

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan aplikasi *digital* sebagai strategi untuk menjaga eksistensi stasiun radio di era *digital*, dengan fokus pada Radio Dahlia 101.5 FM Bandung. Kemajuan teknologi *live streaming* dan media *online* telah memberikan peluang kepada stasiun radio untuk mempertahankan kehadirannya melalui *platform digital*. Radio Dahlia, dengan sejarah operasi hampir 52 tahun, telah mengambil langkah strategis dengan merilis aplikasi *digital* untuk tetap relevan di tengah perubahan teknologi ini. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis bagaimana Radio Dahlia mengimplementasikan aplikasi *digital* sebagai bagian dari strategi mereka. Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme dan memvalidasi data dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan studi literatur, dengan menggunakan analisis triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Dahlia telah berhasil membangun hubungan interaktif dengan pendengarnya melalui aplikasi *digital*. Aplikasi ini tidak hanya mempertahankan format audial, tetapi juga mengakomodasi beragam kelompok usia pendengar setia. Radio Dahlia, sebagai upaya mempertahankan eksistensi-nya di era *digital*, telah menunjukkan keberhasilan dalam mengambil langkah inovatif dengan memanfaatkan teknologi untuk memperkuat keterikatan dengan pendengar dan tetap bersaing dalam pasar yang semakin ketat. Melalui aplikasi *digital* dan strategi yang efektif, Radio Dahlia memberikan bukti bahwa inovasi teknologi dapat menjadi kunci untuk bertahan dalam dunia media yang terus berkembang.

Kata kunci: *customer engagement, new media, radio, strategi public relations, streaming*