Indo Green Journal
https://idngreen.com/index.php/green

e-ISSN: 3025 – 4574, p-ISSN: 3025 – 2679
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2026
Halaman: 483 – 488

RESEARCH ARTICLE

Strategi Komunikasi Radio PRO 2 FM Jakarta dalam Membangun Kedekatan dengan Pendengar Muda melalui Program Siaran Interaktif

Alfito Rahma
Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

rahmalfito@gmail.com

Kata Kunci:
Strategi Komunikasi, Radio, Pendengar Muda, Siaran Interaktif, PRO 2 FM Jakarta

Abstrak

Perkembangan media digital telah mengubah pola konsumsi media masyarakat, khususnya generasi muda, sehingga media konvensional seperti radio dituntut untuk terus beradaptasi agar tetap relevan. Radio PRO 2 FM Jakarta sebagai salah satu stasiun radio publik yang menyasar segmen anak muda berupaya mempertahankan eksistensinya melalui berbagai program siaran interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara penyiar dan pendengar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan PRO 2 FM Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Informan penelitian terdiri atas koordinator PRO 2 FM Jakarta, tiga orang penyiar program siaran interaktif, serta dua pendengar muda aktif. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan meliputi penggunaan bahasa yang santai sesuai karakter generasi muda, membangun komunikasi dua arah melalui partisipasi aktif pendengar, pemanfaatan media sosial sebagai media pendukung interaksi, serta penyajian konten yang mengikuti tren dan kebutuhan audiens muda. Strategi tersebut mampu membangun hubungan emosional, meningkatkan keterlibatan pendengar, serta memperkuat loyalitas terhadap program siaran. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa konsep *Mind*, *Self*, dan *Society* dalam Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead tercermin dalam proses komunikasi antara penyiar dan pendengar sehingga tercipta hubungan yang lebih personal dan berkelanjutan.

Keyword:
Communication Strategy, Radio, Young Listeners, Interactive Broadcasting, PRO 2 FM Jakarta

Abstract

The rapid development of digital media has significantly changed media consumption patterns, particularly among young audiences, forcing conventional media such as radio to continuously adapt in order to remain relevant. PRO 2 FM Jakarta, a public radio station targeting young listeners, seeks to maintain its existence through interactive broadcasting programs that facilitate two-way communication between broadcasters and audiences. This study aims to analyze the communication strategies implemented by PRO 2 FM Jakarta in building relationships with young listeners through interactive broadcasting programs. The study employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, documentation, and literature review. The informants consisted of the station coordinator, three radio broadcasters, and two active young listeners. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that PRO 2 FM Jakarta applies several communication strategies, including the use of casual language appropriate for young audiences, encouraging two-way interaction through listener participation, utilizing social media as an interaction platform, and delivering content that reflects current youth interests and trends. These strategies successfully strengthen emotional relationships, increase audience engagement, and improve listener loyalty. Furthermore, the findings demonstrate that George Herbert Mead's Symbolic Interaction Theory, particularly the concepts of Mind, Self, and Society, is reflected in the communication process between broadcasters and listeners, creating more personal and sustainable relationships.

Information Production:
© 2026 *by the authors of this article. This work is licensed under an Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental pola konsumsi media di masyarakat. Kehadiran internet, media sosial, layanan streaming, podcast, serta berbagai platform digital telah menciptakan ekosistem komunikasi yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi dan hiburan secara cepat, fleksibel, dan interaktif. Perubahan tersebut menyebabkan pergeseran preferensi audiens,

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

terutama generasi muda, yang semakin mengandalkan media digital dibandingkan media konvensional dalam memenuhi kebutuhan informasinya (McQuail, 2010; Nasrullah, 2017). Kondisi ini mendorong seluruh industri media untuk melakukan transformasi agar mampu mempertahankan relevansi di tengah kompetisi media digital yang semakin dinamis (Jenkins, 2006).

Di tengah perubahan tersebut, radio tetap memiliki karakteristik yang membedakannya dari media digital lainnya. Komunikasi yang dibangun melalui suara penyiar mampu menciptakan kedekatan emosional, menghadirkan informasi secara langsung (*real-time*), serta memungkinkan interaksi spontan antara penyiar dan pendengar. Hubungan interpersonal yang terbangun melalui komunikasi audio menjadi salah satu keunggulan radio dalam mempertahankan loyalitas pendengarnya. Oleh sebab itu, radio tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang mampu membangun rasa kedekatan dan keterlibatan audiens secara berkelanjutan (McQuail, 2010; Crisell, 1994).

Sebagai lembaga penyiaran publik, Radio Republik Indonesia (RRI) terus melakukan inovasi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi. Transformasi tersebut diwujudkan melalui integrasi siaran konvensional dengan berbagai platform digital sehingga distribusi informasi tidak lagi terbatas pada frekuensi radio, tetapi juga menjangkau media sosial dan layanan streaming. Salah satu kanal yang secara khusus menyasar segmen generasi muda adalah PRO 2 FM Jakarta yang mengemas program-program siarannya secara lebih modern, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital. Pemanfaatan Instagram, TikTok, YouTube, serta layanan streaming memungkinkan proses komunikasi tetap berlangsung di luar jam siaran melalui berbagai bentuk partisipasi seperti komentar, *live streaming*, polling, maupun unggahan konten digital (Jenkins, 2006; Nasrullah, 2017).

Program siaran interaktif menjadi strategi penting yang diterapkan PRO 2 FM Jakarta dalam membangun hubungan dengan pendengar. Melalui fasilitas telepon, WhatsApp, media sosial, maupun platform digital lainnya, pendengar tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam proses komunikasi. Model komunikasi dua arah tersebut memberikan ruang bagi audiens untuk menyampaikan pendapat, pengalaman, maupun tanggapan secara langsung sehingga tercipta pengalaman komunikasi yang lebih personal dan partisipatif. Keberhasilan strategi komunikasi radio dalam konteks ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan penyiar membangun komunikasi interpersonal yang hangat, menggunakan bahasa yang sesuai dengan karakter generasi muda, serta menciptakan suasana interaktif yang mampu meningkatkan keterikatan emosional pendengar (Littlejohn et al., 2021).

Fenomena tersebut dapat dipahami melalui perspektif Teori Interaksi Simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead. Teori ini menjelaskan bahwa makna terbentuk melalui proses interaksi sosial menggunakan simbol-simbol yang dipahami bersama. Konsep *mind*, *self*, dan *society* menunjukkan bahwa identitas individu berkembang melalui komunikasi dengan lingkungan sosialnya (Mead, 1934; Blumer, 1969). Dalam konteks penyiaran radio, gaya bahasa penyiar, sapaan kepada pendengar, penggunaan istilah tertentu, serta interaksi melalui media sosial merupakan simbol komunikasi yang berkontribusi dalam membangun hubungan sosial dan kedekatan emosional antara penyiar dengan audiens.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas strategi komunikasi radio, pemanfaatan media sosial, maupun gaya komunikasi penyiar dalam meningkatkan minat dan loyalitas pendengar. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek pemasaran media, strategi promosi, atau penggunaan media sosial secara umum. Kajian yang secara khusus menganalisis strategi komunikasi radio publik dalam membangun kedekatan emosional dengan generasi muda melalui program siaran interaktif masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan PRO 2 FM Jakarta dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif yang terintegrasi dengan media digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan PRO 2 FM Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi massa, khususnya mengenai transformasi strategi komunikasi media radio di era digital, serta memberikan kontribusi praktis bagi lembaga penyiaran dalam mengembangkan model komunikasi yang lebih adaptif terhadap karakteristik audiens generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap fenomena komunikasi berdasarkan pengalaman, interaksi, dan makna yang dibangun oleh para informan dalam

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

konteks yang alami. Penelitian dilaksanakan di PRO 2 FM Jakarta, Radio Republik Indonesia (RRI), pada periode Maret–Mei 2026. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan Koordinator PRO 2 FM Jakarta, tiga orang penyiar program interaktif, serta dua pendengar muda yang aktif mengikuti siaran dan berinteraksi melalui berbagai media komunikasi. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap pelaksanaan program siaran interaktif, dokumentasi berupa arsip siaran dan aktivitas media sosial, serta studi kepustakaan yang berkaitan dengan strategi komunikasi, media radio, komunikasi interaktif, media sosial, dan Teori Interaksi Simbolik.

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan informasi dari berbagai informan serta hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka sehingga diperoleh data yang kredibel. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses analisis dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema-tema utama, seperti strategi penyampaian pesan, pola interaksi penyiar dan pendengar, pemanfaatan media sosial, serta penyesuaian konten siaran terhadap karakteristik generasi muda. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead, khususnya konsep *mind*, *self*, dan *society*, untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta membangun kedekatan emosional, meningkatkan partisipasi audiens, dan mempertahankan relevansi radio publik di era media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, diperoleh temuan bahwa PRO 2 FM Jakarta menerapkan berbagai strategi komunikasi untuk membangun kedekatan dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembentukan hubungan emosional melalui komunikasi yang bersifat partisipatif, personal, dan berkelanjutan. Program seperti UMKM Connect, Sore Ceria, dan Music Live Chat menjadi media utama dalam membangun interaksi antara penyiar dan pendengar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta didukung oleh empat strategi utama, yaitu penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakter generasi muda, penerapan komunikasi dua arah, pemanfaatan media sosial sebagai media pendukung, serta penyajian konten yang mengikuti kebutuhan dan tren audiens.

Penggunaan Bahasa yang Santai dan Personal

Salah satu strategi utama yang diterapkan oleh penyiar adalah penggunaan bahasa yang santai, komunikatif, dan mudah dipahami oleh pendengar muda. Penyiar menghindari penggunaan bahasa formal yang terlalu kaku sehingga komunikasi terasa lebih akrab. Gaya komunikasi tersebut disesuaikan dengan karakteristik generasi muda yang cenderung menyukai percakapan yang ringan, spontan, dan tidak berjarak.

Selain penggunaan bahasa sehari-hari, penyiar juga membangun suasana yang hangat melalui sapaan personal, penyebutan nama pendengar ketika berinteraksi secara langsung, serta penggunaan humor yang relevan dengan topik pembahasan. Pendekatan ini membuat pendengar merasa diperhatikan dan menjadi bagian dari program siaran. Berdasarkan hasil wawancara, para penyiar menyampaikan bahwa membangun kenyamanan pendengar merupakan prioritas utama. Oleh karena itu, komunikasi tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penciptaan hubungan interpersonal yang mampu meningkatkan rasa kedekatan antara penyiar dan audiens.

Komunikasi Dua Arah melalui Program Siaran Interaktif

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dua arah menjadi strategi komunikasi yang paling dominan diterapkan oleh PRO 2 FM Jakarta. Pendengar diberikan kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif melalui telepon, WhatsApp, media sosial, maupun fitur komentar selama siaran berlangsung. Partisipasi tersebut membuat pendengar tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang ikut menentukan arah pembahasan program. Penyiar secara aktif memberikan tanggapan terhadap pertanyaan, pengalaman, maupun pendapat yang disampaikan pendengar sehingga komunikasi berlangsung secara dinamis.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penyiar selalu memberikan ruang kepada pendengar untuk berbagi cerita, memberikan opini, maupun menyampaikan pengalaman pribadi yang berkaitan dengan tema siaran. Pola komunikasi seperti ini meningkatkan keterlibatan audiens dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dibandingkan komunikasi satu arah. Pendengar yang diwawancarai juga menyampaikan bahwa kesempatan untuk berinteraksi secara langsung membuat mereka merasa lebih dihargai dibandingkan hanya mendengarkan siaran tanpa adanya respons dari penyiar.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Pemanfaatan Media Sosial sebagai Pendukung Interaksi

Selain melalui siaran radio konvensional, PRO 2 FM Jakarta memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memperluas interaksi dengan pendengar. Media sosial digunakan sebagai sarana publikasi program, penyebaran informasi, promosi kegiatan, hingga media komunikasi antara penyiar dan audiens di luar jam siaran.

Melalui media sosial, pendengar dapat memberikan komentar, mengikuti jajak pendapat, mengirimkan pertanyaan, maupun memberikan masukan terhadap program siaran. Aktivitas tersebut memperpanjang proses komunikasi sehingga hubungan antara radio dan pendengar tidak hanya terjadi ketika siaran berlangsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara radio dan media sosial mampu meningkatkan intensitas komunikasi. Pendengar menjadi lebih mudah memperoleh informasi mengenai jadwal siaran, tema pembahasan, serta aktivitas penyiar. Selain itu, media sosial juga menjadi media promosi yang efektif dalam menjangkau calon pendengar baru dari kalangan generasi muda.

Penyajian Konten yang Relevan dengan Generasi Muda

Strategi lain yang ditemukan dalam penelitian adalah penyusunan materi siaran berdasarkan kebutuhan serta minat pendengar muda. Tema yang diangkat meliputi musik, pendidikan, dunia kerja, kewirausahaan, kesehatan mental, gaya hidup, teknologi, hingga isu sosial yang sedang berkembang. Penyiar berupaya mengikuti perkembangan tren sehingga materi yang disampaikan selalu relevan dengan kehidupan audiens. Penyajian konten dilakukan secara ringan dan komunikatif tanpa mengurangi kualitas informasi yang diberikan. Pendengar menyatakan bahwa topik yang dekat dengan kehidupan sehari-hari membuat mereka lebih tertarik mengikuti program secara rutin. Variasi tema juga menjadi salah satu alasan mereka tetap mendengarkan PRO 2 FM Jakarta meskipun memiliki banyak pilihan media digital lainnya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta tidak hanya berfungsi sebagai upaya menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai strategi membangun hubungan emosional antara penyiar dan pendengar. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan radio di era digital tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas program siaran, melainkan oleh kemampuan membangun komunikasi yang bersifat personal, interaktif, dan berkelanjutan.

Mind (Pikiran)

Dalam perspektif Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead, konsep Mind menggambarkan proses terbentuknya makna melalui interaksi simbolik. Pada PRO 2 FM Jakarta, proses tersebut terlihat ketika penyiar menggunakan bahasa yang mudah dipahami, mengikuti istilah yang populer di kalangan anak muda, serta menyampaikan informasi sesuai konteks kehidupan pendengar. Penggunaan simbol komunikasi tersebut membantu pendengar memahami pesan secara lebih mudah sekaligus menciptakan persepsi bahwa penyiar memiliki kesamaan pengalaman dengan mereka. Kesamaan makna tersebut menjadi dasar terbentuknya komunikasi yang efektif dan hubungan yang lebih dekat.

Selain itu, penyiar juga mampu menyesuaikan cara penyampaian informasi berdasarkan karakteristik masing-masing program. Pada program hiburan digunakan gaya komunikasi yang santai dan humoris, sedangkan pada program edukatif penyiar tetap mempertahankan suasana yang ringan namun informatif. Fleksibilitas tersebut memperlihatkan kemampuan penyiar dalam membangun makna bersama dengan audiens.

Self (Diri)

Konsep Self menjelaskan bagaimana identitas seseorang terbentuk melalui interaksi dengan individu lain. Dalam penelitian ini, penyiar membangun citra sebagai teman, sahabat, sekaligus tempat berbagi cerita bagi pendengar muda.

Pendengar tidak lagi memandang penyiar hanya sebagai penyampai informasi, tetapi sebagai individu yang dapat diajak berdiskusi mengenai berbagai persoalan kehidupan sehari-hari. Hal tersebut terlihat dari keberanian pendengar menceritakan pengalaman pribadi, meminta saran, maupun memberikan tanggapan terhadap topik yang sedang dibahas.

Interaksi yang berlangsung secara berulang membentuk rasa percaya antara penyiar dan pendengar. Kedekatan tersebut menjadi salah satu faktor yang memperkuat loyalitas pendengar terhadap program-program PRO 2 FM Jakarta.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Society (Masyarakat)

Konsep Society dalam Teori Interaksi Simbolik menunjukkan bahwa hubungan sosial terbentuk melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus. Pada PRO 2 FM Jakarta, hubungan tersebut berkembang menjadi komunitas pendengar yang aktif mengikuti berbagai program siaran maupun aktivitas di media sosial.

Media sosial memperluas ruang komunikasi sehingga interaksi tidak terbatas pada waktu siaran. Pendengar dapat tetap berkomunikasi melalui komentar, pesan langsung, maupun berbagai kegiatan daring yang diselenggarakan oleh PRO 2 FM Jakarta. Pola komunikasi tersebut menciptakan rasa memiliki terhadap komunitas radio.

Terbentuknya komunitas pendengar menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya menghasilkan hubungan individual antara penyiar dan pendengar, tetapi juga membangun hubungan sosial yang lebih luas antarsesama audiens.

Analisis Strategi Komunikasi PRO 2 FM Jakarta

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta dapat dianalisis melalui empat komponen utama. Pertama, komunikator, yaitu penyiar yang memiliki kemampuan membangun komunikasi interpersonal, memahami karakteristik audiens, serta menyampaikan pesan dengan gaya yang menarik. Kedua, pesan, yaitu informasi yang dikemas secara edukatif, informatif, sekaligus menghibur sehingga sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Ketiga, media, yaitu pemanfaatan radio yang dipadukan dengan media sosial sebagai sarana komunikasi yang saling melengkapi. Integrasi kedua media tersebut memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih luas dan berkelanjutan. Keempat, umpan balik (feedback), yaitu partisipasi aktif pendengar melalui telepon, WhatsApp, komentar media sosial, maupun berbagai bentuk interaksi lainnya. Umpan balik tersebut menjadi indikator bahwa komunikasi berlangsung secara efektif karena pendengar tidak hanya menerima pesan, tetapi juga berkontribusi dalam proses komunikasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa komunikasi interaktif mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta mempertahankan loyalitas pendengar radio di era digital. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan kebaruan karena menempatkan kedekatan emosional sebagai fokus utama strategi komunikasi, bukan sekadar peningkatan jumlah pendengar atau loyalitas audiens. Kedekatan tersebut dibangun melalui komunikasi interpersonal, penggunaan media sosial secara terintegrasi, dan penerapan prinsip-prinsip Teori Interaksi Simbolik dalam proses penyiaran.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi PRO 2 FM Jakarta menunjukkan bahwa radio publik masih memiliki peluang besar untuk mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan media digital. Keberhasilan tersebut tidak hanya bergantung pada kemajuan teknologi, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang autentik, partisipatif, dan bermakna dengan pendengar muda.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan PRO 2 FM Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pendengar muda melalui program siaran interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan berfokus pada penguatan hubungan interpersonal antara penyiar dan pendengar melalui penggunaan bahasa yang komunikatif, komunikasi dua arah yang mendorong partisipasi aktif audiens, pemanfaatan media sosial sebagai sarana interaksi berkelanjutan, serta penyajian konten yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan generasi muda. Strategi tersebut mampu menciptakan hubungan yang lebih personal, meningkatkan keterlibatan pendengar, serta memperkuat loyalitas audiens. Integrasi siaran radio dengan berbagai platform digital juga memperluas ruang komunikasi sehingga interaksi tetap terjalin di luar waktu siaran dan menunjukkan kemampuan radio publik dalam beradaptasi dengan perkembangan media digital tanpa meninggalkan karakteristik utamanya sebagai media yang dekat dengan masyarakat. Temuan penelitian ini juga menguatkan relevansi Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead dalam menjelaskan terbentuknya kedekatan antara penyiar dan pendengar melalui proses pembentukan makna, identitas, dan hubungan sosial yang berlangsung secara berkesinambungan. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa lembaga penyiaran radio perlu terus mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif melalui penguatan komunikasi interaktif, inovasi konten, serta optimalisasi media sosial untuk mempertahankan eksistensi di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi radio, sementara penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian dengan membandingkan berbagai stasiun radio publik maupun swasta serta mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara strategi komunikasi, keterlibatan pendengar, dan loyalitas audiens.

e-ISSN: 3025 – 4574
p-ISSN: 3025 – 2679

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungan akademik selama proses penelitian. Apresiasi diberikan kepada seluruh jajaran Radio Republik Indonesia (RRI), khususnya PRO 2 FM Jakarta, yang telah memberikan izin penelitian serta memfasilitasi proses pengumpulan data, dan kepada seluruh informan yang telah meluangkan waktu serta memberikan informasi yang berharga. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, keluarga, sahabat, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan masukan sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

Aisyah Rizky Amali, A., et al. (2025). Komunikasi massa dalam media digital. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.

Anindhita, A., & Rahmawati, D. (2022). Perkembangan media radio di era digital. *Jurnal Komunikasi, 14*(2), 120–132.

Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Prentice-Hall.

Crisell, A. (1994). *Understanding radio* (2nd ed.). Routledge.

Firdaus, A. (2023). Radio sebagai media komunikasi massa di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(1), 55–67.

Harahap, R., et al. (2022). Strategi komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Ilmu Sosial, 5*(2), 77–88.

Hasriadi. (2022). Strategi komunikasi dalam perspektif komunikasi modern. *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi, 10*(1), 30–40.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Kurnia, A., & Fikry, M. (2025). Strategi komunikasi penyiar radio dalam membangun loyalitas pendengar. *Jurnal Komunikasi Massa, 12*(1), 15–29.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of human communication* (12th ed.). Waveland Press.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist*. University of Chicago Press.

Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Neliawati, I. L. G. (2024). Perkembangan Radio Republik Indonesia pada era digital. *Jurnal Media dan Penyiaran, 7*(1), 45–59.