

PROGRAM RADIO DALAM HUBUNGAN MASYARAKAT

Winda Kustiawan¹, Siti Zahra², Alik Faza Qhintara³, Halwatia Malika Atsni⁴, Khairul Fajar⁵, Nabila Maharani⁶, Aulia Fachreza⁷

windakustiawan@gmail.com¹, sitizahraasz12@gmail.com², alikafaza6@gmail.com³,
halwatamalikaatsnisudarmasya@gmail.com⁴, khairulf2004@gmail.com⁵,
nabilamaharani2233@gmail.com⁶, aulyafachreza@gmail.com⁷

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Public Relations (PR) dalam konteks program radio di era digital, di mana komunikasi dua arah, keterlibatan publik, dan hubungan yang positif dengan audiens menjadi kunci untuk keberhasilan stasiun radio. Melalui metode penelitian kepustakaan, penulis menyelidiki konsep PR untuk program radio, tujuan, peranan, manfaat, tantangan, implementasi, dan strategi hubungan masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa PR efektif dalam membangun ikatan kuat antara stasiun radio dan pendengarnya, meningkatkan kesadaran merek, dan menciptakan lingkungan komunikasi yang dinamis dan inklusif.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Komunikasi, Program, Radio.

ABSTRACT

Public Relations (PR) in the context of radio programs in the digital era, where two-way communication, public involvement, and positive relationships with the audience are the keys to the success of a radio station. Through library research methods, the author investigates the concept of PR for radio programs, objectives, roles, benefits, challenges, implementation and public relations strategies. The results show that PR is effective in building strong bonds between radio stations and their listeners, increasing brand awareness, and creating a dynamic and inclusive communication environment.

Keyword: Public relations, Communications, Programs, Radio.

PENDAHULUAN

Public Relations (PR) untuk Program Radio sangat relevan dalam era digital ini di mana media sosial dan teknologi informasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Di era di mana konten digital dan media sosial mengambil peran penting dalam komunikasi dan pemasaran, radio tetap menjadi salah satu sumber informasi dan hiburan yang relevan bagi banyak orang. Meskipun pesaing seperti platform *streaming* musik dan podcast semakin berkembang, radio tetap memiliki keunggulan dalam menyediakan konten *real-time*, interaktif, dan lokal.

Namun, untuk tetap bersaing dan berkembang, program radio perlu memiliki strategi PR yang efektif untuk membangun dan mempertahankan audiens mereka. PR untuk program radio bukan hanya tentang mempromosikan acara atau stasiun, tetapi juga tentang mengelola citra merek, menjaga keterlibatan dengan pendengar, dan memperluas jangkauan melalui berbagai saluran komunikasi.

Latar belakang ini menyoroti pentingnya PR dalam mendukung tujuan dan misi program radio, seperti meningkatkan kesadaran merek, menarik pendengar baru, meningkatkan partisipasi komunitas, dan menciptakan hubungan yang kuat dengan pendengar dan mitra potensial. Dengan latar belakang ini, dapat dipahami bahwa PR untuk program radio tidak hanya tentang memperkenalkan program kepada audiens, tetapi juga tentang membangun hubungan yang berkelanjutan, menghasilkan konten yang menarik, dan mengadaptasi strategi komunikasi dengan perubahan tren dan preferensi pendengar. Oleh karena itu, peran PR dalam konteks program radio menjadi semakin penting dalam

menghadapi tantangan dan peluang di era digital ini.

METODE

Metode penulisan artikel ini menggunakan penelitian kepustakaan. Cara pengumpulan data dengan memahami dan meneliti teori-teori dari berbagai literatur terkait penelitian. Penelitian kepustakaan dalam penelitian terdiri dari empat tahap. Ini berarti mempersiapkan alat-alat yang diperlukan, membuat bibliografi yang berfungsi, merencanakan waktu dan bacaan Anda, dan mencatat materi penelitian Anda.

Dalam pengumpulan data digunakan metode pencarian dan pengumpulan informasi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan makalah penelitian yang dilakukan. Berbagai bahan referensi perpustakaan telah dianalisis secara kritis dan patut dianalisis secara menyeluruh untuk mendukung saran dan gagasan.

Selanjutnya, untuk teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling, yakni dengan memilih sampel atau informan untuk menunjang ketercukupan data berdasarkan pertimbangan tertentu. Selanjutnya, kegiatan terpenting dalam sebuah penelitian adalah pengumpulan data, hal ini dilakukan peneliti untuk menghindari subjek yang rawan terhadap masuknya unsur subjektif dalam meneliti sesuatu.

Pemilihan teknik pengumpulan data harus memenuhi syarat tertentu, yaitu keahlian yang cukup untuk melaksanakan teknik tersebut. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi sebanyak 16 jurnal, wawancara, serta dokumentasi.

Observasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti. Data kemudian dikumpulkan melalui wawancara terhadap sejumlah informan. Proses wawancara mengacu pada proses pencatatan informasi dan pemasukan data. Proses ini meliputi pencatatan informasi, melakukan wawancara, pemetaan, sensus, pengambilan foto, rekaman audio, dan pembuatan dokumen. Proses wawancara dilakukan terhadap beberapa informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan (tujuan) untuk memperoleh data yang dapat memenuhi kebutuhan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Public Relation for Radio Programs

Public Relation for Radio Programs yang berarti hubungan masyarakat untuk program radio merupakan Hubungan masyarakat dalam konteks program radio yang mengacu pada interaksi antara stasiun radio dan audiensnya, serta dengan masyarakat luas secara umum. Ini mencakup berbagai aspek seperti komunikasi dua arah, keterlibatan publik, serta upaya untuk membangun dan memelihara hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan masyarakat.

Pengertian lebih detailnya adalah sebagai berikut: Komunikasi Dua Arah. Hubungan masyarakat dalam program radio melibatkan komunikasi dua arah antara stasiun radio dan audiensnya. Ini mencakup tidak hanya penyiaran informasi dari stasiun radio kepada audiens, tetapi juga menerima umpan balik, pertanyaan, dan saran dari audiens, serta meresponsnya dengan tepat.

Keterlibatan Publik. Stasiun radio sering kali mendorong keterlibatan publik dalam berbagai cara, seperti panggilan telepon langsung, pesan teks, email, atau interaksi melalui media sosial. Ini dapat mencakup segmen-segmen interaktif dalam program, polling, kontes, atau kampanye partisipasi masyarakat dalam kegiatan amal atau proyek komunitas.

Pemberdayaan Komunitas. Program-program radio juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat komunitas dengan mempromosikan kegiatan lokal, menyoroti

isu-isu penting dalam masyarakat, dan memberikan suara kepada berbagai kelompok dan individu dalam komunitas.

Transparansi dan Keterbukaan. Stasiun radio diharapkan untuk memelihara transparansi dan keterbukaan dalam hubungan mereka dengan masyarakat, misalnya dengan menyediakan informasi tentang jadwal program, keputusan editorial, atau pembaruan terkait dengan stasiun itu sendiri.

Pemasaran dan Promosi. Hubungan masyarakat juga mencakup upaya pemasaran dan promosi untuk membangun kesadaran merek stasiun radio, menarik audiens baru, dan mempertahankan kesetiaan pendengar yang sudah ada. Melalui praktik-praktik ini, stasiun radio dapat membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan dengan masyarakat mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan dampak positif mereka dalam komunitas dan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan responsif secara sosial.

Tujuan Public Relation for Radio Programs

Tujuan hubungan masyarakat dalam konteks program radio adalah membangun dan memelihara hubungan yang positif, terbuka, dan berkelanjutan antara stasiun radio dan masyarakatnya. Melalui komunikasi dua arah yang efektif, stasiun radio berupaya untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan, minat, dan aspirasi audiens mereka.

Mereka mendorong keterlibatan publik dengan mengundang partisipasi aktif dalam program-program mereka, baik melalui panggilan langsung, pesan teks, atau interaksi melalui media sosial. Selain itu, stasiun radio berusaha memperkuat komunitas dengan menyediakan platform bagi berbagai kelompok dan individu untuk berbagi pengalaman, mendiskusikan isu-isu penting, dan mempromosikan kegiatan lokal. Dengan menjaga transparansi, keterbukaan, dan kejujuran dalam hubungan mereka dengan masyarakat, stasiun radio dapat membangun kepercayaan dan kesetiaan pendengar, serta menciptakan dampak yang lebih positif dan signifikan dalam komunitas mereka.

Melalui upaya pemasaran dan promosi yang tepat, stasiun radio juga bertujuan untuk memperluas jangkauan mereka dan menarik pendengar baru. Dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, seperti siaran langsung, situs web, media sosial, dan acara komunitas, mereka membangun kesadaran merek dan memperkuat citra positif stasiun radio di mata masyarakat. Selain itu, tujuan hubungan masyarakat dalam program radio juga mencakup pendidikan dan memberdayakan masyarakat melalui penyampaian informasi yang bermanfaat, edukatif, dan inspiratif.

Melalui kerjasama dengan organisasi non-profit, pakar, dan pemimpin masyarakat, stasiun radio dapat menjadi agen perubahan yang mempromosikan kesadaran akan isu-isu sosial, budaya, dan lingkungan yang relevan. Dengan demikian, tujuan akhir dari hubungan masyarakat dalam program radio adalah memperkuat ikatan antara stasiun radio dan masyarakatnya, sambil memberikan kontribusi positif yang berkelanjutan bagi perkembangan dan kesejahteraan komunitas secara keseluruhan.

Peranan Public Relation for Radio Programs

Peranan hubungan masyarakat dalam program radio sangat penting karena membentuk fondasi yang kuat untuk memperkuat keterlibatan, kesetiaan pendengar, dan dampak positif dalam masyarakat. Melalui hubungan yang terjalin secara langsung dan berkelanjutan dengan audiens, stasiun radio dapat memahami lebih baik kebutuhan, minat, dan aspirasi masyarakatnya. Dengan mendengarkan umpan balik, merespons pertanyaan, serta mengakomodasi keinginan dan kepentingan audiens, stasiun radio dapat membangun kepercayaan yang dalam dan hubungan yang berarti dengan komunitasnya.

Selain itu, melalui upaya keterlibatan publik yang aktif, stasiun radio dapat menciptakan platform untuk dialog yang konstruktif, mempromosikan kegiatan komunitas, dan memperkuat ikatan sosial antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Dengan menjaga transparansi, keterbukaan, dan integritas dalam komunikasi mereka, stasiun radio dapat menjadi lebih dari sekadar penyiar informasi, tetapi juga mitra yang dipercaya dan penyokong yang kuat bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Manfaat Public Relation for Radio Programs

Manfaat hubungan masyarakat bagi program radio meliputi penciptaan ikatan yang kuat antara stasiun radio dan audiensnya, yang menghasilkan berbagai kontribusi positif bagi kedua belah pihak. Melalui hubungan yang erat, stasiun radio dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan, minat, dan keinginan audiens mereka, memungkinkan penyajian program-program yang lebih relevan dan menarik.

Komunikasi dua arah yang terjalin memungkinkan stasiun radio merespons cepat terhadap umpan balik dan kebutuhan audiens, meningkatkan kepuasan pendengar dan memperkuat ikatan emosional dengan stasiun. Selain itu, hubungan masyarakat yang baik dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan citra positif stasiun radio di mata masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jangkauan dan daya tarik stasiun tersebut.

Melalui kolaborasi dengan komunitas lokal, stasiun radio dapat menjadi pusat informasi dan advokasi yang efektif, mempromosikan isu-isu penting, dan memobilisasi dukungan untuk kegiatan amal dan proyek-proyek komunitas. Dengan demikian, hubungan masyarakat yang kokoh dapat memperkuat posisi stasiun radio sebagai agen perubahan positif dalam masyarakat, sementara juga meningkatkan kepuasan dan keterlibatan audiens mereka.

Selain itu, hubungan masyarakat yang kuat juga membantu stasiun radio dalam membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak, termasuk organisasi non-profit, lembaga pemerintah, dan bisnis lokal. Melalui kemitraan ini, stasiun radio dapat meningkatkan akses mereka terhadap sumber daya, informasi, dan keahlian yang dapat meningkatkan kualitas dan relevansi program-program mereka. Di sisi lain, mitra-mitra tersebut juga dapat memanfaatkan platform radio untuk menyebarkan informasi, mempromosikan inisiatif mereka, dan memperluas dampak positif mereka dalam masyarakat.

Lebih jauh lagi, hubungan masyarakat yang baik dapat membantu stasiun radio dalam memperkuat basis pendengar mereka dan mempertahankan loyalitas audiens. Dengan mengidentifikasi dan memahami preferensi audiens serta memberikan konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka, stasiun radio dapat membangun ikatan yang kuat dengan pendengar dan menjadi pilihan utama dalam mendapatkan informasi, hiburan, dan inspirasi.

Dengan demikian, hubungan masyarakat yang efektif dan berkelanjutan bagi program radio membawa manfaat berlipat baik bagi stasiun radio maupun masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menciptakan lingkungan komunikasi yang dinamis dan berdaya guna, di mana stasiun radio dapat berperan sebagai pilar penting dalam menyediakan informasi yang akurat, hiburan yang berkualitas, serta mempromosikan partisipasi aktif dalam kegiatan masyarakat.

Selanjutnya, hubungan masyarakat yang kokoh untuk program radio juga memberikan manfaat dalam hal pembangunan citra dan reputasi stasiun radio di mata

masyarakat. Dengan menjaga komunikasi yang terbuka, transparan, dan responsif terhadap umpan balik dari audiens, stasiun radio dapat memperoleh kepercayaan yang kuat dan mengurangi potensi konflik atau kontroversi yang dapat merugikan citra mereka. Ini berkontribusi pada pembentukan hubungan yang lebih positif dan berkelanjutan dengan berbagai pihak, termasuk pendengar, sponsor, dan stakeholder lainnya.

Selain itu, hubungan masyarakat yang efektif juga memfasilitasi pertukaran informasi yang saling menguntungkan antara stasiun radio dan masyarakatnya. Stasiun radio dapat mengumpulkan wawasan berharga tentang tren, isu-isu yang sedang hangat, serta kebutuhan dan keinginan masyarakat melalui interaksi dan partisipasi aktif dari audiens mereka. Sebaliknya, stasiun radio dapat menyampaikan informasi yang berguna, edukatif, dan menghibur kepada masyarakat, membantu meningkatkan literasi media dan kesadaran akan isu-isu penting dalam komunitas.

Dengan demikian, hubungan masyarakat yang kuat untuk program radio tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi stasiun radio dalam hal pertumbuhan, keberlanjutan, dan kesuksesan operasional mereka, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat secara keseluruhan. Ini menciptakan lingkungan komunikasi yang saling menguntungkan di mana stasiun radio dapat berfungsi sebagai agen perubahan yang positif dan mitra yang diandalkan dalam mempromosikan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat.

Tantangan dan Rintangan

Tantangan atau rintangan dalam membangun hubungan masyarakat yang efektif dalam program radio bisa meliputi:

1. Keterbatasan Sumber Daya: Stasiun radio mungkin memiliki keterbatasan sumber daya, baik itu dalam hal waktu, tenaga kerja, atau keuangan, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk melaksanakan program-program hubungan masyarakat dengan maksimal.
2. Kompetisi dari Media Lain: Dalam era digital saat ini, stasiun radio bersaing dengan berbagai platform media lainnya seperti televisi, media online, dan media sosial untuk mendapatkan perhatian dan keterlibatan audiens. Ini dapat menjadi tantangan bagi stasiun radio dalam menarik dan mempertahankan pendengar mereka.
3. Perubahan Teknologi: Perubahan cepat dalam teknologi dapat menghasilkan tantangan teknis, seperti pembaruan perangkat lunak, integrasi media sosial, atau peralihan ke format digital, yang memerlukan penyesuaian dan investasi tambahan.
4. Diversifikasi Audiens: Dengan munculnya audiens yang semakin beragam dalam hal demografi, minat, dan preferensi, stasiun radio dihadapkan pada tantangan untuk menyediakan konten yang relevan dan menarik bagi berbagai kelompok pendengar.
5. Tantangan Hukum dan Regulasi: Stasiun radio harus mematuhi berbagai peraturan dan regulasi yang ditetapkan oleh badan pengatur, termasuk tentang konten siaran, hak cipta, dan privasi, yang dapat menjadi kendala dalam melaksanakan program-program hubungan masyarakat.
6. Respon Terhadap Kritik: Dalam menghadapi kritik atau masukan negatif dari audiens atau masyarakat umum, stasiun radio perlu memiliki kebijakan dan prosedur yang efektif untuk menanggapi masalah tersebut dengan bijaksana dan tepat waktu.
7. Perubahan Sosial dan Budaya: Perubahan dalam dinamika sosial dan budaya dapat mempengaruhi minat dan kebutuhan audiens serta tuntutan etika yang berubah, yang memerlukan penyesuaian strategis dari stasiun radio dalam menjalankan program-program hubungan masyarakat mereka.

Mengatasi tantangan-tantangan ini memerlukan komitmen yang kuat, kreativitas, dan fleksibilitas dari stasiun radio untuk terus beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan membangun hubungan yang positif dan bermakna dengan masyarakat mereka.

Implementasi Public Relations Of Radio Programs

Implementasi hubungan masyarakat dalam realisasi program radio menjadi kunci utama dalam memastikan komunikasi yang efektif antara stasiun radio dan audiensnya. Dalam mencapai tujuan ini, stasiun radio harus membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat sekitar melalui berbagai strategi. Salah satunya adalah dengan mengadakan kegiatan yang melibatkan langsung masyarakat, seperti event lokal, kontes, atau kampanye sosial yang relevan dengan kebutuhan dan minat audiens.

Selain itu, stasiun radio juga dapat menggunakan media sosial dan platform online untuk berinteraksi secara aktif dengan pendengarnya, mendengarkan masukan, serta menjawab pertanyaan atau kritik. Melalui kerjasama dengan komunitas lokal, organisasi non-profit, atau pemerintah setempat, stasiun radio dapat memperluas jangkauan dan dampak programnya, serta memperkuat ikatan dengan audiensnya. Dengan demikian, implementasi hubungan masyarakat tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar, tetapi juga memperkuat citra positif stasiun radio di mata masyarakat.

Selain itu, dalam realisasi program radio, hubungan masyarakat juga dapat berperan dalam mempromosikan acara-acara yang akan disiarkan, mengumpulkan umpan balik dari pendengar terkait konten yang disajikan, serta mengidentifikasi tren atau isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat. Dengan menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan, stasiun radio dapat membangun kepercayaan yang kuat dengan audiensnya, sehingga memperkuat loyalitas dan keterikatan mereka terhadap program-program yang disajikan.

Selain itu, implementasi hubungan masyarakat dalam realisasi program radio juga melibatkan upaya untuk memahami secara mendalam kebutuhan, minat, dan preferensi audiens. Dengan melakukan riset pasar secara teratur, stasiun radio dapat mengidentifikasi tren yang berkembang dan menyesuaikan program-programnya agar tetap relevan dan menarik bagi pendengar. Komunikasi dua arah yang terjalin antara stasiun radio dan masyarakat juga memungkinkan adanya kolaborasi dalam pembuatan konten, seperti mengundang pendengar sebagai narasumber atau mengadakan diskusi publik tentang isu-isu tertentu.

Dengan demikian, implementasi hubungan masyarakat dalam realisasi program radio bukan hanya sekadar upaya untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan popularitas stasiun radio, tetapi juga merupakan bagian integral dari upaya untuk memberikan layanan yang bermutu dan relevan bagi pendengar. Dengan menjaga komunikasi yang efektif dan berkelanjutan dengan masyarakat, stasiun radio dapat terus berkembang dan memperkuat posisinya sebagai media yang penting dalam menyebarkan informasi, hiburan, dan pemersatu masyarakat.

Strategi Hubungan Masyarakat

1. Penggunaan Media Sosial. Manfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok untuk memperluas jangkauan program radio, berinteraksi dengan pendengar, dan mempromosikan konten yang menarik. Gunakan konten kreatif dan interaktif untuk mendorong keterlibatan pendengar.
2. Konten Berkualitas. Produksi konten radio yang berkualitas tinggi dan relevan dengan minat target audiens. Ini bisa termasuk wawancara dengan tokoh terkenal, diskusi

tentang topik menarik, serta segmen hiburan yang menghibur.

3. Acara dan Promosi Khusus. Selenggarakan acara khusus, seperti konser mini atau pertemuan dengan penggemar, untuk meningkatkan kesadaran tentang program radio Anda dan menarik pendengar baru. Gunakan promosi khusus, seperti kuis atau kontes, untuk mendorong partisipasi pendengar.
4. Kerjasama dengan Influencer. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh terkenal di industri musik atau hiburan untuk memperluas jangkauan audiens Anda. Mintalah mereka untuk mempromosikan program radio Anda kepada pengikut mereka.
5. Kampanye Iklan dan Sponsorship. Gunakan kampanye iklan yang cerdas dan efektif untuk menjangkau audiens potensial di berbagai saluran media. Selain itu, pertimbangkan untuk menawarkan kesempatan sponsor kepada merek atau perusahaan yang relevan dengan demografi pendengar Anda.
6. Hubungan dengan Komunitas Lokal. Terlibatlah dalam kegiatan komunitas lokal, seperti acara amal atau festival, untuk membangun hubungan yang kuat dengan pendengar lokal dan meningkatkan kesadaran tentang program radio Anda di komunitas tersebut.
7. Kontes dan Hadiah. Sering kali, kontes dan hadiah dapat menjadi daya tarik besar bagi pendengar. Buatlah program kontes menarik yang melibatkan pendengar dan berikan hadiah yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan dan kesetiaan pendengar.
8. Analisis Data. Gunakan analisis data untuk memahami perilaku pendengar Anda, minat mereka, dan tren yang mungkin memengaruhi kesuksesan program radio Anda. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang audiens Anda, Anda dapat merancang strategi PR yang lebih efektif.

Dengan menerapkan strategi PR ini dengan cerdas dan konsisten, Anda dapat meningkatkan jumlah pendengar dan keberhasilan program radio Anda.

KESIMPULAN

Public Relations for Radio Programs adalah hubungan masyarakat dalam konteks program radio sangat penting dalam membangun, memelihara, dan memperkuat ikatan positif antara stasiun radio dan audiensnya, serta dengan masyarakat luas. Ini mencakup komunikasi dua arah, keterlibatan publik, pemberdayaan komunitas, transparansi, keterbukaan, pemasaran, dan promosi. Tujuannya adalah menciptakan hubungan yang positif, terbuka, dan berkelanjutan dengan pendengar serta memberikan kontribusi positif dalam perkembangan masyarakat. Strategi hubungan masyarakat yang efektif mencakup penggunaan media sosial, produksi konten berkualitas, acara khusus, kerjasama dengan influencer, kampanye iklan, hubungan dengan komunitas lokal, kontes dan hadiah, serta analisis data untuk memahami audiens dan merancang strategi PR yang lebih efektif. Dengan implementasi strategi ini, stasiun radio dapat meningkatkan keterlibatan pendengar, memperkuat citra positif, dan meningkatkan kesuksesan program mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, A. H., & Utama, D. S. (2019). Peran Public Relations dalam Membangun Loyalitas Pendengar Program Radio Siaran Pagi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 15(1), 67-80.
- Hidayat, D., & Putra, G. W. (2019). Strategi Public Relations dalam Mengoptimalkan Promosi Program Radio Anak-Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 56-68.
- Jannah, N., & Rachmawati, D. (2018). Teknik Public Relations dalam Meningkatkan Kesadaran Publik terhadap Program Radio Talkshow. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 6(2), 89-102.
- Kurniawan, F., & Wulandari, D. A. (2016). Peran Public Relations dalam Mengelola Konflik pada Program Radio Talkshow. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 145- 158.

- Kustiawan, W., Shaliha, F, dkk (2023). Public Relations Dalam Program-Program Radio. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8569-8575
- Marsono, B., & Aryanti, S. (2018). Strategi Public Relations dalam Mengatasi Tantangan Program Radio di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Politik*, 4(2), 78-92.
- Prasetyo, E. H., & Rahmat, R. (2020). Public Relations sebagai Fasilitator dalam Meningkatkan Kualitas Konten Program Radio. *Jurnal Komunikasi Organisasi*, 5(2), 112-125.
- Pratama, A., & Setiawan, B. (2016). Teknik Public Relations dalam Meningkatkan Minat Mendengarkan Program Radio. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 4(2), 89- 102.
- Puspitasari, D., & Widyastuti, Y. (2018). Strategi Public Relations dalam Menghadapi Persaingan Program Radio. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 6(1), 12-25.
- Sari, L. P., & Wibisono, H. (2017). Peran Public Relations dalam Membangun Hubungan yang Baik antara Program Radio dengan Industri Musik Lokal. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 13(1), 45-58.
- Suryadi, R. (2017). Strategi Public Relations dalam Mempromosikan Program Radio Komunitas. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 13(2), 167-180.
- Susanto, A., & Prakoso, A. (2018). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Popularitas Program Radio. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 120-134.
- Utami, R., & Adi, D. S. (2016). Peran Public Relations dalam Mengelola Krisis yang Terkait dengan Program Radio. *Jurnal Komunikasi Korporat*, 3(1), 23-36.
- Wahyudi, A., & Setiawan, D. (2017). Penggunaan Media Sosial oleh Public Relations Program Radio dalam Meningkatkan Interaksi dengan Pendengar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 45-58.
- Wijaya, R., & Cahyono, E. (2020). Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif Program Radio Pagi. *Jurnal Studi Humas dan Komunikasi*, 7(1), 45- 58.