

OPTIMALISASI WEBSITE STREAMING RADIO SONORA SEMARANG SEBAGAI BENTUK ADAPTASI DI ERA DIGITAL

Shafira Maulidia Cahyaalfia¹, Muhammad Hasan Basori²

^{1,2} Universitas Dian Nuswantoro

e-mail: ¹shafiraalfiaa69@gmail.com, ²hasan.basori@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan oleh Radio Sonora 98.9 FM Semarang dalam mengoptimalkan website streaming sebagai media siaran digital di era konvergensi media. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh menurunnya jumlah pendengar radio konvensional akibat pergeseran perilaku konsumsi media masyarakat ke arah digital, sehingga diperlukan inovasi dalam strategi penyiaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi station manager, tim pengelola website, dan penyiar streaming Radio Sonora Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan meliputi penyesuaian konten dengan karakteristik audiens digital, peningkatan interaksi dengan pendengar melalui fitur-fitur website dan media sosial, penjadwalan program yang relevan, serta pemanfaatan promosi digital dan sponsorship. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pendengar, durasi mendengarkan, serta keterlibatan audiens. Dengan demikian, optimalisasi website streaming melalui strategi komunikasi yang tepat dapat menjadi solusi adaptif bagi radio konvensional dalam mempertahankan eksistensi dan menjangkau pendengar baru di era digital.

Kata kunci: *optimalisasi, strategi komunikasi, website streaming, radio.*

ABSTRACT

This study aims to describe the communication strategies used by Radio Sonora 98.9 FM Semarang to optimize its streaming website as a digital broadcasting medium in the era of media convergence. The background of this research is based on the decline in conventional radio listeners due to the shift in public media consumption behavior toward digital, necessitating innovation in broadcasting strategies. This study used a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. Informants in this study included the station manager, the website management team, and Radio Sonora Semarang's streaming broadcasters. The results show that the communication strategies implemented include adapting content to the characteristics of the digital audience, increasing interaction with listeners through website and social media features, scheduling relevant programs, and utilizing digital promotions and sponsorships. This strategy has proven effective in increasing listenership, listening duration, and audience engagement. Thus, optimizing streaming websites through appropriate communication strategies can be an adaptive

solution for conventional radio stations in maintaining their presence and reaching new listeners in the digital era.

Keywords: *optimization, communication strategy, streaming website, radio.*

PENDAHULUAN

Media massa merupakan sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, berita, hiburan, dan opini secara luas dan efisien. Platformnya mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, hingga media digital seperti situs web dan media sosial (Nur, 2021). Fungsinya tidak hanya sebagai penghubung peristiwa dan publik, tetapi juga membentuk opini, mendidik, mengontrol sosial, serta mendukung demokrasi. Perkembangan teknologi membuat media massa, terutama media online, semakin mudah diakses, terutama melalui perangkat seperti handphone. Dalam komunikasi bermedia, penerima pesan disebut khalayak, sedangkan alat penyampai disebut media massa (Wilantari, 2019).

Radio adalah salah satu bentuk media massa yang menyampaikan informasi suara melalui gelombang radio (Dhamayanti, 2019). Keunggulannya terletak pada jangkauan luas, real-time, fleksibilitas, serta kedekatan emosional dengan pendengar. Meskipun tergolong media konvensional, radio tetap eksis dan mampu bersaing dengan media digital berkat kemampuannya beradaptasi dan memanfaatkan teknologi (Rivai dkk, 2024). Transformasi radio di era digital membuatnya tidak lagi terbatas pada siaran AM/FM, melainkan merambah ke streaming online dan podcast. Perangkat digital seperti smartphone atau komputer memungkinkan pendengar mengakses siaran kapan saja. Podcast memperluas fungsi radio sebagai media yang lebih personal dan fleksibel, dengan kualitas suara jernih dan fitur interaktif (Ibrahim & Wahab, 2020).

Tabel 1. Data frekuensi pendengar radio tahun 2024

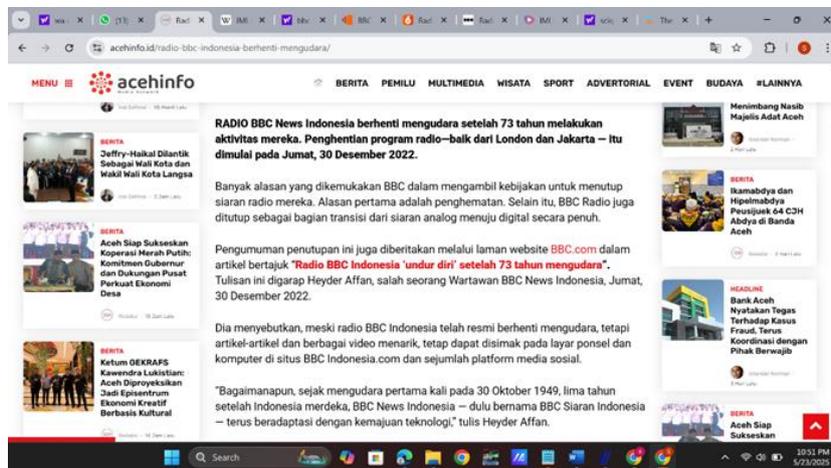
Frekuensi Pendengar Radio	Persentase
Tidak pernah mendengarkan	48%
2 sampai 4 hari sekali	14,6%
1 bulan sekali	12%
Setiap hari	10,8%
Seminggu sekali	9,4%
2 minggu sekali	5,2%

Sumber : Goodstates, 2025

Namun, radio menghadapi tantangan besar dari podcast, layanan streaming musik, dan media sosial seperti TikTok dan Instagram. Hardlu Stefano dari KPI menyatakan bahwa radio tidak bisa hanya mengandalkan model lama, tetapi harus berinovasi tanpa meninggalkan prinsip penyampaian informasi yang kredibel. Radio perlu mempertahankan lokalitas sambil memanfaatkan platform digital untuk menjangkau generasi milenial dan Gen Z, seperti melalui podcast, live streaming, dan aplikasi mobile (Kustiawan dkk, 2024). Meskipun eksistensi radio menurun sejak akhir 2000-an akibat maraknya media digital, radio masih memiliki peluang untuk tetap relevan. Survei

Goodstates pada Oktober 2024 terhadap 500 responden di Indonesia menunjukkan penurunan pendengar radio, namun tetap menjadi media yang punya potensi bila mampu berinovasi. Tabel 1 merupakan data frekuensi pendengar radio pada tahun 2024.

Data menunjukkan bahwa frekuensi pendengar radio terus menurun, dengan 48% masyarakat mengaku tidak pernah mendengarkan radio. Hal ini menunjukkan pergeseran minat masyarakat ke media sosial untuk memperoleh informasi dan hiburan. Artikel Acehinfo (31 Desember 2023) melaporkan bahwa Radio BBC Indonesia menghentikan siarannya setelah 73 tahun beroperasi, seiring transisi dari radio analog ke digital. Penghentian ini juga terjadi pada layanan BBC Arab dan BBC Persia, didorong oleh tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 210 juta orang. Kondisi ini menjadi tantangan bagi radio untuk tetap eksis melalui strategi inovatif dan adaptif.

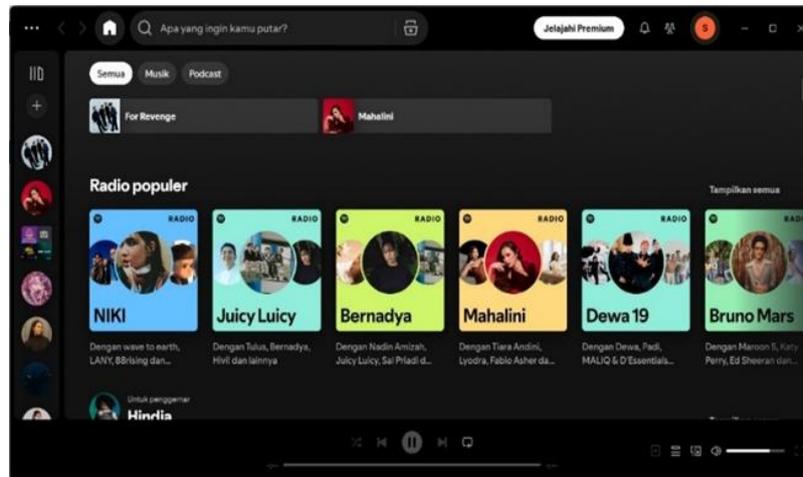


Gambar 1. Artikel Berita Penutupan Radio

Salah satu strategi penting bagi industri radio untuk tetap eksis adalah memanfaatkan teknologi digital melalui website. Website merupakan kumpulan halaman digital yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet, berisi berbagai elemen seperti teks, gambar, video, dan fitur interaktif yang mendukung berbagai tujuan, termasuk komunikasi dan hiburan (Koro dkk, 2025). Website radio menjadi platform resmi yang memperluas jangkauan siaran dengan fitur seperti live streaming, jadwal program, profil penyiar, dan arsip podcast. Desainnya dirancang agar responsif dan mudah diakses dari komputer maupun smartphone.

Website radio juga berfungsi sebagai pusat informasi dan interaksi, memungkinkan pengunjung membaca berita, mengirim pesan kepada penyiar, serta terhubung dengan media sosial untuk membangun komunitas. Interaktivitas seperti live chat dan kolom komentar menjadikan pengalaman mendengarkan lebih menarik (Sabillah & Arbi, 2020).

Selain itu, website streaming radio memberikan akses siaran secara online tanpa batas geografis, hanya dengan perangkat seperti komputer atau smartphone. Platform ini menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan jangkauan global, memungkinkan siapa saja menikmati siaran dari berbagai negara dan genre kapan saja (Santosa dkk, 2025).



Gambar 2. Spotify 2025

Radio Sonora mulai mengudara di Jakarta pada 8 Agustus 1972 melalui gelombang AM dan beralih ke FM pada 1988. Kini, jaringan Radio Sonora telah tersebar di 12 kota di Indonesia dengan positioning sebagai radio berita, lalu lintas, dan musik. Radio Sonora 98.9 FM Semarang, bagian dari jaringan Sonora dan dimiliki Kompas Gramedia, berorientasi pada kebutuhan pendengar dengan slogan "News, Traffic, and Music". Berlokasi di Jl. Menteri Supeno, Semarang, stasiun ini menjangkau wilayah Jawa Tengah seperti Semarang, Jepara, Kudus, hingga Salatiga. Dalam menghadapi persaingan tinggi di industri radio, pengelola perlu terus berinovasi baik dalam teknologi penyiaran maupun materi siaran. Program unggulan Radio Sonora 98.9 FM Semarang mencakup Sonora Sore, Sonora Hits, Sonora Hits 100%, dan Sonora Oldiest Goldisk. Namun, minat terhadap siaran konvensional menurun, terlihat dari rendahnya interaksi melalui kuis, sementara partisipasi lebih tinggi dalam siaran streaming (Kustiawan dkk, 2024).

Sebagai respons, Radio Sonora 98.9 FM Semarang menghadirkan website streaming resmi yang menawarkan live streaming, informasi program, artikel edukatif, dan jadwal acara. Platform ini bertujuan memperluas jangkauan, memudahkan akses informasi, dan meningkatkan keterlibatan audiens. Berdasarkan data Databoks 2024, jumlah pendengar via streaming mengalami kenaikan. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji strategi komunikasi Radio Sonora dalam mengoptimalkan website streaming dengan judul penelitian "*Strategi Optimalisasi Website Streaming Radio Sonora 98.9 FM Semarang*".

KAJIAN TEORI

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan terstruktur untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens, bertujuan mencapai perubahan sikap, pemahaman, atau pencapaian tujuan organisasi. Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang berarti perencanaan, sedangkan "komunikasi" berasal dari bahasa Latin *comunicare* yang berarti berbagi (Sabilah & Arbi, 2020). Strategi komunikasi mencakup pemahaman

audiens, pemilihan saluran, bentuk pesan, serta waktu dan frekuensi penyampaian. Strategi yang efektif diawali dengan analisis situasi dan kebutuhan komunikasi, pemilihan saluran yang sesuai, serta penggunaan feedback untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian (Rivai dkk, 2024). Dalam konteks radio, strategi komunikasi melibatkan penggunaan siaran langsung, media sosial, interaksi dengan pendengar, serta pemilihan elemen suara yang menarik (Sabilah & Arbi, 2020).

Berikut adalah contoh strategi komunikasi radio yang dapat diterapkan oleh sebuah stasiun radio untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada audiens (Saragih dkk, 2021).

1. Segmentasi audiens dan penyesuaian konten

Sebuah stasiun radio di kota besar dapat menggunakan data demografis untuk menentukan audiens target mereka, misalnya remaja atau pekerja muda. Berdasarkan segmentasi ini, radio dapat menyesuaikan jenis konten yang disajikan, seperti memilih musik yang populer di kalangan remaja, atau membahas isu-isu yang relevan dengan kehidupan pekerja muda. Program seperti "Morning Drive" bisa fokus pada berita terkini dan informasi lalu lintas, sementara program malam bisa menghadirkan musik santai atau talk show yang menghibur .

2. Interaksi langsung dengan pendengar

Menggunakan metode interaktif seperti meminta pendengar untuk menelepon, mengirim pesan teks, atau berpartisipasi dalam polling atau kuis melalui media sosial. Misalnya, program radio dapat mengadakan kuis berhadiah di mana pendengar harus menjawab pertanyaan terkait dengan topik yang dibahas dalam acara tersebut. Interaksi semacam ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar tetapi juga memperkuat hubungan antara radio dan audiens.

3. Penggunaan media sosial untuk promosi dan membangun komunitas

Sebuah stasiun radio dapat mengintegrasikan siaran radio dengan platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan. Mereka dapat membagikan cuplikan siaran, program eksklusif, atau behind-the-scenes melalui akun Instagram, Twitter, atau Facebook. Dengan mengajak pendengar untuk mengikuti akun media sosial radio dan berpartisipasi dalam konten yang dibagikan (misalnya memberikan komentar atau berbagi postingan), radio dapat memperluas audiens mereka serta membangun komunitas yang lebih terlibat.

4. Penjadwalan program berdasarkan waktu yang tepat

Memilih waktu yang tepat untuk menayangkan program tertentu juga merupakan bagian dari strategi komunikasi. Misalnya, program berita atau update lalu lintas dapat diputar di pagi hari saat orang-orang sedang dalam perjalanan ke tempat kerja, sementara program musik atau hiburan bisa diputar pada waktu santai seperti sore hari atau akhir pekan. Menyesuaikan program dengan kebiasaan pendengar dapat meningkatkan jumlah pendengar yang setia.

5. Kerjasama dengan pengiklan atau sponsor

Radio bisa bekerja sama dengan pengiklan atau sponsor untuk menciptakan konten yang relevan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Misalnya, jika radio menyiarkan program tentang kesehatan, mereka dapat bekerjasama dengan sponsor di industri kesehatan untuk menawarkan informasi atau diskon produk yang

relevan dengan topik tersebut. Kerja sama ini bisa memperluas jangkauan audiens serta menciptakan sumber pendapatan tambahan bagi stasiun radio.

Teori Optimalisasi

Teori optimalisasi dalam ilmu komunikasi mengacu pada pendekatan yang digunakan untuk memaksimalkan efektivitas proses komunikasi dalam situasi atau konteks tertentu. Optimalisasi komunikasi berfokus pada pencapaian hasil yang terbaik dalam menyampaikan pesan, baik dari segi kejelasan, keterlibatan audiens, maupun dampak yang diinginkan. Proses ini melibatkan pemilihan saluran komunikasi yang tepat, penyusunan pesan yang efektif serta penyesuaian teknik komunikasi sesuai dengan audiens dan tujuan komunikasi. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan pemahaman dan respons dari audiens, sehingga komunikasi menjadi lebih efisien dan efektif. Penelitian ini merujuk pada model strategi komunikasi Phil Jones yang terdiri dari lima tahapan (Rivai 2024).

1. Analisis dan perencanaan strategis: mengidentifikasi masalah, kekuatan, peluang dan merancang pesan utama berdasarkan konteks internal dan eksternal.
2. Desain strategis dan perencanaan implementasi: menetapkan elemen penting seperti pesan inti, saluran komunikasi, gaya komunikasi, serta penjadwalan kegiatan.
3. Peluncuran strategi: eksekusi pesan melalui kampanye media atau komunikasi langsung yang memerlukan koordinasi yang baik.
4. Tindak lanjut dan komitmen: pemantauan efektivitas strategi, evaluasi feedback, dan penyesuaian jika diperlukan untuk menjaga relevansi komunikasi.
5. Integrasi strategi dan pelacakan hasil: menjadikan strategi bagian dari sistem komunikasi jangka panjang dan melakukan evaluasi berbasis indikator kinerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami strategi digital Radio Sonora 98.9 FM Semarang secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena fleksibel dan memungkinkan peneliti menggali makna sosial dalam konteks lapangan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan, mendeskripsikan, dan menganalisis berbagai fenomena, seperti peristiwa, aktivitas sosial, kepercayaan, sikap, persepsi, dan pemikiran individu maupun kelompok. Deskripsi yang dihasilkan digunakan untuk memahami prinsip-prinsip dan menjelaskan suatu hal secara mendalam, dengan orientasi pada kesimpulan. Peneliti bertindak aktif dalam menentukan masalah, memilih informan kunci, serta melakukan observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pihak internal Radio Sonora yang terlibat langsung dalam pengelolaan website streaming, seperti station manager, tim produksi, dan tim pengelola website, yang dipilih secara purposif. Sementara itu, objek penelitian meliputi strategi pengembangan website streaming, termasuk perencanaan konten, desain antarmuka, integrasi media sosial, dan evaluasi pengalaman pengguna, serta respons terhadap kebutuhan audiens digital dan tantangan teknis maupun non-teknis.

Data diperoleh dari dua sumber utama, yakni primer (melalui wawancara mendalam dengan informan strategis) dan sekunder (buku, jurnal, laporan, statistik, dan

dokumen pendukung lain) untuk memperkuat landasan analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung maupun daring, sementara dokumentasi mencakup rekaman visual, tangkapan layar website, dan dokumen terkait, guna memperkuat hasil wawancara (Umu, 2021). Kombinasi kedua teknik ini bertujuan menghadirkan data yang komprehensif dan kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi audience dan penyesuaian konten

Radio Sonora 98.9 FM Semarang dalam mengembangkan layanan website streaming berfokus pada penyesuaian konten berdasarkan karakteristik target audiens serta optimalisasi komunikasi interaktif. Sasaran utama audiens radio ini terdiri dari kelompok usia 25–45 tahun, dengan segmentasi lebih spesifik pada usia 25–35 tahun yang aktif dalam aktivitas digital. Karakteristik audiens mencakup individu dari kalangan menengah hingga menengah atas seperti profesional, mahasiswa, wiraswasta, dan ibu rumah tangga yang memiliki ketertarikan terhadap informasi aktual, musik nostalgia, serta isu gaya hidup. Tim pengelola website menjelaskan bahwa format siaran yang digunakan menggabungkan unsur edukatif dan hiburan (edutainment) untuk memenuhi preferensi audiens yang menghargai konten berkualitas dan interaktif. “Target audience Radio Sonora adalah pendengar berusia 25–45 tahun dari kalangan menengah hingga menengah atas... yang membutuhkan informasi yang cepat serta akurat, seperti berita terkini, info lalu lintas, dan isu gaya hidup,” jelas tim pengelola website.

Strategi penyebaran konten dilakukan melalui konvergensi media digital dengan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Strategi ini tidak hanya bertujuan meningkatkan trafik website streaming, tetapi juga menciptakan keterhubungan emosional dan partisipatif dengan audiens. Melalui program-program seperti talkshow tematik dan permintaan lagu, Radio Sonora membentuk hubungan dua arah dengan pendengar yang turut aktif melalui kolom komentar, pesan, maupun media sosial. Hal ini juga didukung dengan pemanfaatan data pengunjung untuk menarik pengiklan serta menyusun strategi promosi yang lebih terukur dan efisien. Tim pengelola menyatakan: “Strategi yang digunakan Radio Sonora 98.9 FM Semarang... meliputi pemanfaatan konvergensi media digital... serta menghadirkan program siaran yang interaktif dan relevan... yang mendorong partisipasi pendengar melalui media sosial maupun website.”

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Sonora berhasil membangun sistem komunikasi streaming berbasis website yang tidak hanya berfungsi sebagai kanal penyiaran, melainkan juga sebagai ruang promosi dan interaksi digital. Dengan menyajikan konten yang responsif terhadap perilaku dan kebiasaan konsumsi audiens digital, Radio Sonora mampu mempertahankan relevansi dan daya saing di tengah perubahan pola media. Materi siaran seperti berita, informasi lalu lintas, musik, hingga hiburan ringan disusun secara tematik dan adaptif terhadap tren. Gaya penyiaran juga menyesuaikan dengan karakteristik audiens digital: santai, komunikatif, dan interaktif. Penyiar dituntut untuk menyapa pendengar, menanggapi komentar, serta melibatkan

mereka dalam program seperti polling atau request lagu. “Gaya penyiaran pun disesuaikan agar lebih dinamis, interaktif, dan ramah,” ungkap salah satu penyiar.

Lebih lanjut, perbedaan mendasar antara siaran konvensional dan streaming terletak pada pendekatan komunikasi. Siaran konvensional bersifat satu arah dan formal, sementara siaran melalui website streaming mengedepankan komunikasi dua arah yang lebih cair dan real-time. Penyiar harus mampu beradaptasi dengan audiens yang lebih tech-savvy, serta terbiasa menggunakan berbagai platform digital. “Siaran melalui website streaming menuntut pendekatan yang lebih fleksibel, dinamis, dan interaktif,” jelas informan penyiar, menandakan pentingnya keterlibatan emosional dan digital dalam membangun loyalitas pendengar modern.

Interaksi Dengan Pendengar

Selain penyesuaian konten dan gaya penyiaran, strategi lain yang signifikan adalah penguatan interaksi dengan audiens melalui berbagai fitur yang tersedia di platform streaming. Karakteristik audiens Sonora Semarang adalah usia produktif (25–35 tahun), dengan latar belakang pendidikan tinggi, aktif secara digital, dan didominasi oleh perempuan (60%). Mereka mengakses siaran tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi aktual. “Sebagian besar pendengar Sonora Semarang adalah perempuan (60%)... Mereka mengakses siaran melalui berbagai platform digital,” jelas informan penyiar. Hal ini memperkuat pentingnya komunikasi dua arah yang dibangun melalui fitur seperti live chat, polling, dan ruang komentar yang memfasilitasi respons langsung dari audiens.

Keterlibatan aktif audiens ditingkatkan dengan menyediakan ruang partisipasi yang luas, seperti permintaan lagu, diskusi tematik, dan kolaborasi dengan media sosial. Pendekatan ini menciptakan lingkungan digital yang tidak hanya informatif, tetapi juga personal dan dinamis. “Radio dapat memanfaatkan integrasi media sosial dan aplikasi pesan instan... serta membangun komunitas pendengar yang aktif dan loyal,” ujar salah satu penyiar. Melalui strategi ini, website streaming Radio Sonora telah berkembang menjadi ekosistem digital yang interaktif, memperkuat kedekatan emosional antara pendengar dan stasiun, serta meningkatkan efektivitas dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Dengan demikian, integrasi antara konten yang adaptif, gaya penyiaran yang komunikatif, serta strategi interaksi dua arah yang responsif menjadikan website streaming Radio Sonora sebagai model pengembangan media radio yang sesuai dengan era konvergensi digital. Website tersebut tidak hanya menjadi saluran distribusi siaran, melainkan juga sebagai media partisipatif yang memperkuat posisi Sonora dalam lanskap penyiaran modern berbasis internet.

Pengelola Media Sosial Untuk Promosi dan Engagement

Strategi komunikasi yang diterapkan Radio Sonora 98.9 FM Semarang dalam konteks website streaming dirancang secara komprehensif dengan mengintegrasikan media sosial, konten siaran, serta interaksi dua arah sebagai fondasi utama promosi dan peningkatan keterlibatan audiens. Dalam praktiknya, strategi ini tidak hanya menekankan pada penyusunan konten yang menarik dan sesuai dengan preferensi pendengar digital,

tetapi juga pada pemanfaatan platform digital seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok sebagai alat promosi utama. Melalui saluran ini, tautan siaran dan informasi program disebarluaskan secara konsisten dan terstruktur untuk menjangkau audiens digital, khususnya generasi muda yang aktif secara daring. Sebagaimana diungkapkan oleh informan station manager, “Strategi komunikasi yang diterapkan... meliputi pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi utama... serta menghadirkan siaran interaktif seperti request lagu, talkshow tematik, dan polling... sehingga menciptakan rasa kedekatan dan keterlibatan.”

Selain itu, strategi komunikasi yang efektif bergantung pada pemahaman yang mendalam terhadap profil audiens. Radio Sonora mengandalkan riset pasar berbasis data demografi, psikografi, serta perilaku digital guna mengenali kebutuhan dan kebiasaan konsumsi audiensnya. Informasi ini diperoleh melalui survei online, polling media sosial, analisis traffic dari Google Analytics, serta statistik audiens dari platform digital lainnya. “Cara mengenal dan menentukan target audiens... dimulai dengan melakukan riset pasar... serta analitik website streaming,” ungkap station manager, menegaskan pentingnya pendekatan berbasis data dalam menyusun strategi penyiaran dan promosi.

Dengan pendekatan ini, website streaming tidak hanya berfungsi sebagai media siaran alternatif, tetapi telah berkembang menjadi pusat interaksi digital yang strategis. Konten interaktif seperti live chat, polling, dan siaran tematik memungkinkan komunikasi dua arah yang mempererat hubungan emosional antara pendengar dan penyiar. Pendengar tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif, melainkan turut aktif dalam menentukan jalannya siaran melalui feedback dan partisipasi langsung. Pendekatan ini memperkuat loyalitas audiens dan memperluas jangkauan secara organik.

Lebih lanjut, penggunaan analitik website berperan penting dalam mengidentifikasi waktu siaran terbaik, konten yang paling diminati, serta strategi komunikasi yang paling efektif. Informasi tersebut digunakan untuk menyusun pesan-pesan promosi yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan efisiensi kampanye pemasaran. Dengan demikian, strategi komunikasi digital Radio Sonora tidak hanya berorientasi pada penyebaran konten, tetapi juga membangun ekosistem penyiaran yang responsif, partisipatif, dan berbasis data.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi Radio Sonora dalam meningkatkan jumlah pendengar melalui website streaming bertumpu pada integrasi antara media sosial sebagai alat promosi, konten siaran yang adaptif, interaksi dua arah yang intensif, serta pemanfaatan data audiens. Pendekatan ini memperkuat posisi Radio Sonora sebagai media yang relevan dan kompetitif dalam lanskap penyiaran berbasis konvergensi digital, menjadikan website streaming bukan hanya sebagai kanal distribusi, tetapi sebagai pusat pertumbuhan audiens dan citra merek yang dinamis.

Penjadwalan Program Berdasarkan Waktu yang Tepat

Strategi penyusunan script siaran Radio Sonora dirancang untuk menjawab kebutuhan audiens muda berusia 25–35 tahun yang aktif secara digital dan menyukai penyampaian informasi yang santai, ringan, namun tetap bernilai. Script menggunakan bahasa komunikatif yang mudah dipahami, serta memiliki struktur fleksibel: pembukaan

menarik, isi program yang padat namun menghibur, dan penutup yang mendorong interaksi. Fleksibilitas ini memberi ruang bagi improvisasi penyiar agar gaya siaran tetap natural dan dinamis. Elemen teknis seperti intonasi, jeda, dan penekanan kata juga dicantumkan sebagai panduan untuk memperkuat ekspresi penyampaian dan membangun koneksi emosional dengan audiens.

Selaras dengan penyusunan script, Radio Sonora menerapkan sistem penjadwalan konten media sosial yang terstruktur melalui kalender konten harian. Materi digital diklasifikasikan menjadi beberapa kategori: promosi program, kutipan siaran, teaser acara mendatang, polling, hingga trivia hiburan. Penjadwalan unggahan disesuaikan dengan jam aktif audiens—pagi, siang, dan sore—untuk memaksimalkan jangkauan dan engagement. Tim media sosial berkoordinasi erat dengan penyiar dan tim siaran agar terdapat kesinambungan pesan antara platform digital dan on-air.

Melalui strategi terpadu ini, Radio Sonora berhasil menciptakan pengalaman mendengarkan yang personal, interaktif, dan relevan. Penyiar tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan dengan audiens secara emosional dan partisipatif. Website streaming dan media sosial berperan sebagai ruang interaksi yang memperluas jangkauan audiens, sekaligus memperkuat posisi Radio Sonora sebagai media yang adaptif dan berdaya saing di era konvergensi digital.

Membangun Kerjasama Dengan Pengiklan atau Sponsorship

Kerjasama atau sponsorship pada website streaming radio adalah kolaborasi strategis antara radio digital dan sponsor untuk mendukung promosi, penguatan citra merek, serta keberlangsungan operasional. Sponsor mendapat ruang promosi seperti logo, iklan audio, banner digital, dan konten advertorial yang sesuai dengan gaya dan audiens radio, baik saat siaran maupun di media sosial. Sebagai timbal balik, sponsor mendapat eksposur langsung ke audiens loyal yang potensial dalam membangun brand awareness dan konversi pasar.

Bagi radio, kerjasama ini bermanfaat untuk pendanaan program, pengembangan fitur, dan peningkatan teknologi. Sponsorship yang dikelola secara profesional membentuk ekosistem saling menguntungkan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan station manager bahwa kerjasama dilakukan dengan menawarkan rate card promosi melalui proposal yang berisi data audiens dan layanan promosi kepada sponsor yang sesuai dengan target pasar.

Segmentasi Audiens yang Spesifik dan Digital-Oriented

Target audiens adalah usia 25–45 tahun yang aktif secara digital dan memiliki mobilitas tinggi. Untuk menjangkau audiens muda (25–35 tahun), Sonora menggunakan media sosial dan platform streaming sebagai kanal penyebaran informasi serta interaksi. Musik-musik nostalgia yang dipadukan dengan diskusi ringan, polling interaktif, serta sesi tanya jawab melalui aplikasi pesan seperti WhatsApp menjadi cara Sonora menjaga keterlibatan pendengar dan menciptakan pengalaman mendengarkan yang dinamis dan personal (Marianto & Vera, 2024).

Optimalisasi Website dan Media Sosial

Website streaming dioptimalkan sebagai pusat promosi, interaksi, dan data audiens. Strategi digital dilakukan dengan membagikan konten interaktif secara konsisten, disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi media audiens. Melalui pendekatan ini, *website streaming* tidak hanya berfungsi sebagai media penyiaran satu arah, tetapi juga sebagai platform digital yang dinamis, adaptif, dan mampu mengakomodasi kebutuhan interaksi audiens secara optimal (Wilantari, 2019). Data analitik digunakan untuk menyesuaikan konten dan jadwal siaran secara tepat.

Strategi Interaksi Dua Arah

Melalui fitur live chat, polling, dan media sosial, audiens diberi ruang partisipasi aktif. Pendekatan ini meningkatkan loyalitas dan keterlibatan audiens sekaligus memberikan umpan balik langsung bagi perbaikan program siaran, serta sesi tanya jawab melalui aplikasi pesan seperti WhatsApp menjadi cara Sonora menjaga keterlibatan pendengar dan menciptakan pengalaman mendengarkan yang dinamis dan personal.

Perencanaan Konten dan Penjadwalan yang Terstruktur

Script siaran dan konten media sosial dirancang berdasarkan insight perilaku audiens. Kalender konten harian dan kerja sama lintas tim memastikan kesinambungan antara konten siaran dan digital, sehingga mampu menjaga ritme komunikasi yang efektif. penerapan sistem penjadwalan berdasarkan waktu yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk membangun loyalitas audiens, memperkuat identitas merek, dan memperluas jangkauan siaran secara digital (Nugraha dkk, 2024).

Strategi Sponsorship dan Monetisasi

Kerja sama dengan sponsor dibangun melalui pendekatan profesional dan data-driven. Radio menawarkan berbagai format iklan yang relevan dengan karakteristik audiensnya, sehingga menguntungkan kedua belah pihak. Penentuan calon sponsor juga harus mempertimbangkan kesesuaian antara brand mereka dan target pendengar radio, sehingga kolaborasi yang terjalin tidak hanya mendatangkan keuntungan finansial, tetapi juga memperkuat kredibilitas serta citra media streaming radio di mata audiens.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis komunikasi yang digunakan Radio Sonora 98.9 FM Semarang dalam optimalisasi website streaming guna meningkatkan jumlah pendengar. Peralihan dari radio analog ke digital, serta perkembangan media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan, telah menimbulkan tantangan besar bagi industri radio. Menyikapi hal tersebut, Radio Sonora mengambil langkah adaptif dengan memanfaatkan teknologi digital melalui website streaming sebagai upaya memperluas jangkauan siaran dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan media digital.

Berdasarkan hasil penelitian, Radio Sonora 98.9 FM Semarang telah berhasil melakukan optimalisasi website streaming melalui berbagai pendekatan komunikasi yang

efektif. Upaya tersebut mencakup penyesuaian konten dan pendekatan audiens, dengan menargetkan karakteristik generasi muda sebagai mayoritas pendengar streaming. Konten yang digunakan bersifat ringan, mengikuti tren, menghibur, mudah dipahami, komunikatif, serta interaktif. Selain itu, Radio Sonora memanfaatkan fitur seperti live chat, polling, dan ruang komentar untuk membangun komunikasi dua arah dengan pendengar. Pengelolaan media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi untuk mendukung optimalisasi website, termasuk membagikan tautan streaming dan menjadwalkan program berdasarkan insight audiens, seperti jam aktif dan jenis konten yang mendorong keterlibatan.

Optimalisasi website lainnya dilakukan melalui kerja sama dengan pengiklan atau sponsor, yang tidak hanya menjadi sumber pendanaan tambahan tetapi juga memperluas jaringan dan meningkatkan profesionalisme layanan siaran. Berdasarkan data dari Databoks 2024, Radio Sonora 98.9 FM Semarang mengalami peningkatan pendengar website streaming sebesar 38,3% pada periode Oktober 2023 hingga 2024. Capaian ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam rangka optimalisasi website telah berjalan efektif sesuai dengan teori Strategi Komunikasi oleh Phil Jones. Meskipun demikian, tantangan seperti menjaga konsistensi konten, keterbatasan SDM, kendala teknis, dan pemanfaatan data analitik masih harus dihadapi. Namun, dengan adaptasi cepat, kerja tim yang solid, penggunaan teknologi, serta evaluasi berkala, Radio Sonora 98.9 FM Semarang berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika industri digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, dalam penyusunan jurnal ini. Secara khusus, penulis menyampaikan apresiasi kepada Muhamad Hasan Basori, S.Pd.,MA atas bimbingan dan arahannya selama proses penelitian. Tidak lupa, terima kasih kepada Universitas Dian Nuswantoro yang telah memberikan fasilitas dan dukungan teknis. Segala kekurangan dalam penulisan ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Nugraha, B. A. A., Hasmawati, F., & Hamandia, M. R. (2024). Strategi Radio Sonora 102, 6 FM Palembang pada Program Siaran “Indonesia Memilih”. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital*, 2(1), 12-12.
- Wilantari, A. (2019). Komunikasi massa dalam siaran radio. *Dharma Duta*, 17(1).
- Marianto, M. A., & Vera, N. (2024). Strategi Komunikasi Retro Squad Dalam Menarik Minat Pendengar Melalui Radio Streaming. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 55-67.
- Umu, A. (2021). *Strategi Penyiaran Radio Sonora 99.8 FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).

- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187-195.
- Wilantari, A. (2019). Komunikasi massa dalam siaran radio. *Dharma Duta*, 17(1).
- Dhamayanti, M. (2019). Pemanfaatan media radio di era digital. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82-89.
- Kustiawan, W., Dinar, Y. P., Salsabila, K., Apsyara, T., Al, M. S. A. Q. S., & Ritonga, N. H. (2024). Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi. *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika*, 1(3), 104-111.
- Rivai, M. R. H., Hasmawati, F., & Hamandia, M. R. (2024). Strategi Penyiaran Radio El John 95.9 fm Palembang Sebagai Media Pariwisata. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(3), 23-23.
- Ibrahim, I. S., & Wahab, J. A. (2020). Peranan, kandungan & penyampaian radio dalam arus pendigitalan di Malaysia. *Jurnal Komunikasi Borneo (JKoB)*, 8, 54-65.
- Kustiawan, W., Dinar, Y. P., Salsabila, K., Apsyara, T., Al, M. S. A. Q. S., & Ritonga, N. H. (2024). Strategi Penyiaran Radio Komersial di Era Digitalisasi. *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika*, 1(3), 104-111.
- Koro, J. A., Hariadi, F., & Uly, H. Y. P. (2025). PERANCANGAN WEBSITE RADIO ONLINE SUARA PENGHARAPAN. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(2), 2651-2657.
- Sabilah, N., & Arbi, A. (2020). Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah. *Al-MUNZIR*, 13(2), 135-156.
- Santosa, I., Aji, A. M., Kuswanto, D., Novianti, T., & Irmawanto, R. (2025). Implementasi Framework Laravel Untuk Pengembangan Website Radio SBFM Full Stack. *CYCLOTRON*, 8(01).