

ABSTRAK

Radio merupakan media massa yang masih hadir bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi ataupun hiburan. Namun, eksistensi radio kian terkikis akibat kehadiran media baru. Konsep inovatif bisa menjadi solusi bagi radio untuk bertahan, terutama dari sisi program yang ditawarkan. Strategi pengemasan program yang tepat dapat menjadi suatu hal yang penting untuk tetap menjaga ketertarikan dan loyalitas dari para pendengar radio. Bermula dari tekad untuk memberikan pilihan serta meningkatkan kembali daya tarik radio yang siap bersaing dengan media lain, radio Urban '*URang BANdung*' hadir sebagai radio masif dan berfokus pada generasi pop anak muda/generasi muda. Konsep menghibur menjadi penawaran melalui program yang dihadirkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengemasan program dalam menjadi sumber informasi serta hiburan di era digital melihat dari program "*Happy Pagi*". Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan paradigma konstruktivisme serta pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengemasan program radio yang dilakukan program "*Happy Pagi*" dapat memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan dengan berbagai konten yang dihadirkan. Program tersebut juga aktif dalam sosial media dan peran penyiar dalam membawakan program serta komunitas khusus yang dibuat membentuk loyalitas bagi para pendengar sehingga menjadi program unggulan di Urban radio.

Kata Kunci: Radio, Program, Informasi, Hiburan, Digital