

Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Sonora Palembang 102,6 Fm Dalam Meningkatkan Daya Tarik Bagi Pengiklan Dan Pendengar

Riska Lestari¹, Abdur Razzaq², Putri Citra Hati³

^{1,2,3}UIN Raden Fatah Palembang

E-Mail: ¹123031410099_riskaaglam@gmail.com, ²abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id,

³putricitrahati_uin@radenfatah.ac.id,

Published: December, 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi penyiaran Radio Sonora Palembang 102.6 FM dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar di tengah persaingan industri media yang semakin kompetitif. Fokus kajian diarahkan pada pola penyusunan pesan siaran, penggunaan media pendukung, teknik interaksi dengan audiens, serta strategi promosi berbasis konten untuk mendukung peningkatan minat pengiklan. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap manajemen radio, penyiar, dan pendengar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Sonora Palembang menerapkan strategi komunikasi yang terencana melalui penyusunan konten siaran informatif, penyesuaian format acara dengan segmentasi audiens, interaksi dua arah melalui telepon dan media sosial, serta integrasi promosi kreatif berbasis *live mention* dan kolaborasi *event*. Strategi tersebut terbukti memperkuat loyalitas pendengar sekaligus meningkatkan minat pengiklan karena dianggap efektif menjangkau target pasar. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas strategi komunikasi penyiaran memiliki kontribusi signifikan dalam mempertahankan daya saing radio, terutama dengan dukungan pemanfaatan platform digital sebagai media perluasan audiens.

Kata kunci: strategi komunikasi, penyiaran radio, pendengar, pengiklan, Sonora Palembang.

ABSTRACT

This study aims to analyze the broadcasting communication strategies of Radio Sonora Palembang 102.6 FM in increasing attractiveness for advertisers and listeners amid the growing competition in the media industry. The research focuses on message formulation, the use of supporting media, audience engagement techniques, and content-based promotional strategies designed to strengthen advertiser interest. A descriptive qualitative method was applied through observation, interviews, and documentation involving radio management, broadcasters, and listeners. The results indicate that Radio Sonora Palembang implements well-planned communication strategies by offering informative broadcast content, aligning program formats with audience segmentation, creating two-way interaction through phone calls and social media, and integrating creative promotional techniques such as live mentions and event collaborations. These strategies have been proven to strengthen listener loyalty while simultaneously increasing advertiser interest due to their effectiveness in reaching specific target markets. The findings reaffirm that effective broadcasting communication strategies significantly contribute to radio competitiveness, particularly when supported by the use of digital platforms as an audience expansion medium.

Keywords: communication strategy, radio broadcasting, listeners, advertisers, Sonora Palembang.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Radio masih menjadi salah satu media komunikasi massa yang bertahan di tengah perkembangan teknologi digital, meskipun masyarakat semakin banyak mengakses informasi melalui platform berbasis internet seperti media sosial, layanan streaming, dan portal berita. Karakteristik radio yang bersifat auditif dan personal memungkinkan terciptanya kedekatan antara penyiar dan pendengar melalui gaya bicara, intonasi, serta interaksi langsung dalam siaran. Hal ini menjadikan radio tetap relevan sebagai media informasi dan hiburan dalam kehidupan masyarakat modern. .

Dalam industri penyiaran radio, keberlanjutan operasional sangat bergantung pada dua aspek utama, yaitu pendengar dan pengiklan. Pendengar berpengaruh terhadap popularitas dan jangkauan siaran, sedangkan pengiklan menjadi sumber pendapatan yang menentukan keberlangsungan

ekonomi stasiun radio. Sonora Palembang dituntut untuk mampu menarik kedua pihak tersebut melalui pengemasan program yang menarik dan pencitraan positif sebagai media iklan yang efektif.

Perubahan perilaku konsumsi media akibat digitalisasi menuntut radio untuk melakukan adaptasi agar tidak kehilangan audiens. Saat ini, pendengar tidak hanya mengakses radio melalui frekuensi FM, tetapi juga melalui platform digital seperti *web* atau *mobile streaming*, media sosial, dan YouTube. Adaptasi ini diperlukan agar radio tetap relevan di tengah gaya hidup masyarakat modern yang kian mengandalkan perangkat digital untuk mengakses informasi dan hiburan.

Salah satu cara yang dilakukan Sonora Palembang untuk mempertahankan eksistensinya ialah melalui strategi komunikasi penyiaran yang dirancang untuk membangun kedekatan dengan pendengar dan meningkatkan citra radio di mata pengiklan. Strategi tersebut dapat berupa pemilihan penyiar yang komunikatif, format interaktif, penjadwalan program yang sesuai kebutuhan audiens, serta penggunaan media digital untuk memperluas *engagement*.

Selain fokus pada pendengar, radio juga harus memperhatikan kebutuhan pengiklan sebagai sumber pendapatan utama. Pengiklan akan memilih media yang mampu menjangkau target pasar secara tepat. Oleh karena itu, strategi komunikasi Sonora Palembang tidak hanya diarahkan kepada audiens, tetapi juga untuk membangun citra radio sebagai media promosi yang efektif.

Keterlibatan radio dalam platform digital dan media sosial juga memperluas jangkauan audiens sekaligus membuktikan kemampuan radio untuk mengikuti perkembangan zaman. Pemanfaatan media digital seperti *Instagram*, *YouTube*, dan *website browser* memungkinkan terciptanya sinergi antara penyiaran tradisional dan komunikasi berbasis internet. Integrasi ini tidak hanya mempertahankan pendengar, tetapi juga meningkatkan peluang pemasaran melalui paket iklan multiplatform bagi pengiklan.

Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, radio juga memiliki peran sebagai medium pemasaran yang efektif bagi para pengiklan. Dalam perspektif ekonomi media, keberlangsungan sebuah lembaga penyiaran sangat bergantung pada pemasukan iklan, sementara keberhasilan menarik pengiklan ditentukan oleh jumlah dan loyalitas pendengar. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang diterapkan sebuah radio tidak hanya diarahkan pada peningkatan kualitas siaran, tetapi juga penciptaan citra institusi serta hubungan profesional yang baik dengan pihak pengiklan. Hal ini sejalan dengan pandangan.

Dalam menghadapi tantangan kompetisi media digital, penyusunan strategi komunikasi di industri radio harus berbasis pada segmentasi dan pemetaan audiens. Radio yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan karakteristik audiens akan ditinggalkan, sehingga menurunkan daya tarik bagi pengiklan. Oleh sebab itu, pengelolaan pesan siaran, format acara, pemilihan penyiar, hingga pendekatan promosi harus dikembangkan secara strategis sesuai target pasar.

Radio Sonora Palembang 102.6 FM merupakan salah satu stasiun radio berita dan informasi yang memiliki reputasi kuat di wilayah Sumatera Selatan. Radio ini menonjol melalui kombinasi program berita, talkshow, dan informasi lalu lintas yang menjadi ciri khas jaringan Sonora. Namun, perubahan pola konsumsi media masyarakat Palembang yang mulai beralih ke platform digital menjadikan kebutuhan strategi komunikasi semakin mendesak. Dengan mempertahankan kualitas siaran sambil memperkuat hubungan dengan pendengar dan pengiklan, Radio Sonora dituntut untuk beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif.

Upaya meningkatkan daya tarik bagi pendengar tidak hanya berkaitan dengan konten siaran, tetapi juga pengalaman emosional dan rasa kedekatan yang dibangun antara penyiar dan audiens. Tidak hanya itu, daya tarik bagi pengiklan sangat bergantung pada sejauh mana radio mampu menunjukkan loyalitas dan keterikatan audiens melalui statistik pendengar yang stabil. Oleh sebab itu, strategi komunikasi yang mencakup promosi, branding, dan publikasi kinerja pendengar menjadi elemen penting dalam menarik minat pengiklan.

Dengan demikian, studi mengenai strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM menjadi penting untuk memahami bagaimana model komunikasi dan pola penyiaran dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik baik bagi pendengar maupun pihak pengiklan. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada konten siaran, tetapi juga pada taktik komunikasi pemasaran, interaksi dengan audiens, dan manajemen hubungan dengan pengiklan. Kajian ini diperlukan untuk

memberikan gambaran mengenai bagaimana lembaga penyiaran radio dapat bertahan dan berkembang di era digital yang penuh kompetisi.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar secara faktual dan komprehensif. Penelitian ini dilakukan tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap objek penelitian, melainkan berupaya memahami strategi komunikasi sebagaimana adanya dari pengalaman para pengelola radio, penyiar, dan pengiklan. Pendekatan ini sangat sesuai dengan karakter penelitian komunikasi berbasis proses dan pemaknaan, karena fokusnya bukan pada angka statistik tetapi pada pengalaman, persepsi, dan praktik komunikasi di lingkungan media penyiaran. (Sugiyono, 2016)

Pemilihan penelitian kualitatif deskriptif juga berangkat dari kebutuhan untuk memahami strategi komunikasi tidak hanya sebagai aktivitas penyampaian pesan, tetapi sebagai proses yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan penciptaan efek komunikasi yang diharapkan. Dalam konteks industri radio, strategi komunikasi berkaitan dengan bagaimana lembaga penyiaran membangun citra, membentuk kedekatan emosional dengan pendengar, menjaga loyalitas audiens, dan menarik minat pemasang iklan. Oleh karena itu, pendekatan yang mampu menganalisis dinamika komunikasi secara mendalam sangat diperlukan. Moleong (2017)

Karakteristik penelitian kualitatif deskriptif juga memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang mendalam melalui interaksi langsung dengan informan yang memiliki pengalaman relevan. Dalam penelitian ini, setiap informan memiliki peran berbeda dalam aktivitas penyiaran radio, mulai dari penyiar yang berinteraksi secara intens dengan pendengar, hingga staf marketing yang berhubungan langsung dengan pemasang iklan. Data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan Sonora Palembang dari berbagai perspektif internal lembaga media.

Penelitian kualitatif deskriptif juga relevan dalam mengkaji konteks industri radio modern yang menghadapi persaingan digital. Proses penyiaran tidak lagi terbatas pada gelombang FM, melainkan juga terintegrasi dengan platform digital seperti media sosial, *streaming*, dan *talkshow*. Oleh karena itu, strategi komunikasi radio perlu dianalisis tidak hanya pada aspek siaran tradisional tetapi juga dalam strategi komunikasi lintas platform yang diterapkan untuk mempertahankan loyalitas pendengar sekaligus menarik pengiklan.

Dengan demikian, penelitian kualitatif deskriptif paling sesuai digunakan dalam studi ini karena menawarkan keleluasaan untuk membahas fenomena strategi komunikasi secara holistik, mendalam, dan berdasarkan pengalaman nyata para pelaku industri penyiaran. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana proses penyusunan dan pelaksanaan strategi komunikasi dapat berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik pendengar dan pemasang iklan.

B. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar. Objek penelitian tersebut berfokus pada cara lembaga penyiaran merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun kedekatan dengan audiens sekaligus menarik minat pemasang iklan. Topik ini dipilih karena keberhasilan media radio tidak hanya ditentukan oleh kualitas isi siaran, tetapi juga oleh kemampuan mengelola komunikasi sebagai alat promosi, persuasi, dan penciptaan citra media. (Effendy, 2009)

Objek penelitian mencakup kegiatan komunikasi internal dan eksternal yang dilakukan oleh Radio Sonora Palembang. Aktivitas internal berkaitan dengan proses penyusunan konten dan format siaran, pemilihan gaya komunikasi penyiar, penentuan segmentasi audiens, hingga evaluasi feedback pendengar. Sementara itu, aktivitas komunikasi eksternal mencakup strategi promosi, branding lembaga penyiaran, dan pengelolaan hubungan dengan pengiklan. Dengan demikian, objek

penelitian tidak hanya meninjau bagaimana pesan siaran disampaikan kepada pendengar, melainkan bagaimana komunikasi dikembangkan untuk membangun positioning radio sebagai media yang terpercaya bagi audiens dan pemasang iklan.

Objek penelitian juga berhubungan dengan bagaimana Radio Sonora Palembang beradaptasi terhadap konteks perkembangan media digital. Di era ketika masyarakat semakin aktif mengakses media berbasis internet, radio dituntut untuk memperluas jangkauan komunikasi agar tidak hanya mengandalkan gelombang FM. Oleh karena itu, pemanfaatan platform digital seperti media sosial, website, live streaming, podcast, dan interaksi online menjadi bagian dari strategi komunikasi yang semakin penting. Adaptasi media terhadap perubahan teknologi menjadi faktor penentu dalam mempertahankan audiens dan meningkatkan daya tarik bagi pengiklan.

Dalam konteks penelitian ini, objek penelitian mencakup dua target utama strategi komunikasi, yaitu pendengar dan pengiklan. Dari sisi pendengar, strategi komunikasi berorientasi pada peningkatan loyalitas, interaksi, dan kedekatan emosional antara audiens dan penyiar. Hal tersebut dipandang penting karena loyalitas audiens berkontribusi langsung terhadap daya jual media di mata pemasang iklan. Sementara dari sisi pengiklan, strategi komunikasi diarahkan pada pembentukan citra profesional, kredibilitas, serta kemampuan membuktikan efektivitas radio sebagai media pemasaran yang mampu menjangkau konsumen sasaran.

Dengan demikian, objek penelitian dalam studi ini penting untuk ditelaah secara mendalam karena strategi komunikasi menjadi fondasi utama dalam mempertahankan eksistensi Radio Sonora Palembang 102.6 FM di tengah kompetisi media digital. Pemahaman terhadap objek penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana proses komunikasi disusun, dijalankan, dan dievaluasi untuk menciptakan daya tarik yang efektif bagi pendengar dan pemasang iklan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode agar data yang diperoleh kaya, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan tiga teknik ini bertujuan untuk saling melengkapi sehingga informasi yang diperoleh tidak hanya bersumber dari narasi informan, tetapi juga dari perilaku komunikasi yang diamati serta dokumen pendukung yang dimiliki Radio Sonora Palembang 102.6 FM. Arikunto (2013)

Wawancara mendalam dilakukan kepada informan kunci yang berkaitan langsung dengan aktivitas penyiaran maupun pemasaran radio. Informan yang diwawancarai mencakup manajer program, penyiar, staf bagian marketing, dan pendengar aktif Radio Sonora Palembang. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga peneliti memiliki pedoman pertanyaan namun tetap memberi fleksibilitas bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas sesuai konteks. Teknik wawancara semi-terstruktur memungkinkan data yang diperoleh tidak hanya berupa informasi faktual, tetapi juga pandangan subjektif dan penjelasan mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik observasi untuk mengamati langsung proses penyiaran dan aktivitas komunikasi antara radio dan pendengar. Observasi dilakukan pada ruang siaran, interaksi penyiar dengan audiens melalui pesan *mobile*, dan aktivitas promosi radio melalui media sosial. Pengamatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang mungkin tidak muncul melalui wawancara, seperti gaya komunikasi penyiar, suasana kerja, pola interaksi, dan bentuk respon audiens.

Teknik pengumpulan data berikutnya adalah dokumentasi, yang bertujuan menelusuri dokumen, arsip, dan materi digital yang terkait dengan strategi komunikasi Radio Sonora Palembang. Dokumen yang dikaji meliputi profil program siaran, agenda pemasaran, data statistik pendengar, materi promosi, aktivitas media sosial, serta konten digital yang dipublikasikan oleh radio. Data dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi informasi hasil wawancara dan observasi serta membantu memvalidasi pola strategi komunikasi yang ditemukan.

Penggunaan ketiga teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi membantu peneliti mendapatkan informasi yang lengkap dan saling melengkapi antara data verbal,

perilaku komunikasi, serta bukti-bukti fisik atau digital terkait aktivitas penyiaran. Kombinasi teknik ini juga mencegah terjadinya bias karena data diperoleh dari beberapa sumber dan bentuk informasi yang berbeda. Herdiansyah (2018) menegaskan bahwa untuk memperoleh hasil penelitian kualitatif yang kredibel, peneliti perlu menggunakan teknik pengumpulan data yang berlapis sehingga temuan yang dihasilkan kuat secara empiris dan dapat dipertanggungjawabkan.

D. Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disusun untuk memperoleh informasi yang akurat dan relevan mengenai strategi komunikasi penyiaran Radio Sonora Palembang 102.6 FM dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar. Penelitian komunikasi umumnya berupaya menangkap realitas sosial melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian sehingga penggunaan teknik pengumpulan data yang tepat menjadi kunci keberhasilan penelitian. Arikunto (2019) juga menekankan bahwa kualitas data penelitian sangat bergantung pada ketepatan peneliti dalam memilih metode pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pertama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Wawancara dilakukan kepada narasumber yang dianggap memiliki otoritas, pengalaman, dan pengetahuan tentang strategi komunikasi Radio Sonora Palembang, seperti Penyiar radio, Marketing radio, dan beberapa pendengar radio. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memberikan keleluasaan kepada narasumber dalam menjelaskan pengalaman dan pandangan mereka, sambil tetap mempertahankan kerangka pertanyaan. Melalui wawancara ini, peneliti berupaya menggali informasi mendalam mengenai strategi komunikasi, orientasi program siaran, pendekatan pemasaran, dan faktor apa saja yang mempengaruhi daya tarik pengiklan dan pendengar.

Teknik kedua adalah observasi. Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan kerja Radio Sonora Palembang untuk mengamati aktivitas penyiaran, interaksi internal, penyusunan program siaran, serta pola komunikasi penyiar dengan pendengar melalui media sosial. Observasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran nyata mengenai proses kerja dan praktik komunikasi yang diterapkan dalam kegiatan penyiaran sehari-hari.

Teknik ketiga adalah dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai arsip dan materi yang berkaitan dengan pola siaran, press release, rekaman siaran, serta materi promosi yang digunakan oleh Radio Sonora Palembang. Teknik dokumentasi bertujuan untuk memperkuat data yang diperoleh dari wawancara dan observasi sehingga seluruh informasi dapat saling melengkapi dan diuji keabsahannya. Penggunaan dokumentasi juga membantu peneliti menelusuri rekam jejak historis strategi komunikasi yang dikembangkan oleh radio secara kronologis.

Selain itu, untuk memastikan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan dan mengecek data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara simultan. Triangulasi digunakan untuk menghindari bias data dan memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar-benar konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, seluruh teknik pengumpulan data yang digunakan diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi Radio Sonora Palembang dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM.

Strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM dibangun berdasarkan pemetaan karakteristik pendengar yang telah dianalisis melalui data internal dan pengamatan perkembangan sosial masyarakat Palembang. Segmentasi utama radio adalah kelompok usia 20–50 tahun yang memiliki aktivitas produktif dan kebutuhan informasi cepat, akurat, dan terpercaya. Segmentasi berbasis latar kehidupan audiens ini menjadi landasan dalam perancangan konten siaran, gaya komunikasi penyiar, serta pemilihan narasumber agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif. Dalam komunikasi massa, pemetaan audiens merupakan langkah awal menentukan arah strategi komunikasi agar penyajian pesan dapat diarahkan ke kelompok yang paling relevan.

Penyusunan strategi komunikasi Sonora berorientasi pada pembentukan positioning sebagai radio berita yang kredibel, interaktif, dan mampu memberikan solusi terhadap isu sosial maupun kebutuhan informasi harian. Identitas tersebut terlihat dari susunan program siaran yang memadukan konten aktual seperti update lalu lintas, berita nasional, dialog publik, hingga topik kehidupan sehari-hari yang dikemas secara ringan agar tetap mudah dipahami. Konsep positioning dimaksudkan agar media memiliki identitas kuat di benak audiens sehingga ketika publik memikirkan informasi yang berorientasi aktual dan edukatif, Radio Sonora menjadi rujukan utama.

Selain itu, strategi komunikasi juga diarahkan untuk membangun keterhubungan emosional antara penyiar dan pendengar melalui gaya komunikasi interpersonal. Penyiar di Radio Sonora tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menjaga suasana dialogis dengan mendengarkan pendapat pendengar, memberi tanggapan, serta menggunakan pilihan bahasa yang mudah diikuti oleh semua lapisan masyarakat. Pendekatan komunikasi interpersonal dalam media penyiaran radio diyakini mampu menciptakan hubungan parasosial, yaitu kedekatan emosional antara pendengar dan figur penyiar meskipun tidak terjadi interaksi tatap muka. Kedekatan inilah yang menjadi fondasi bagi pembentukan loyalitas audiens.

Radio Sonora juga menerapkan pendekatan konten berbasis kedekatan geografis dan kedekatan psikologis, yakni pemilihan isu lokal yang relevan dengan kehidupan masyarakat Palembang. Contoh konten tersebut adalah laporan kemacetan, informasi layanan publik, harga pasar, agenda daerah, dan isu sosial lokal. Konten lokal menjadi aspek penting karena pendengar cenderung lebih responsif pada informasi yang menyentuh kehidupan sehari-hari mereka.

Selain mengandalkan kekuatan siaran konvensional, Sonora mengintegrasikan strategi komunikasi lintas platform untuk menjangkau audiens digital. Konten siaran dipublikasikan ulang di *Instagram* dan *YouTube*, guna menjangkau pendengar yang lebih memilih format digital. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens, tetapi juga memperkuat citra Sonora sebagai media yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Media massa yang mampu melakukan multiplatform content distribution cenderung memiliki daya jangkauan audiens lebih besar serta memiliki nilai promosi lebih tinggi di mata pengiklan.

Sebagai bagian dari strategi komunikasi, Sonora juga menjaga kesinambungan hubungan dengan pendengar melalui kegiatan off-air seperti peliputan acara masyarakat, kegiatan CSR, event komunitas, dan talkshow publik di ruang terbuka. Aktivitas off-air menjadi ruang pertemuan langsung antara penyiar dan pendengar yang dapat memperkuat kedekatan emosional. Dalam industri radio modern, program off-air dianggap sebagai strategi experiential branding, yakni memperkenalkan media bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi sebagai bagian dari kehidupan sosial masyarakat.

Tak hanya menasar pendengar, strategi komunikasi Sonora juga memperhatikan persepsi pengiklan. Oleh sebab itu, konten dan citra program siaran dibangun sedemikian rupa agar menunjukkan stabilitas audiens, kredibilitas informasi, dan profesionalisme penyiar. Kredibilitas media menjadi faktor penentu bagi pelaku bisnis dalam memutuskan penempatan iklan agar promosi produknya diasosiasikan dengan media yang memiliki reputasi positif. Dengan demikian, strategi komunikasi Sonora tidak hanya berfokus pada audiens sebagai penerima pesan, tetapi juga pada pengiklan sebagai sumber pendapatan media.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM dapat dilihat sebagai kombinasi antara manajemen segmentasi audiens, positioning media, komunikasi interpersonal, pengelolaan konten profesional, integrasi digital, dan engagement off-air. Keseluruhan elemen tersebut dirancang untuk mempertahankan loyalitas pendengar sekaligus meningkatkan nilai komersial radio di mata pengiklan. Implementasi strategi komunikasi yang bersifat simultan dan adaptif adalah kunci mempertahankan daya saing radio lokal di tengah lanskap media digital yang semakin kompetitif.

B. Hubungan Strategi Komunikasi dengan Daya Tarik Pendengar

Strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM memiliki keterkaitan langsung dengan pembentukan daya tarik pendengar, terutama karena pendekatan penyiaran yang bersifat partisipatif dan dialogis. Pendengar merasa memperoleh ruang untuk dilibatkan dalam proses

penyampaian informasi melalui sesi interaktif seperti tanya jawab siaran langsung, polling publik, dan diskusi tematik sehingga tercipta persepsi bahwa suara masyarakat dihargai. Media penyiaran yang mengimplementasikan pola komunikasi dua arah cenderung menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih bermakna bagi audiens dan berdampak pada peningkatan minat untuk kembali menyimak program pada hari berikutnya.

Gaya komunikasi penyiar juga menjadi elemen penting dalam memengaruhi daya tarik pendengar. Penyiar Sonora menerapkan gaya komunikasi yang menggabungkan profesionalisme dan kehangatan interpersonal melalui pilihan bahasa yang santun, artikulasi jelas, dan ekspresi emosional yang alami. Pendekatan ini menstimulus tumbuhnya hubungan parasosial, yaitu keterikatan pendengar dengan penyiar meskipun tidak terjadi interaksi tatap muka langsung. Konsep hubungan parasosial telah lama dikenal sebagai faktor pembentuk loyalitas pendengar radio karena audiens merasa memiliki kedekatan emosional dengan penyiar sebagai figur penyampai informasi.

Selain itu, relevansi konten dengan kebutuhan dan peristiwa kehidupan pendengar terbukti berperan besar dalam meningkatkan daya tarik audiens. Pendengar menunjukkan ketertarikan lebih tinggi terhadap konten yang berhubungan dengan konteks lokal, seperti informasi lalu lintas di Palembang, kebijakan daerah, agenda masyarakat, cuaca, dan tren sosial di kota. Kedekatan topik dengan realitas kehidupan sehari-hari audiens menumbuhkan persepsi manfaat langsung atau utilitas informasi, sehingga pendengar memiliki alasan kuat untuk terus kembali mengikuti siaran.

Dukungan teknologi digital juga memperkuat daya tarik pendengar karena Sonora tidak hanya mengandalkan siaran frekuensi radio konvensional, melainkan juga menyediakan akses konten melalui platform media sosial dan podcast. Kehadiran di ruang digital memberikan fleksibilitas bagi pendengar untuk menyimak ulang informasi tanpa batasan waktu dan lokasi, sekaligus memudahkan audiens baru menemukan konten Sonora melalui kanal digital. Konvergensi ini sejalan dengan tren konsumsi media modern, di mana pendengar menginginkan akses konten yang dapat disesuaikan dengan aktivitas harian mereka.

Secara keseluruhan, hubungan antara strategi komunikasi Sonora dan daya tarik pendengar bersifat timbal balik: semakin kuat perencanaan komunikasi, maka semakin besar keterlibatan audiens. Pendengar bukan hanya mencari hiburan, tetapi juga figur komunikatif yang dapat memberikan panduan, ruang partisipasi, serta rasa kedekatan emosional dalam konsumsi informasi. Dengan strategi komunikasi berbasis segmentasi, interaksi dua arah, relevansi konten, dan dukungan digital, Sonora mampu mempertahankan posisi sebagai media yang relevan dan bermakna bagi publik di tengah kompetisi media massa yang semakin padat.

C. Dampak Strategi Komunikasi terhadap Daya Tarik Pengiklan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Radio Sonora Palembang 102.6 FM memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengiklan dalam menempatkan materi promosi pada program siaran. Pengiklan memilih Sonora karena melihat kesesuaian profil pendengar dengan target pasar yang mereka sasar yakni kelompok masyarakat dewasa produktif dengan daya beli yang relatif stabil. Segmentasi audiens yang jelas dan terukur memberikan jaminan kepada pengiklan bahwa pesan iklan akan diterima oleh kelompok masyarakat yang secara ekonomi relevan dan berpotensi melakukan pembelian. Dalam industri media, segmentasi audiens merupakan indikator utama dalam pengambilan keputusan pemasangan iklan karena menentukan efektivitas penyampaian pesan pemasaran.

Selain faktor segmentasi audiens, citra Sonora sebagai media penyiaran yang kredibel turut memengaruhi keputusan pengiklan. Program siaran yang menonjolkan informasi aktual dan gaya penyampaian profesional membentuk asosiasi bahwa Sonora merupakan media yang berwibawa dan dapat dipercaya. Pengiklan cenderung menempatkan sponsor pada media yang memiliki reputasi positif guna membangun asosiasi citra yang baik terhadap merek yang dipromosikan. Dalam komunikasi pemasaran, nilai kepercayaan publik terhadap media penyampai pesan menjadi penentu persepsi audiens terhadap kredibilitas iklan yang ditayangkan.

Daya tarik pengiklan juga diperkuat melalui strategi integrasi media yang diterapkan Sonora. Paket promosi yang tersedia tidak hanya mencakup penayangan iklan di radio, tetapi juga publikasi di media sosial, keikutsertaan pada acara *off-air*, dan kolaborasi dalam program interaktif. Pendekatan

ini memberikan peluang eksposur yang lebih luas bagi merek yang diiklankan dan menjadi nilai tambah dalam konteks pemasaran modern. Konsep integrasi promosi *multiplatform* berkembang pesat dalam industri penyiaran karena dinilai mampu mengoptimalkan pengaruh kampanye pemasaran dan meningkatkan *engagement audiens* terhadap merek.

Selain itu, hasil wawancara dengan bagian pemasaran menunjukkan bahwa pengiklan menilai Radio Sonora sebagai media yang mampu mengelola bentuk iklan secara kreatif. Variasi format promosi seperti *live report*, program sponsor, brand mention, kuis berhadiah, hingga obrolan ringan yang menyisipkan informasi produk memberi citra bahwa siaran iklan tidak tersampaikan secara kaku. Pendekatan kreatif tersebut membuat pesan iklan terdengar alami dan tidak mengganggu kenyamanan pendengar, sehingga efektivitas penyampaian pesan dapat meningkat secara signifikan. Penelitian komunikasi pemasaran menunjukkan bahwa publisitas kreatif meningkatkan tingkat perhatian audiens dibandingkan bentuk iklan konvensional yang repetitif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dampak strategi komunikasi Sonora terhadap daya tarik pengiklan bukan hanya berasal dari jumlah pendengar, tetapi dari kesesuaian segmen audiens, kredibilitas konten, fleksibilitas media promosi, dan kreativitas format iklan. Kombinasi faktor tersebut membentuk persepsi bahwa Radio Sonora Palembang merupakan media yang layak menjadi mitra promosi jangka panjang bagi pelaku bisnis. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa keberlanjutan bisnis media penyiaran sangat bergantung pada kemampuannya menawarkan nilai komersial yang sejalan dengan kebutuhan pemasaran dunia usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi penyiaran Radio Sonora Palembang 102.6 FM dalam meningkatkan daya tarik bagi pengiklan dan pendengar, dapat disimpulkan bahwa pendekatan komunikasi yang diterapkan radio ini terbukti efektif dalam mempertahankan posisi dan relevansinya di tengah persaingan media yang semakin ketat. Strategi komunikasi Sonora dibangun melalui segmentasi audiens yang jelas, positioning sebagai radio informasi yang kredibel, serta penerapan pola komunikasi dialogis yang memungkinkan pendengar terlibat secara aktif dalam proses siaran. Penyajian informasi yang akurat, relevan, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat Palembang menjadi elemen penting dalam mempertahankan kedekatan emosional pendengar terhadap radio. Selain itu, perencanaan konten yang sistematis serta gaya penyiaran yang humanis berperan dalam menumbuhkan rasa keterikatan parasosial antara penyiar dan audiens, yang pada akhirnya mendorong loyalitas pendengar secara berkelanjutan.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Sonora memiliki hubungan yang signifikan dengan meningkatnya minat pengiklan dalam menempatkan pesan promosi di media tersebut. Pengiklan memandang Sonora sebagai radio yang memiliki segmentasi pendengar yang sesuai dengan target pasar mereka dan memiliki reputasi media yang kredibel. Citra profesional, karakter pendengar yang berdaya beli, dan konsistensi penyajian konten berkualitas menjadi faktor yang memperkuat nilai komersial Sonora bagi pelaku bisnis. Selain itu, strategi promosi *multiplatform* melalui sinergi antara siaran radio, media digital, dan kegiatan off-air memberikan keuntungan pemasaran yang lebih luas bagi merek yang beriklan. Pendekatan kreatif dalam format iklan, seperti *live report*, *brand mention*, kuis, dan program sponsor, semakin mendorong efektivitas promosi dengan tetap menjaga kenyamanan pendengar sebagai audiens utama.

B. Saran

Radio Sonora Palembang 102.6 FM diharapkan terus memperkuat eksistensinya melalui optimalisasi strategi komunikasi modern dengan memaksimalkan pemanfaatan media digital sebagai perluasan kanal penyiaran agar tidak hanya bertumpu pada siaran konvensional, melainkan mampu menjangkau audiens lintas usia melalui platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, dan *Website*; selain itu, inovasi program siaran perlu diarahkan pada segmentasi pendengar yang lebih spesifik untuk meningkatkan kedekatan emosional sekaligus nilai jual bagi pengiklan, yang dapat dilengkapi dengan pengembangan variasi format promosi berbasis siaran seperti *live mention*, kuis bersponsor, dan liputan *event*. Untuk memperkuat loyalitas pendengar, interaksi dua arah harus terus diperluas

baik melalui telepon, *WhatsApp*, komentar media sosial, hingga kegiatan *off-air* berbasis komunitas. Sementara itu peningkatan kompetensi penyiar dan kru seperti teknik komunikasi, riset siaran, digital broadcasting, dan manajemen konten digital sangat perlu dilakukan agar kualitas produksi semakin kompetitif. Terakhir, Sonora Palembang perlu membangun jejaring kerja sama strategis dengan pemerintah, komunitas, institusi pendidikan, dan pelaku industri kreatif dalam program kolaboratif *on-air* maupun *off-air* sebagai langkah memperkuat visibilitas, membangun kepercayaan publik, dan memaksimalkan potensi pendapatan, sehingga pada akhirnya dapat mempertahankan posisi sebagai radio yang relevan, diminati, dan berdaya saing tinggi bagi pendengar maupun pengiklan di tengah transformasi lanskap media modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E., & Erdinaya, Q. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2017). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Dewi, S. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kasali, R. (2010). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasi untuk Perencanaan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, R. (2019). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuswandi, W. (2011). *Komunikasi Massa: Analisis Interaksi Media dan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lestari, P. (2020). *Industri Penyiaran Radio di Era Digital*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Morissan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Muhtadi. (2015). *Komunikasi Persuasif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Y. (2021). *Transformasi Media dan Perilaku Audiens Digital*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Romli, A. (2016). *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar Radio dan Televisi*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sobur, A. (2013). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Semiotik, dan Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemanagara, R. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Suryawati, I. (2015). *Teknik Produksi Siaran Radio*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sutarno, A. (2016). *Manajemen Penyiaran Radio*. Jakarta: Penerbit Andi.