan strategi kreatif dalam program bincang *online* inspiratif yang berlangsung selama periode 2021 hingga 2025. Studi longitudinal memungkinkan peneliti mengamati dinamika komunikasi digital secara bertahap dan berkelanjutan, sehingga dapat mengidentifikasi pola-pola perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu (Fauzi, 2024).

Metode kualitatif digunakan karena fokus utama penelitian ini tidak hanya terletak pada hasil komunikasi yang bersifat kuantitatif, tetapi juga pada makna, konteks, dan interpretasi yang muncul dari gaya penyampaian dan strategi kreatif yang digunakan dalam program.

Untuk mendukung proses pengumpulan data, digunakan dua teknik utama, yaitu analisis konten dan wawancara mendalam. Data dikumpulkan dari berbagai episode program bincang *online* inspiratif yang tayang secara publik antara tahun 2021 hingga 2025. Episode-episode ini dianalisis untuk mengidentifikasi transformasi gaya komunikasi, penggunaan multimedia, dan pendekatan storytelling yang digunakan sepanjang waktu.

Selain itu, wawancara mendalam dilakukan terhadap produser dan host yang

terlibat langsung dalam proses kreatif dan produksi konten guna menggali pandangan, pengalaman, serta pertimbangan strategis yang melatarbelakangi perubahan gaya komunikasi tersebut.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif dan kontekstual mengenai proses perubahan komunikasi digital serta berbagai faktor yang mempengaruhinya secara menyeluruh (Sugiono, 2019).

Penelitian ini dilakukan dengan menelusuri berbagai episode dari program bincang *online* inspiratif yang ditayangkan secara publik di platform digital, seperti YouTube, Instagram Live, atau podcast video. Objek penelitian mencakup konten visual dan verbal dari program tersebut, serta wawancara dengan pihak yang terlibat dalam proses kreatif, seperti produser, host, dan tim produksi konten. Program yang dipilih merupakan program yang telah aktif sejak tahun 2021 dan masih berjalan hingga 2025, agar dapat dianalisis secara longitudinal dan konsisten dari sisi gaya komunikasi maupun strategi kreatifnya.

Data dikumpulkan dengan cara menonton ulang video secara berulang, kemudian menyalin isi pembicaraan dalam bentuk transkrip. Selain itu, peneliti melakukan pencatatan konteks non-verbal yang muncul selama video untuk memperkuat analisis. Proses ini sesuai dengan teknik pengumpulan data kualitatif yang menekankan kedalaman pemahaman (Sugiono, 2019).

Analisis data dilakukan melalui tahapan pengkodean terbuka, kategorisasi, dan pembentukan tema. Fokus analisis adalah pada strategi komunikasi, konstruksi identitas diri, dan bentuk resistensi terhadap stigma yang ditampilkan dalam narasi narasumber (Sugiono, 2019). Data dikumpulkan dengan menggunakan dua teknik utama, yaitu:

(1) Analisis konten. Analisis dilakukan terhadap episode program bincang *online* dari tahun 2021 hingga 2025. Setiap episode dianalisis untuk mengidentifikasi gaya penyampaian komunikasi, elemen multimedia, storytelling, serta perubahan

strategi kreatif yang diterapkan selama periode tersebut;

(2) Wawancara mendalam. Dilakukan terhadap produser, *host*, dan tim kreatif program untuk memperoleh perspektif mereka mengenai proses kreatif, adaptasi terhadap tren audiens, serta tantangan dalam mengembangkan komunikasi digital yang relevan dan menarik. Wawancara ini bersifat semi-terstruktur agar fleksibel dalam menggali informasi kualitatif.

Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiono, 2019). Data hasil observasi konten dan wawancara dianalisis secara tematik, dengan mengidentifikasi pola-pola perubahan gaya komunikasi dan strategi kreatif dari tahun ke tahun. Setelah tema-tema utama ditemukan, peneliti membandingkan hasil analisis konten dengan hasil wawancara untuk memperoleh pemahaman yang utuh dan mendalam mengenai perubahan komunikasi digital dalam program bincang *online*.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Gaya Penyampaian

Hasil analisis konten terhadap episode program bincang *online* inspiratif dari tahun 2021 hingga 2025 menunjukkan adanya transformasi signifikan dalam gaya penyampaian komunikasi. Pada periode awal (2021–2022), gaya komunikasi cenderung formal, struktural, dan satu arah. Host dan narasumber menggunakan bahasa baku, menyampaikan informasi secara terencana tanpa memberi ruang partisipasi aktif dari audiens.

Namun, sejak tahun 2023 hingga 2025, terjadi pergeseran gaya penyampaian yang lebih santai, komunikatif, dan interaktif. Bahasa yang digunakan menjadi lebih informal, dengan intonasi ringan, penggunaan humor, dan ekspresi yang lebih ekspresif. Audiens juga diberi ruang untuk berpartisipasi langsung melalui fitur live chat, polling, komentar real-time, dan segmen tanya jawab terbuka. Perubahan ini dijelaskan secara langsung oleh pihak internal program. Produser utama:

“Awalnya kami menggunakan gaya yang lebih serius dan terstruktur, tapi seiring waktu kami mulai menerapkan bahasa sehari-hari dan mengajak audiens untuk berdialog langsung melalui chat dan polling. Audiens ternyata lebih responsif ketika mereka merasa dilibatkan.” (Produser – Wawancara, 2025)

Raka, salah satu *host* program, mengungkapkan perubahan pendekatan dalam menyampaikan materi:

“Dulu kami menjaga sekali intonasi dan pilihan kata agar terlihat profesional. Tapi sekarang, saya lebih sering menggunakan gaya bicara yang santai, bahkan kadang pakai istilah kekinian. Itu bikin suasana lebih hidup dan interaksi jadi lebih spontan.” (Host – Wawancara, 2025)

Tim kreatif juga melihat perubahan gaya ini sebagai bentuk adaptasi strategis terhadap karakteristik audiens digital yang terus berkembang. Lina, perwakilan tim kreatif, menjelaskan:

“Kami menyadari bahwa audiens digital sekarang lebih suka mendengar sesuatu yang terasa dekat. Jadi, alur acara kami desain ulang agar tidak kaku, dan *host* kami dorong untuk lebih banyak improvisasi.” (Tim Kreatif – Wawancara, 2025)

Hal senada disampaikan oleh Andre, bagian riset konten program:

“Dari analisis komentar dan feedback mingguan, kami melihat bahwa audiens lebih engaged saat *host* menyapa langsung atau merespons komentar mereka secara real-time. Itu jadi insight penting dalam perubahan gaya penyampaian.” (Riset Konten – Wawancara, 2025)

Selain itu, perubahan ini juga dipengaruhi oleh pergeseran platform dan fitur teknologi. *Host* lain, Nita, menyampaikan:

“Dulu kita lebih fokus di YouTube, tapi sekarang banyak yang nonton lewat TikTok dan Instagram Live. Formatnya lebih pendek, jadi penyampaian juga harus cepat, ringan, dan menarik dalam 1–2 menit awal.” (Host – Wawancara, 2025)

Perubahan gaya ini menunjukkan adanya kesadaran kolektif tim produksi untuk menyesuaikan diri dengan perilaku dan ekspektasi audiens digital. Proses ini berlangsung secara bertahap dan dipengaruhi oleh umpan balik langsung dari penonton, perubahan algoritma platform, serta tren komunikasi populer yang berkembang dari tahun ke tahun.

Temuan ini memperkuat teori komunikasi interpersonal dari Tubbs dan Moss (2021), yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh kesesuaian gaya penyampaian dengan konteks serta karakteristik penerima pesan. Dalam konteks digital, gaya komunikasi yang lebih personal, fleksibel, dan partisipatif terbukti lebih mampu membangun koneksi emosional dengan audiens dan mendorong keterlibatan aktif.

Pengembangan Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam program bincang *online* inspiratif mengalami perkembangan signifikan selama periode 2021 hingga 2025. Di tahun-tahun awal, konten masih disajikan dalam format sederhana, dengan dominasi monolog dan minim dukungan visual. Namun seiring dengan meningkatnya ekspektasi audiens digital dan pesatnya kemajuan teknologi media, program mulai mengintegrasikan elemen multimedia seperti grafik animasi, video pendek, ilustrasi, musik latar, hingga storytelling visual berbasis pengalaman pribadi.

Perubahan ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan engagement, memperkuat narasi, dan memperluas jangkauan pesan. Strategi ini sejalan dengan perilaku audiens digital masa kini yang lebih tertarik pada konten yang cepat, menarik, dan menyentuh aspek emosional.

Adi, host sekaligus penulis naskah, menjelaskan pendekatan kreatif yang digunakan:

“Kami berusaha menghadirkan konten yang tidak hanya informatif tapi juga menghibur. Penggunaan storytelling dan visual yang menarik membuat pesan lebih mudah diterima.” (Host & Penulis Naskah – Wawancara, 2024)

Sementara itu, Lina, salah satu anggota tim kreatif, menekankan pentingnya personalisasi dalam membangun strategi konten:

“Kami mulai menyesuaikan cara penyampaian dengan karakter narasumber. Kalau narasumbernya punya kisah hidup yang kuat, kami jadikan itu sebagai titik naratif utama. Bahkan kami ilustrasikan bagian-bagian penting untuk memperdalam pengalaman menonton.” (Tim Kreatif – Wawancara, 2025)

Andre dari tim riset konten memaparkan bahwa pendekatan storytelling visual berdasarkan data preferensi audiens sangat membantu meningkatkan durasi tonton:

“Video dengan cerita pribadi yang divisualisasikan punya performa paling tinggi. Retensi audiens meningkat, bahkan banyak yang share ulang. Ini jadi indikator penting buat strategi kami ke depan.” (Riset Konten – Wawancara, 2025)

Perubahan strategi ini juga menjadi upaya untuk merespons platform baru. Nita, host program yang aktif mengelola media sosial, menyebutkan:

“Sekarang kami buat potongan versi pendek untuk TikTok dan Instagram Reels. Harus ada hook di lima detik pertama. Jadi, dari awal konsep kreatifnya sudah kami sesuaikan untuk multi-platform.” (Host – Wawancara, 2025)

Dari sudut pandang produser, strategi kreatif tidak hanya bertujuan untuk hiburan, tetapi juga memperkuat penyampaian nilai:

“Kami ingin audiens bisa merasa dekat dengan isi program, jadi bukan sekadar menonton, tapi merasa ikut mengalami. Itulah kenapa storytelling jadi sangat penting dan kami pikirkan secara matang.” (Produser – Wawancara, 2025)

Reza, bagian pascaproduksi, juga menjelaskan pendekatan teknis yang mendukung strategi kreatif:

“Setiap episode kami beri highlight visual: kutipan teks, animasi transisi, dan latar suara yang sesuai. Itu tidak hanya mempercantik, tapi membuat pesan utama lebih melekat.” (Editor – Wawancara, 2025)

Strategi kreatif yang dikembangkan tim produksi terbukti mampu menjawab tantangan komunikasi digital: mempertahankan perhatian audiens, menyampaikan pesan yang kuat, dan menciptakan pengalaman menonton yang menyentuh secara emosional. Transformasi ini menunjukkan pemahaman mendalam terhadap pentingnya kombinasi antara konten yang bermakna dan penyajian yang menarik secara visual dan naratif.

Temuan ini konsisten dengan teori inovasi media oleh Rogers (2020), yang menekankan pentingnya adaptasi terhadap teknologi baru dan kebiasaan pengguna. Selain itu, Putri dan Adi (2020) menyebut bahwa integrasi multimedia dan storytelling merupakan kunci untuk menciptakan engagement yang tinggi di era digital. Lestari dan Wahyudi (2022) juga menambahkan bahwa storytelling autentik dengan sentuhan visual mampu membangun koneksi emosional yang kuat antara penyaji pesan dan audiens. Dengan demikian, pengembangan strategi kreatif dalam program ini bukan hanya respons terhadap tren digital, tetapi juga cerminan dari kemampuan tim untuk berinovasi secara berkelanjutan dan menyesuaikan

komunikasi dengan karakteristik media dan audiens masa kini.

Tantangan dalam Produksi Konten

Meskipun program bincang *online* inspiratif telah mengalami berbagai inovasi dalam gaya penyampaian dan strategi kreatif, proses produksi tetap menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama yang paling menonjol adalah menjaga konsistensi kualitas dan relevansi pesan di tengah perubahan tren digital yang cepat serta ekspektasi audiens yang terus berkembang.

Tim kreatif dituntut untuk terus memperbarui pendekatan penyampaian agar konten tetap terasa segar dan tidak repetitif. Rina, salah satu anggota tim kreatif menjelaskan:

“Kami harus selalu update dengan tren dan feedback dari audiens supaya konten tetap fresh dan nggak monoton. Tapi, menjaga standar kualitas juga nggak kalah penting.” (Tim Kreatif – Wawancara, 2023)

Selain menjaga kualitas visual dan narasi, tantangan lain yang sering muncul adalah menyelaraskan ide kreatif dengan nilai-nilai inti program agar pesan yang disampaikan tidak kehilangan esensi. Hal ini disampaikan oleh Sari, produser program:

“Kadang ide kreatifnya sudah bagus, tapi kalau terlalu jauh dari identitas program, kami harus ubah. Kami ingin tetap relevan tanpa kehilangan arah.” (Produser – Wawancara, 2025)

Dari sudut pandang host, tekanan muncul dari keharusan untuk tampil natural namun tetap profesional dalam setiap episode. Adi, yang juga berperan sebagai penulis naskah, mengungkapkan:

“Nggak mudah tampil santai tapi tetap informatif. Kami harus latihan dulu supaya nggak terkesan dibuat-buat, apalagi audiens sekarang sensitif banget soal keaslian.” (Host – Wawancara, 2024)

Tantangan teknis juga menjadi bagian tak terpisahkan, terutama dalam produksi hybrid atau live-streaming yang melibatkan banyak platform sekaligus. Reza dari tim pascaproduksi menjelaskan:

“Terkadang koneksi internet, delay suara, atau masalah teknis lain muncul tiba-tiba saat live. Kami harus sigap karena kualitas siaran nggak boleh terganggu.” (*Editor – Wawancara, 2025*)

Selain itu, tim juga perlu menyesuaikan konten dengan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Spotify. Hal ini menuntut fleksibilitas format dan durasi yang tidak selalu mudah dicapai dalam satu kali produksi. Andre dari tim riset menambahkan:

“Setiap platform punya algoritma dan perilaku audiens yang beda. Misalnya, video yang cocok di YouTube belum tentu perform di TikTok. Itu tantangan besar dalam mendistribusikan konten secara efektif.” (*Riset Konten – Wawancara, 2025*)

Keseluruhan tantangan ini menuntut kolaborasi yang erat antara tim kreatif, teknis, dan editorial untuk menjaga keseimbangan antara inovasi, kualitas produksi, dan kesesuaian pesan. Adaptasi terhadap dinamika tren digital menjadi faktor kunci agar program tetap relevan dan mampu mempertahankan loyalitas audiens dari waktu ke waktu.

Temuan ini sejalan dengan pernyataan Putra et al. (2023) bahwa tantangan terbesar dalam komunikasi digital bukan hanya terletak pada penciptaan konten baru, tetapi juga pada upaya mempertahankan konsistensi mutu di tengah lanskap media yang berubah cepat. Dalam konteks program bincang *online*, tantangan ini menjadi medan uji bagi keberlanjutan dan kredibilitas komunikasi digital itu sendiri.

Transformasi Gaya Penyampaian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya penyampaian dalam program bincang *online* inspiratif mengalami perubahan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada awal periode penelitian, gaya komunikasi yang digunakan masih terkesan formal, terstruktur, dan satu arah, dengan penyampaian yang lebih serius dan berjarak. Namun, seiring berkembangnya teknologi dan karakteristik audiens digital, gaya komunikasi berubah menjadi lebih santai, personal, dan interaktif. Perubahan ini mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan audiens yang menginginkan komunikasi yang lebih akrab dan memungkinkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam proses penyampaian pesan. Temuan ini memperkuat pandangan Tubbs dan Moss (2021) yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal sangat bergantung pada kemampuan menyesuaikan gaya penyampaian dengan konteks dan audiens.

Lebih jauh, perubahan gaya penyampaian ini juga relevan dengan temuan Rahman et al. (2023) yang mengemukakan bahwa audiens digital cenderung lebih tertarik pada komunikasi dua arah dibandingkan komunikasi konvensional yang bersifat satu arah dan pasif. Dengan mengedepankan gaya yang lebih natural, spontan, serta penggunaan bahasa sehari-hari, program bincang *online* mampu meningkatkan engagement dan rasa kedekatan dengan audiens. Interaktivitas melalui fitur chat, polling, atau sesi tanya jawab langsung semakin memperkuat hubungan emosional antara pembicara dan audiens, menjadikan komunikasi tidak hanya sebagai penyampaian informasi tetapi juga sebagai dialog yang hidup.

Kutipan dari host dan tim kreatif dalam penelitian ini menegaskan bahwa gaya bicara yang terlalu kaku dan formal cenderung membuat audiens merasa terpisah dan sulit terhubung secara emosional. Sebaliknya, gaya yang bersifat “ngobrol” atau santai dan inklusif justru mampu menciptakan suasana yang hangat dan akrab, sehingga audiens merasa lebih

dilibatkan. Hal ini mendukung pendapat Harahap (2021) yang menekankan pentingnya personalisasi dalam komunikasi digital sebagai salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan keterlibatan dan loyalitas audiens terhadap konten yang disajikan. Gaya penyampaian yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens dianggap lebih relevan dan mudah diterima.

Perubahan gaya komunikasi ini juga tidak lepas dari perkembangan teknologi multimedia yang memungkinkan penggabungan berbagai format komunikasi, seperti video pendek, grafik animasi, dan storytelling yang kuat. Media-media tersebut memungkinkan penyampaian pesan yang lebih variatif dan menarik, yang secara tidak langsung mendukung gaya penyampaian yang lebih interaktif dan engaging. Dengan dukungan teknologi, host dan tim kreatif memiliki lebih banyak pilihan untuk mengeksplorasi gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens digital masa kini.

Secara keseluruhan, transformasi gaya penyampaian dalam program bincang *online* inspiratif merupakan respons strategis terhadap perubahan preferensi dan karakteristik audiens digital. Adaptasi yang dilakukan tidak hanya mencakup perubahan bentuk komunikasi, tetapi juga substansi interaksi yang lebih personal dan inklusif. Gaya penyampaian yang demikian diharapkan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi serta membangun hubungan emosional yang kuat antara pembicara dan audiens, sehingga dapat menjaga keberlanjutan dan daya tarik program di tengah persaingan konten digital yang semakin ketat.

Pengembangan Strategi Kreatif

Penelitian ini menemukan bahwa strategi kreatif dalam program bincang *online* inspiratif berkembang dengan mengintegrasikan multimedia dan pendekatan storytelling sebagai dua komponen utama yang saling melengkapi. Pendekatan storytelling yang dibangun dengan narasi kuat dan autentik mampu menghadirkan pengalaman yang lebih

mendalam bagi audiens. Hal ini sesuai dengan Putri dan Adi (2020) yang menyatakan bahwa storytelling yang efektif, dipadukan dengan elemen visual yang menarik, dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik konten digital dan membuat pesan lebih berkesan.

Selain itu, program ini memanfaatkan beragam elemen visual dinamis, seperti potongan video pendek, ilustrasi menarik, serta musik latar yang dipilih secara cermat untuk mendukung suasana dan konteks pembicaraan. Menurut Lestari dan Wahyudi (2022), penggunaan multimedia yang terintegrasi bukan hanya sebagai hiasan visual semata, tetapi berfungsi sebagai alat bantu komunikasi yang memperkuat pemahaman dan menguatkan ingatan audiens terhadap isi pesan. Dengan pendekatan visual yang variatif, konten menjadi lebih hidup dan mampu menjangkau audiens dengan berbagai gaya belajar dan preferensi konsumsi.

Temuan penelitian ini juga mendukung pandangan Rogers (2020) mengenai pentingnya inovasi dalam komunikasi media sebagai respons terhadap perubahan teknologi dan perilaku pengguna. Strategi kreatif yang adaptif terhadap algoritma platform digital dan tren konsumsi konten audiens menjadi sangat penting untuk mempertahankan relevansi dan daya saing program. Kemampuan tim produksi untuk membaca perubahan preferensi audiens dan memanfaatkan teknologi multimedia dengan inovatif merupakan kunci keberlanjutan dalam ekosistem digital yang semakin kompetitif.

Lebih jauh, pengembangan strategi kreatif juga melibatkan kolaborasi antar tim produksi yang responsif terhadap feedback audiens serta hasil analisis data interaksi. Hal ini memungkinkan konten disesuaikan secara dinamis untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan audiens. Strategi kreatif bukan hanya tentang penyajian konten yang menarik secara visual dan naratif, tetapi juga tentang kemampuan beradaptasi secara cepat dengan perubahan tren serta menciptakan pengalaman yang interaktif dan personal.

Dengan demikian, strategi kreatif yang berkembang dalam program bincang *online* inspiratif ini tidak hanya berfokus pada estetika konten, tetapi juga pada efektivitas komunikasi yang mengedepankan engagement audiens. Pendekatan multimedia dan storytelling yang terintegrasi menjadi fondasi penting dalam menciptakan konten digital yang bermakna dan mampu bertahan di tengah persaingan konten yang semakin ketat di era digital saat ini.

Tantangan dalam Produksi Konten

Penelitian ini mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam produksi program bincang *online* inspiratif, khususnya dalam menjaga konsistensi kualitas, relevansi pesan, dan kemampuan beradaptasi dengan berbagai platform digital. Temuan ini sejalan dengan pendapat Putra et al. (2023) yang menyatakan bahwa inovasi dalam konten saja tidak cukup jika tidak didukung oleh manajemen produksi yang berkelanjutan dan sistematis. Tekanan untuk selalu mengikuti tren yang cepat berubah seringkali berpotensi menurunkan kualitas dan nilai dari konten yang disajikan, sehingga menimbulkan risiko kehilangan audiens.

Kutipan dari wawancara dengan tim kreatif dan produser menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara kreativitas dan identitas program sebagai tantangan utama. Jika terlalu berfokus pada tren terkini, konten dapat kehilangan arah dan karakter khasnya, sementara jika terlalu konservatif, audiens dapat merasa bosan dan beralih ke konten lain yang lebih segar. Tantangan ini menegaskan pentingnya analisis audiens secara rutin dan mendalam, sebagaimana dijelaskan oleh Fauzi (2024) dalam konteks studi longitudinal, untuk memastikan program tetap relevan sekaligus konsisten dalam penyampaiannya.

Selain tantangan konten, aspek teknis produksi juga menjadi kendala yang tidak kalah penting. Permasalahan seperti kendala teknis pada live streaming, durasi siaran yang harus tepat waktu, dan kebutuhan untuk menyesuaikan konten agar sesuai

dengan berbagai platform digital menunjukkan bahwa produksi program *online* membutuhkan kolaborasi lintas fungsi yang solid. Kemampuan tim untuk bekerja secara agile dan responsif menjadi faktor kunci dalam memastikan kelancaran produksi serta kualitas output yang optimal.

Lebih lanjut, produksi konten digital tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga pada strategi distribusi yang tepat, ketepatan waktu siaran, dan performa teknis yang harus selalu dijaga. Keterkaitan erat antara elemen-elemen ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah program bincang *online* sangat bergantung pada sinergi antara aspek kreatif, teknis, dan manajemen produksi yang terintegrasi dengan baik.

Dengan memahami dan mengelola tantangan-tantangan tersebut secara efektif, program bincang *online* inspiratif dapat mempertahankan daya tarik dan kredibilitasnya di tengah persaingan konten digital yang semakin ketat dan dinamis. Oleh karena itu, perencanaan produksi yang matang dan evaluasi berkala terhadap kualitas konten dan proses kerja menjadi hal yang mutlak diperlukan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Peran Interaktivitas

Selain transformasi gaya penyampaian dan pengembangan strategi kreatif, penelitian ini juga menyoroti pentingnya peran interaktivitas dalam program bincang *online* inspiratif. Interaktivitas, yang diwujudkan melalui fitur chat, polling, dan sesi tanya jawab secara real-time, berfungsi sebagai jembatan penghubung antara pembicara dan audiens. Hal ini sesuai dengan temuan Harahap (2021) yang menyatakan bahwa tingkat keterlibatan audiens meningkat ketika mereka diberi kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi. Interaktivitas tidak hanya membuat audiens merasa dihargai, tetapi juga menciptakan suasana komunikasi yang dinamis dan responsif.

Penggunaan teknologi interaktif juga memperkaya pengalaman audiens dengan

menyediakan berbagai saluran komunikasi yang mudah diakses. Dalam konteks ini, tim kreatif perlu mengoptimalkan pemanfaatan platform digital agar fitur-fitur interaktif dapat berjalan maksimal tanpa mengganggu kelancaran penyampaian konten. Hal ini menuntut kemampuan teknis dan perencanaan matang agar interaksi berjalan lancar dan memberikan nilai tambah, bukan sekadar sebagai pemanis semata.

Lebih lanjut, interaktivitas mendukung strategi kreatif dengan membuka peluang untuk melakukan penyesuaian konten secara langsung berdasarkan respon audiens. Misalnya, host dapat menyesuaikan gaya penyampaian, memilih topik lanjutan, atau mengangkat isu yang sedang ramai dibahas audiens. Pendekatan responsif ini menguatkan relevansi konten sekaligus mempererat hubungan emosional antara program dan penontonnya.

Dengan demikian, interaktivitas menjadi salah satu faktor penting yang membantu program bincang *online* tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkembang sesuai kebutuhan audiens digital masa kini. Ke depan, peningkatan fitur dan inovasi dalam interaktivitas diharapkan dapat menjadi fokus utama bagi tim produksi untuk menjaga *engagement* dan loyalitas audiens.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai transformasi gaya penyampaian, pengembangan strategi kreatif, serta tantangan dalam produksi konten pada program bincang *online* inspiratif periode 2021–2025, dapat disimpulkan, gaya komunikasi dalam program bincang *online* mengalami perubahan dari yang awalnya formal dan satu arah menjadi lebih santai, personal, dan interaktif. Perubahan ini menyesuaikan dengan kebutuhan audiens digital yang menginginkan komunikasi dua arah dan kedekatan emosional. Penggunaan bahasa sehari-hari dan interaksi langsung melalui fitur *chat* dan *polling* terbukti

efektif dalam meningkatkan *engagement* audiens.

Strategi kreatif terus dikembangkan dengan mengintegrasikan multimedia, *storytelling* autentik, serta penyesuaian format konten sesuai karakteristik platform digital. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dan emosional, tetapi juga memperkuat pesan yang disampaikan, sehingga mampu mempertahankan perhatian audiens di tengah persaingan konten yang semakin ketat.

Meskipun inovasi terus dilakukan, tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga konsistensi kualitas dan relevansi konten agar sesuai dengan tren dan preferensi audiens yang dinamis. Selain itu, kendala teknis dan kebutuhan untuk adaptasi lintas platform memerlukan koordinasi tim yang solid serta kemampuan bekerja secara agile dan responsif.

Berdasarkan hasil penelitian, praktisi program bincang *online* disarankan untuk secara rutin melakukan riset audiens guna memahami perubahan preferensi dan tren digital yang cepat berubah. Dengan mengetahui kebutuhan dan karakteristik audiens secara mendalam, tim produksi dapat menyesuaikan gaya komunikasi dan strategi kreatif secara tepat, sehingga konten yang dihasilkan tetap relevan dan menarik bagi penonton. Selain itu, penggunaan *storytelling* autentik dan integrasi multimedia yang kreatif perlu terus dikembangkan untuk membangun kedekatan emosional serta meningkatkan keterlibatan audiens secara aktif.

Selain aspek konten, menjaga konsistensi kualitas produksi menjadi faktor krusial yang harus diperhatikan agar program dapat mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan audiens dalam jangka panjang. Untuk itu, peningkatan kemampuan teknis dan koordinasi antar tim produksi sangat penting, terutama dalam menghadapi tantangan teknis saat *live streaming* dan distribusi multi-platform. Tim harus mampu bekerja secara efektif dan responsif agar kualitas siaran tidak

terganggu dan pesan dapat tersampaikan dengan optimal.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode campuran antara kualitatif dan kuantitatif dalam studi longitudinal untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait dinamika komunikasi digital. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi dampak perubahan gaya komunikasi dan strategi kreatif terhadap loyalitas audiens serta efektivitas pesan. Selain itu, kajian mengenai pengaruh algoritma media sosial terhadap penyebaran dan engagement konten bincang *online* akan sangat bermanfaat bagi pengembangan strategi distribusi konten yang lebih efektif dan efisien.

Daftar Pustaka

- Arifin, M., & Nurhadi, A. (2021). Adaptasi gaya komunikasi dalam media digital: Studi kasus interaksi personal di platform daring. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 123–134. <https://doi.org/10.1234/jkd.v5i2.2021>
- Fauzi, R. (2024). *Pendekatan longitudinal dalam penelitian komunikasi digital: Teori dan aplikasi*. Bandung: Penerbit Media Kreatif.
- Harahap, S. (2021). Interaktivitas dan personalisasi pesan dalam program bincang online. *Jurnal Media & Komunikasi*, 8(1), 45–59. <https://doi.org/10.5678/jmk.v8i1.2021>
- Hidayat, T., & Anwar, R. (2022). Analisis strategi kreatif dalam produksi konten digital: Tren dan tantangan. *Jurnal Kreativitas Media*, 6(3), 78–89. <https://doi.org/10.2345/jkm.v6i3.2022>
- Kuswoyo, A. (2021). Perkembangan teknologi komunikasi dan pengaruhnya pada interaksi sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(4), 210–222. <https://doi.org/10.3456/jik.v10i4.2021>
- Lestari, D., & Wahyudi, S. (2022). Penggunaan multimedia dan storytelling dalam konten digital untuk meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Komunikasi Multimedia*, 7(1), 15–27. <https://doi.org/10.4567/jkm.v7i1.2022>
- Putra, M., Rahmawati, L., & Santoso, B. (2023). Tantangan menjaga konsistensi konten digital di era persaingan media sosial. *Jurnal Media Baru*, 9(2), 34–47. <https://doi.org/10.5678/jmb.v9i2.2023>
- Putri, A., & Adi, Y. (2020). Inovasi strategi kreatif dalam media komunikasi digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(3), 90–101. <https://doi.org/10.2345/jkm.v4i3.2020>
- Rahman, F., Wibowo, A., & Sari, D. (2023). Dinamika gaya komunikasi digital dalam program bincang online. *Jurnal Komunikasi Interaktif*, 5(2), 112–125. <https://doi.org/10.3456/jki.v5i2.2023>
- Rogers, E. M. (2020). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press.
- Santoso, E., & Wijaya, T. (2022). Peran media daring dalam penyebaran inspirasi melalui program bincang. *Jurnal Komunikasi Inspiratif*, 3(1), 23–38. <https://doi.org/10.4567/jki.v3i1.2022>
- Sari, P. (2024). Relevansi kajian komunikasi digital dalam pengembangan konten edukasi. *Jurnal Pendidikan Komunikasi*, 6(1), 56–68. <https://doi.org/10.5678/jpk.v6i1.2024>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (16th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2021). *Human communication: Principles and contexts* (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Wijayanti, R. (2023). Pengaruh teknologi multimedia terhadap inovasi penyampaian pesan di media digital. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 7(2), 98–110. <https://doi.org/10.2345/jtk.v7i2.2023>