

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @SONORAPALEMBANG SEBAGAI SARANA PROMOSI PROGRAM SIARAN DI RADIO SONORA PALEMBANG

Sandi Aditiya Prayoga¹, Abdur Rozzaq², Putri Citra Hati³
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹²³
Corresponding email: sandiaditiyaprayoga@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History

Submission : 08-12-2025
Received : 09-12-2025
Revised : 23-01-2026
Accepted : 08-02-2026

Keywords

Instagram
Promosi radio
Interaksi audiens

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola konsumsi media masyarakat, sehingga radio tradisional menghadapi persaingan ketat dari platform digital seperti streaming musik, podcast, dan konten hiburan berbasis internet. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan admin media sosial Radio Sonora Palembang dan observasi langsung terhadap konten Instagram yang dipublikasikan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Media sosial menjadi sarana strategis bagi radio untuk mempertahankan relevansi dan memperluas jangkauan audiens. Radio Sonora Palembang memanfaatkan Instagram melalui akun @sonorapalembang untuk mempromosikan program siaran, menyebarkan informasi terbaru, serta membangun interaksi dengan pendengar melalui konten seperti kuis, dokumentasi kegiatan, talkshow, dan live streaming. Pemanfaatan Instagram mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan membentuk loyalitas pendengar, terutama dari kalangan muda. Namun, strategi ini juga menghadirkan tantangan terkait kreativitas konten dan analisis respons audiens. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas Instagram sebagai media promosi program siaran dan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dalam menjaga eksistensi radio di era digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah berdampak besar dalam kehidupan manusia. Pada awalnya manusia membuat teknologi yang sederhana. Namun, seiring berkembangnya

peradaban, teknologi ikut andil dalam segala aspek kehidupan manusia (Yasin et al., 2022). Brown mengutip sebuah *Communication Technology of Timeline*, munculnya beragam media elektronik pada awal tahun 1880-an yang berawal dari alat komunikasi seperti telepon seluler, televisi serta alat elektronik lainnya, dan mulai digunakan oleh banyak masyarakat antara tahun 1940 sampai 1970-an. Awal mula teknologi komunikasi berasal dari media elektronik berbasis system analog dan beralih ke sistem digital. Perkembangan dipengaruhi oleh hadirnya berbagai bentuk media baru seperti internet dan digital. Periode tersebut dikenal dengan revolusi digital, yang mulai berkembang pada tahun 1990-an.

Teknologi digital juga ditandai dengan munculnya perangkat seperti computer, internet dan telepon seluler yang mendorong manusia berkembang dalam berkomunikasi dan mengakses informasi (Siregar & Padli, 2025). Teknologi digital merupakan teknologi yang bekerja secara otomatis berbasis computer sehingga tidak dibuthkannya lagi tenaga manusia. Digital berasal dari Bahasa latin yaitu *digitus* yang artinya jari dan mengacu pada alat salah satu komputer tertua (Wibowo, 2022). Perkembangan teknologi digital terus meningkat seiring waktu dan memunculkan beragam perangkat serta media yang kini menjadi bagian penting dari kehidupan manusia termasuk mahasiswa. Teknologi digital memberikan banyak manfaat bagi kehidupan, misalnya kemudahan dalam mencari informasi, belajar, dan berinteraksi dengan individu lain secara meluas dengan mudah. Namun, penggunaan teknologi yang tinggi membuat mahasiswa semakin terikat dengan dunia digital dalam kehidupan sehari-harinya.

Menurut Upadhyaya & Vrinda (2021) mahasiswa pada era sekarang termasuk golongan *digital natives* karena sejak usia dini sudah terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi modern. Kedektan ini membuat mereka lebih cepat beradaptasi dan menguasai berbagai tuntunan teknologi baru. Data reportal mencatat pada awal tahun 2025 sebanyak 356 juta koneksi seluler aktif atau setara dengan 125 persen dari total populasi dan 212 juta penduduk sudah menggunakan internet dengan tingkat penetrasi 74,6 persen, dan 143 juta identitas pengguna media sosial yang aktif (Kemp, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas digital termasuk bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Akan tetapi, dibalik banyak manfaat yang didapat dari teknologi digital munculnya fenomena yang dialami oleh siapapun yaitu digital stress.

Steele (2020) mendefinisikan stress digital merupakan pengalaman subjektif yang muncul saat seseorang dihadapkan dengan peristiwa, situasi atau rangsangan yang berhubungan dengan interaksi sosial maupun pribadi, serta sumber daya yang terlibat di dalamnya. *Technostress* atau stress digital dapat dipengaruhi oleh berbagai kondisi misalnya kelelahan, kecemasan, ketidakpuasan, ketakutan, rasa permusuhan, frustrasi, mudah tersinggung, dan kondisi kesehatan yang buruk (Victoriana, 2025).

Mahasiswa berada pada fase rentan terhadap stress dan tekanan emosional. Tuntunan akademik membuat mahasiswa menggunakan digital hampir di seluruh aktivitasnya seperti mengerjakan tugas, presentasi, serta komunikasi secara kelompok. Akibatnya, mahasiswa tidak hanya menghadapi tekanan akademik, tetapi juga tambahan yang berasal dari teknologi

itu sendiri. Apabila mahasiswa mengalami *technostress* akan berdampak pada kondisi fisik Mahasiswa juga akan menalami kesulitan berkonsentrasi sehingga berdampak pada penurunan kinerja akademiknya (Victoriana, 2025).

Fenomena digital stres yang semakin banyak, maka diperlukannya studi literatur untuk mengetahui lebih dalam mengenai fenomena digital stress khususnya pada mahasiswa. Melalui kajian Pustaka, berbagai studi dapat dianalisis guna mengidentifikasi faktor penyebab pemicu stress digital, bentuk tekanan yang dialami mahasiswa, serta dampak terhadap kesehatan mental. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah merombak secara fundamental cara publik mendapatkan informasi dan hiburan. Radio tradisional yang dulu mengandalkan gelombang udara saja kini menghadapi tantangan besar dari maraknya platform digital serta perubahan pola konsumsi media masyarakat. Dalam konteks ini, media sosial muncul sebagai wadah strategis bagi lembaga penyiaran untuk mempertahankan relevansi dan menjangkau audiens lebih luas.

Media sosial (Abugaza, 2013) merupakan suatu media yang diakses dan dipergunakan oleh banyak orang dan tidak hanya digunakan saja akan tetapi dapat juga digunakan semaksimal mungkin dengan adanya kelebihan untuk memberikan respons terhadap apa yang mereka akses melalui internet. Radio Sonora Palembang merupakan salah satu stasiun radio swasta yang beroperasi di wilayah Palembang. Sebagai radio swasta, Sonora menghadapi tantangan untuk mempertahankan eksistensi dan relevansinya di tengah persaingan media digital, seperti platform streaming musik, podcast, dan berbagai konten hiburan online. Persaingan ini menuntut radio untuk tidak hanya mengandalkan siaran on-air, tetapi juga memperluas strategi promosi dan interaksi dengan pendengar melalui media digital. Salah satu upaya Radio Sonora Palembang dalam menghadapi tantangan ini adalah dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, melalui akun resmi @sonorapalembang.

Instagram digunakan sebagai sarana untuk mempromosikan program siaran, menyebarkan informasi terbaru, dan membangun interaksi dengan pendengar melalui konten yang menarik, seperti kuis, polling, maupun testimoni pendengar. Strategi ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan jumlah pendengar, tetapi juga membangun keterikatan emosional antara radio dan komunitas pendengar, sehingga menciptakan loyalitas audiens di era digital.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial populer di Indonesia, memiliki potensi besar untuk promosi. Menurut data e-marketer.com (2017), Instagram digunakan aktif oleh 22 juta orang di Indonesia, dengan kelompok usia 18–29 tahun sebagai pengguna terbanyak (83%). Instagram juga banyak digunakan untuk berbagi aktivitas sehari-hari, termasuk hiburan dan program radio, Indika (2017). Hal ini menunjukkan bahwa Instagram merupakan media yang potensial untuk menjangkau audiens muda dan dinamis, yang merupakan target utama radio lokal.

Meskipun Instagram menawarkan peluang besar, Radio Sonora Palembang menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Persaingan

dengan platform streaming musik, podcast, dan media digital lain menuntut radio untuk kreatif dalam menyajikan konten yang relevan. Pengelolaan akun Instagram yang efektif memerlukan strategi konten yang konsisten, pemahaman demografi audiens, dan kemampuan menganalisis respons pengikut terhadap konten yang diunggah.

Radio Sonora Palembang turut beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi digital. Persaingan ketat dalam industri media dan perubahan perilaku konsumsi audiens yang kini lebih banyak mengakses informasi melalui internet mendorong Sonora Palembang untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi dengan pendengar. Salah satu bentuk pemanfaatan tersebut adalah melalui penggunaan platform Instagram dengan akun resmi @sonorapalembang. Akun Instagram @sonorapalembang digunakan sebagai media utama untuk menyebarkan informasi terkait program siaran, jadwal penyiar, publikasi konten, seperti *behind the scene* dll, promosi kegiatan on-air maupun off-air, serta untuk membangun *engagement* melalui fitur interaktif seperti Instagram Story, Live Streaming di kanal akun Youtube @sonorapalembang bersama komunitas yang rutin di laksanakan oleh Sonora, juga program *The voice of people*, dan juga berinteraksi bersama penonton melalui kolom komentar. Selain itu, akun Instagram radio Sonora Palembang juga menampilkan dokumentasi event yang melibatkan partisipasi publik, serta testimoni pendengar untuk meningkatkan kepercayaan dan kedekatan emosional dengan audiens. Persaingan dengan radio lain yang juga aktif pada platform digital, serta kebutuhan untuk menciptakan konten kreatif yang bukan hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian pengguna media sosial yang serba cepat dan dinamis. Selain itu, *engagement rate* antara pengikut dan konten yang dipublikasikan harus terus ditingkatkan agar akun @sonorapalembang tidak hanya menjadi etalase informasi, tetapi juga ruang interaksi aktif antara radio dan pendengar.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan Instagram @sonorapalembang sebagai sarana promosi program siaran di Radio Sonora Palembang serta tantangan yang dihadapi radio dalam menjaga eksistensinya di era digital. Penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mendalam mengenai efektivitas media sosial sebagai alat promosi radio lokal dan rekomendasi strategi komunikasi digital yang tepat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur atau kajian kepustakaan. Metode ini dilakukan dengan menelusuri, mengumpulkan, dan menelaah berbagai sumber ilmiah serta hasil riset sebelumnya, lalu menggabungkannya untuk memperoleh pemahaman dan kesimpulan penelitian (Mardalis, 1999). Melalui proses tersebut, penelitian ini bertujuan menjawab tiga fokus utama, yaitu: (1) menilai kelayakan media pembelajaran berbasis Software AutoCAD, (2) mengetahui respons pengguna terhadap media tersebut, dan (3) melihat hasil belajar setelah penerapannya.

Tahapan pelaksanaan penelitian mengikuti alur yang dijelaskan oleh Kuhlthau (2002), dimulai dari pemilihan topik, eksplorasi informasi awal, penentuan fokus penelitian, pengumpulan bahan referensi, penyajian data, hingga penyusunan laporan akhir.

Untuk mengolah data, penelitian ini menggunakan analisis isi, yakni teknik yang memungkinkan peneliti melakukan interpretasi yang valid serta meninjau kembali makna data sesuai konteks (Krippendorff, 1993). Analisis dilakukan melalui proses memilah, membandingkan, mengombinasikan, serta memilih informasi yang dianggap paling relevan (Sabarguna, 2005). Selain itu, verifikasi antar pustaka dan pertimbangan dari pembimbing turut dilakukan agar proses evaluasi tetap konsisten serta mengurangi kemungkinan munculnya informasi yang bias atau keliru akibat keterbatasan sumber ataupun penulis (Sutanto, 2005).

Penelitian ini dilakukan di PT. Radio Suara Gama Atmajaya (Sonora Palembang), perusahaan yang beroperasi di bidang penyiaran, *event organizer*, dan menjadi salah satu radio swasta di kota Palembang, Sumatera Selatan. Lokasi penelitian dilaksanakan di kantor atau studio Radio Sonora Palembang dan ke akun Instagram resmi @sonorapalembang. Populasi dalam penelitian ini mencakup antara lain adalah Manajer radio Sonora Palembang (*station manager*), Admin social media, penyiar atau host yang terlibat dalam promosi akun Instagram radio sonora, serta sejumlah pendengar aktif dan pengikut akun Instagram (*followers*) yang juga pernah mendengar, menonton, atau berintraksi di Instagram. Jumlah sampel akan bergantung pada jumlah anggota divisi tersebut yang bersedia dan dapat diakses untuk wawancara dan kolaborasi dalam penelitian ini.

Penelitian ini akan menggunakan metode *purposive sampling*, di mana anggota divisi Media Sosial yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dalam mengelola akun Instagram akan dipilih sebagai sampel. Kriteria pemilihan sampel akan mencakup latar belakang, pengalaman, dan tanggung jawab mereka dalam divisi. Analisis data kualitatif akan melibatkan analisis isi (*content analysis*) untuk memahami konteks pesan yang dibagikan di akun Instagram radio sonora Palembang. Teknik ini akan membantu dalam mengidentifikasi pola-pola dalam konten, respon pengikut, dan pesan perusahaan. Tools yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu Instagram Analytics Tools, yaitu untuk mengumpulkan data kinerja akun Instagram, perangkat atau aplikasi Instagram yang disediakan oleh platform ini sendiri akan digunakan untuk mengakses metrik seperti jumlah pengikut, like, komentar, dan berbagi. alat dan metode yang digunakan akan dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, sehingga memastikan data yang diperoleh dapat dianalisis secara efektif untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang peran divisi Media Sosial dalam mengaktifkan akun Instagram @sonorapalembang untuk membangun citra perusahaan.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi program siaran di Radio Sonora Palembang telah memberikan kontribusi

signifikan terhadap efektivitas komunikasi dan peningkatan keterlibatan audiens. Strategi digital yang diterapkan oleh divisi media sosial berfokus pada penyajian konten visual yang menarik, interaktif, dan informatif, sehingga mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat antara radio dan pendengar. Konten promosi program siaran yang rutin diunggah melalui fitur Instagram seperti feed, reels, dan Instagram story berfungsi sebagai media penyampaian informasi cepat dan efektif kepada masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi, khususnya fenomena penggunaan jejaring sosial beberapa tahun terakhir, sungguh mengejutkan. Masyarakat mulai bergerak menuju tren digital ini, mereka mencari media baru untuk mengekspresikan diri, berpendapat, berbagi informasi atau sekedar berteman. Media baru ini bersifat interaktif, horizontal dan cerdas, yang sepenuhnya mengubah cara kita berkomunikasi. Jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan pengguna internet yang pesat memberikan potensi bagi suatu perusahaan untuk terus mengembangkan bisnisnya di era digital saat ini. Jika dulu banyak perusahaan yang kurang bersimpati terhadap jejaring sosial karena dianggap dapat menurunkan produktivitasnya, kini trennya justru sebaliknya, banyak perusahaan yang mulai mengikuti arus perubahan. Salah satu media sosial yang saat ini sedang berkembang pesat di antara semua jejaring sosial adalah aplikasi Instagram.

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial. Instagram juga memiliki fitur Reels yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video pendek seperti dokumentasi kegiatan perusahaan, fitur ini sering digunakan oleh para pebisnis untuk membuat dokumentasi untuk citra perusahaan. Semakin banyak views dan likes suatu video, secara tidak langsung dapat memberikan gambaran kepada penonton bahwa pemilik akun adalah seorang selebriti. Prioritas popularitas inilah yang menimbulkan kemungkinan positif dan negatif bagi pengguna.

Media sosial adalah sekumpulan platform digital yang memungkinkan orang atau organisasi untuk membuat konten, membagikannya, dan berinteraksi satu sama lain secara online. Konten bisa berupa teks, foto, video pendek, atau suara. Perbedaan utama media sosial dengan media lama adalah sifatnya yang interaktif yaitu bukan hanya pihak penerbit yang bicara, tetapi pengguna juga bisa merespon, berbagi, dan ikut membuat konten. Media sosial dibangun di atas prinsip Web 2.0, yaitu partisipasi pengguna (*user-generated content*), keterbukaan, percakapan dua arah (*conversation*), komunitas (*community*), dan keterkaitan antarplatform. Prinsip-prinsip ini membuat media sosial efektif bukan hanya untuk menyebarkan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan, mengumpulkan umpan balik, dan menciptakan jaringan pendengar yang loyal. radio, fungsi media sosial khususnya Instagram bisa dibagi menjadi beberapa peran praktis. Pertama, sebagai saluran diseminasi informasi cepat, yang berfungsi sebagai pengumuman jadwal siaran, highlight acara, dan pengumuman tamu atau event dapat diunggah dalam hitungan menit sehingga audiens selalu mendapat kabar terbaru. Peneliti menyebut media sosial sebagai medium yang efisien untuk memperbesar jangkauan pesan. Dengan konten visual (foto studio, cuplikan reels, profil

penyiar, testimoni pendengar) stasiun radio dapat menampilkan nilai, karakter, dan daya tarik program secara konsisten. Ini membantu radio menempatkan dirinya di mata publik. Literatur tentang platform sosial menegaskan bahwa representasi visual ini penting untuk membangun reputasi. (Zimba, 2021)

Pihak Divisi Media Sosial Radio Sonora Palembang menyampaikan bahwa Instagram merupakan platform yang paling potensial untuk menjangkau audiens usia produktif yang memiliki kebiasaan tinggi dalam konsumsi konten digital. Hal ini selaras dengan temuan penelitian Siahaan, Suwartiningsih & Sampoerno (2024) bahwa media sosial menjadi sarana penting bagi radio untuk meningkatkan engagement pendengar dan memperkuat daya tarik program siaran melalui penyajian konten visual berbasis kreativitas.

Berdasarkan dokumentasi konten, peningkatan tingkat interaksi terlihat melalui jumlah like, komentar, Direct Message, serta views reels, yang menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan secara konsisten berdampak terhadap pertumbuhan audiens aktif. Peningkatan keterlibatan ini menggambarkan bahwa pemirsa merasa lebih terhubung dengan penyiar dan acara yang dipromosikan, sehingga mampu meningkatkan ketertarikan dan loyalitas pendengar terhadap Radio Sonora Palembang.

Promosi program siaran melalui Instagram juga membantu meningkatkan *brand awareness* serta menghasilkan komunikasi dua arah antara lembaga penyiaran dan audiens. Dengan adanya fitur komentar dan pesan langsung, pendengar dapat memberikan kritik, saran, dan respon secara cepat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi untuk penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan digital yang lebih intens dengan audiens. Temuan ini mendukung hasil penelitian yang membuktikan bahwa media sosial Instagram efektif dalam meningkatkan interaksi audiens terhadap program radio. (Putri & Haninda, 2024)

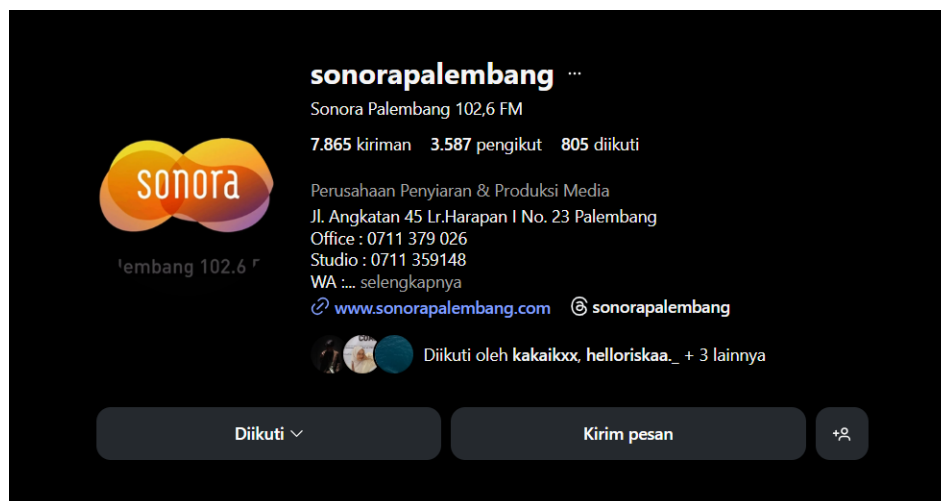
Penggunaan Instagram Reels sebagai sarana promosi juga dinilai sangat efektif karena algoritma Instagram memprioritaskan konten video pendek untuk menjangkau audiens baru di luar pengikut akun. Reels yang menampilkan cuplikan siaran, cuplikan kegiatan radio Sonora, dokumentasi kegiatan ketika menjadi EO (*event organizer*), teaser konten, dan momen menarik bersama penyiar terbukti meningkatkan angka jangkauan pengikut akun Instagram radio Sonora Palembang. Strategi ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan followers, yang juga menjadi indikator pertumbuhan audiens aktif radio.

Strategi penyusunan konten yang dilakukan oleh Divisi media social akun Instagram radio Sonora Palembang juga melibatkan proses perencanaan unggahan berdasarkan konten yang sudah di jadwalkan. Konten yang diunggah meliputi pengenalan penyiar, bincang singkat mengenai topik siaran, dan dokumentasi di balik layar di studio radio. Divisi media social juga menyajikan berita-berita lokal khususnya wilayah kota Palembang, berita nasional maupun internasional di kanal akun isntagram radio Sonora palembang guna menarik minat baca audience dan juga memberikan informasi tentang jadwal talkshow bersama narasumber dari berbagai profesi dan juga komunitas yang di jadwalkan rutin setiap

bulannya terutama di kawasan kota Palembang, juga memberikan informasi tentang berita dalam lokal maupun nasional dan memberikan informasi tentang discount atau penawaran menarik dari sponsor. Penyajian konten humanis dan edukatif terbukti meningkatkan kedekatan emosional audiens sebagaimana dijelaskan dalam penelitian bahwa kedekatan emosional melalui konten digital dapat membangun loyalitas pendengar terhadap radio. (Robertha Carla Siahaan, 2024)

Selain itu, penggunaan fitur live streaming di kanal youtube saat program siaran atau talkshow sedang berlangsung telah memberikan ruang partisipatif bagi audiens yang tidak dapat mendengarkan melalui frekuensi radio tradisional. Dengan demikian, Radio Sonora Palembang mampu menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk masyarakat yang lebih sering mengakses informasi melalui perangkat digital. Hal tersebut sekaligus memperkuat relevansi radio di era konvergensi media yang semakin kompetitif.

Akun Instagram Radio Sonora Palembang menunjukkan peningkatan signifikan dalam metrik interaksi dengan pengikut. Peningkatan positif tercatat pada jumlah *likes*, komentar, dan *shares* konten perusahaan. Data ini mengindikasikan bahwa strategi proaktif Divisi Media sosial dalam berinteraksi aktif dengan audiens telah berhasil. Peningkatan interaksi merupakan indikasi positif bahwa pengikut merasa terlibat dengan konten yang dibagikan. Respons yang cepat dan tepat terhadap komentar serta pertanyaan audiens semakin memperkuat hubungan positif antara perusahaan dan pengikut, serta mendukung pembentukan komunitas *online* yang solid.



Gambar 1. Akun Instagram Radio Sonora Palembang

Kemampuan Divisi Media sosial dalam mengelola potensi situasi krisis melalui platform Instagram merupakan aset yang sangat berharga. Kecepatan dalam penyampaian informasi dan klarifikasi menjadi kunci untuk mencegah penyebaran informasi yang salah atau narasi negatif. Upaya membangun kepribadian merek (*brand personality*) yang positif merupakan elemen penting dalam memperkuat citra perusahaan. Dengan menonjolkan

komitmen pada nilai-nilai yang jelas Radio Sonora Palembang mampu membedakan dengan pesaing atau kompetitor, sekaligus membangun identitas merek yang kuat dan kredibel di mata publik digital.

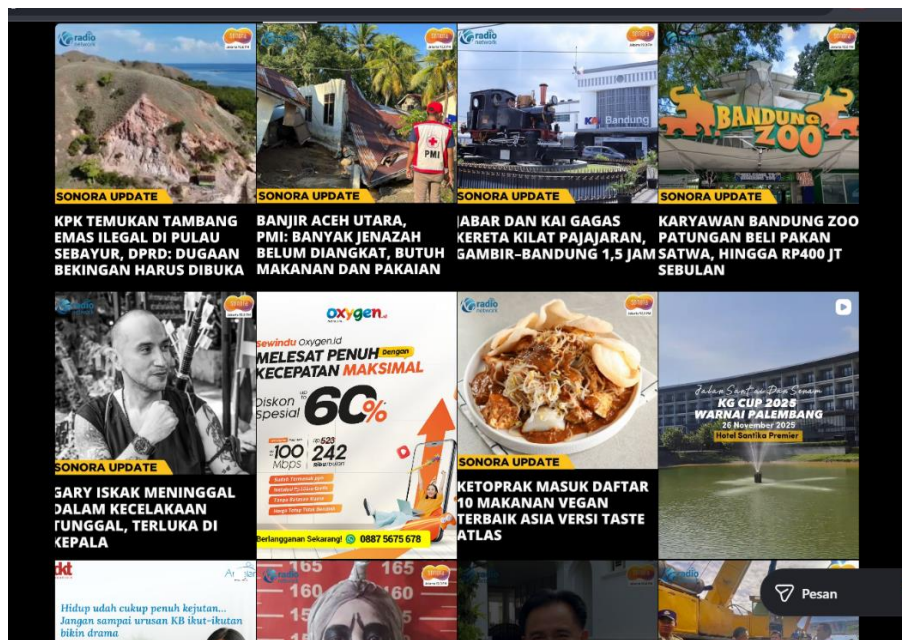
Setelah melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan 3 informan pilihan yaitu Station manager radio Sonora Palembang, Divisi media social, dan penyiar radio Sonora Palembang serta observasi secara mendalam. Peneliti menemukan beberapa fakta mengenai teknik promosi efektif yang digunakan dalam memasarkan program siaran di Radio Sonora Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Stasiun Manajer Radio Sonora Palembang, Ibu Dina Apriana, ditemukan bahwa Instagram memegang peran yang sangat penting dalam mendukung promosi program siaran radio di era digital saat ini. Strategi pemasaran Radio Sonora Palembang berfokus pada pemanfaatan Instagram untuk mengatasi keterbatasan jangkauan frekuensi radio. Instagram digunakan sebagai sarana untuk Menyampaikan Informasi. Instagram membantu Radio Sonora menyampaikan informasi yang tidak terjangkau oleh frekuensi, baik itu informasi pemberitaan yang dilaporkan oleh reporter Sonora Palembang maupun jaringan di Indonesia. Kemudian Promosi dan Interaksi, Instagram digunakan untuk promosi terkait kuis dan program, memungkinkan interaksi langsung dengan pendengar untuk melihat ketertarikan mereka. Membangun *Engagement*, Media sosial khususnya Instagram menjadi bagian untuk berinteraksi dengan pendengar digital terutama Gen Z dan Gen Millennial yang cenderung tidak banyak lagi mendengarkan radio di frekuensi atau radio tradisional. Pendengar dapat berkomentar terhadap berbagai kegiatan atau postingan Sonora, seperti *talkshow*, kuis, program, maupun pemberitaan.

Pemilihan Instagram sebagai media utama promosi didasarkan pada kecenderungan pengguna di Palembang yang lebih banyak menggunakan platform tersebut. Selain itu, anak-anak muda memiliki ketertarikan pada gambar dan video, yang pengaturannya di Instagram dinilai sesuai. Penggunaan Instagram memiliki dampak signifikan karena radio dapat memperoleh pendengar-pendengar baru dan memanfaatkan *insight* untuk presentasi kepada mitra bisnis. Mengenai kolaborasi, saat ini pengelolaan media sosial radio masih dilakukan oleh tim internal radio. Namun, tidak menutup kemungkinan di masa depan akan ada kolaborasi promosi dengan figur-figur di media sosial atau *selebritas* TikTok atau Instagram. Radio Sonora tetap memandang dirinya sebagai media *mainstream* yang terverifikasi dan diatur, yang berfungsi sebagai kontrol sosial dan menjaga informasi tetap dalam koridor yang benar.

Kemudian hasil wawancara peneliti dengan Bayu Prabowo selaku content creator sekaligus admin media sosial Radio Sonora Palembang, diperoleh penjelasan mengenai pemanfaatan Instagram sebagai sarana promosi program siaran. Tujuan utama penggunaan Instagram adalah untuk meningkatkan visibilitas Radio Sonora Palembang dan memberikan informasi yang valid dan terbaru kepada para pengikutnya. Hal ini terlihat dari pemanfaatan Instagram difokuskan untuk mempromosikan lembaga dan menyebarkan informasi yang informatif dan aktual kepada masyarakat. Strategi promosi yang dijalankan bersifat

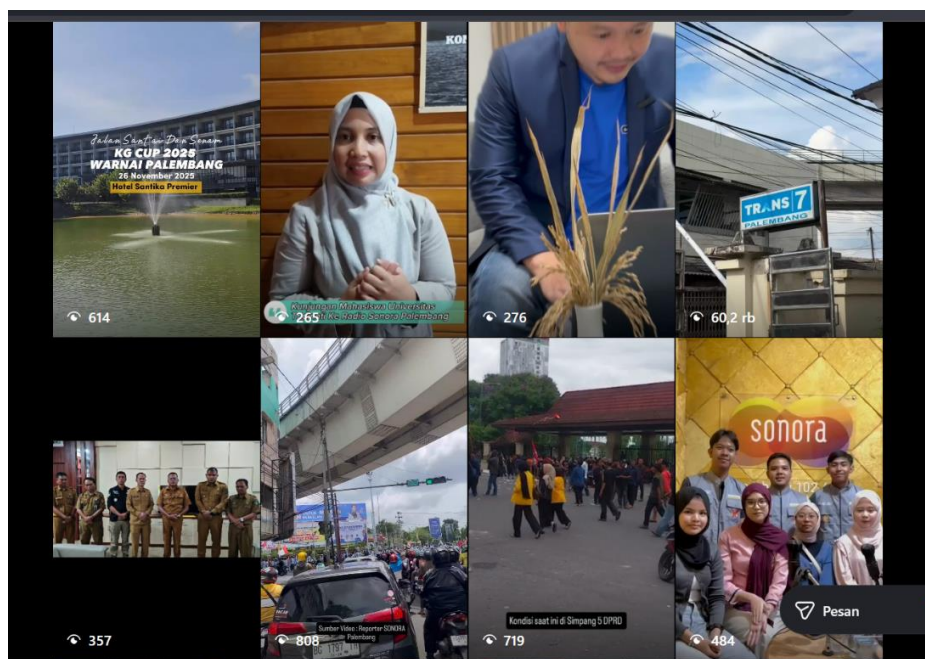
situasional atau mengikuti momentum. Tim media sosial Sonora akan segera memperbarui konten ketika terdapat informasi yang dinilai penting untuk disampaikan, agar tidak tertinggal dari media lainnya. Pendekatan ini menegaskan bahwa kecepatan dan relevansi informasi menjadi dasar dalam pengelolaan konten promosi. Terkait jenis konten yang paling efektif, Bayu menuturkan bahwa konten edukatif dan informasi publik merupakan konten yang paling diminati oleh audiens. Konten mengenai kebijakan pemerintah serta peristiwa penting seperti kebakaran dan kecelakaan dinilai menarik perhatian followers dan mampu mempertahankan keterlibatan audiens di Instagram Sonora Palembang. Dalam menilai keberhasilan promosi, Bayu menjelaskan bahwa indikator yang digunakan adalah respons audiens melalui jumlah penonton, komentar, serta interaksi lainnya pada setiap unggahan. Hal ini menunjukkan bahwa analisis performa konten dilakukan menggunakan parameter engagement rate tanpa pendekatan analitis yang lebih kompleks.



Gambar 2. Postingan Feed Instagram Sonora Palembang



Gambar 3. Postingan Reels Instagram Sonora Palembang tahun 2020



Gambar 4. Postingan Reels Instagram Sonora Palembang tahun 2025

Dapat dilihat dari jumlah penonton *reels* yang ada di akun Instagram radio Sonora Palembang setiap tahunnya meningkat dikarenakan pengelolaan dan aktifisasi dari akun tersebut kian membaik setiap tahunnya. Hal ini tidak lepas dari peran divisi media social yang selalu aktif membangun akun Instagram perusahaan agar terus menjadi lebih baik sehingga citra perusahaan terus dianggap positif di mata pengikut.

Tak lepas juga dari tantangan utama dalam mengelola Instagram adalah persaingan dengan media lain di Kota Palembang. Kecepatan dalam memperoleh informasi kerap menjadi hambatan karena beberapa media lain bisa menyebarkan informasi lebih cepat. Pada aspek pengembangan strategi digital, Bayu menjelaskan bahwa Sonora tidak hanya mengelola Instagram, tetapi juga platform lain seperti YouTube, website, dan Twitter. Ia menambahkan bahwa Sonora berencana memperluas strategi promosi ke platform TikTok, mengingat TikTok saat ini menjadi pusat penyebaran informasi yang sangat cepat dan banyak digunakan oleh masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram melalui akun @sonorapalembang oleh Radio Sonora Palembang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap efektivitas komunikasi dan peningkatan keterlibatan audiens di era digital. Strategi digital yang diterapkan, yang berfokus pada penyajian konten visual, interaktif, dan informatif, berhasil menciptakan hubungan yang lebih dekat antara radio dan pendengar. Instagram dipilih sebagai media utama karena mampu mengatasi keterbatasan jangkauan frekuensi radio dan menjangkau audiens muda dan dinamis, terutama Gen Z dan Gen Millennial, yang memiliki kebiasaan tinggi dalam konsumsi konten digital. Fitur-fitur Instagram seperti *feed*, *reels*, dan *stories* digunakan untuk mempromosikan program siaran, menyebarkan informasi cepat, serta membangun *engagement* melalui kuis dan *talkshow*.

Strategi ini secara konsisten berdampak pada pertumbuhan audiens aktif yang terlihat dari peningkatan jumlah *like*, komentar, *Direct Message*, dan *views reels*. Dengan fokus pada kecepatan dan relevansi informasi, dan konten yang paling diminati dan efektif adalah konten edukatif dan informasi publik, seperti kebijakan pemerintah, peristiwa penting, serta berita lokal dan nasional. Penggunaan Instagram Reels sangat efektif karena memprioritaskan konten video pendek untuk menjangkau audiens baru di luar pengikut akun, yang terbukti meningkatkan *followers* dan *brand awareness*. Meskipun efektif, Radio Sonora Palembang menghadapi tantangan utama berupa persaingan ketat dengan media lain di Palembang, terutama dalam kecepatan penyebaran informasi. Indikator keberhasilan promosi dinilai melalui respons audiens.

Peneliti berharap Radio Sonora Palembang dapat terus memperkuat dan mengoptimalkan strategi komunikasi digitalnya di Instagram dan platform lainnya. Strategi yang telah terbukti efektif, seperti pemanfaatan fitur Instagram Reels untuk menjangkau audiens baru di luar pengikut serta penyajian konten edukatif dan informasi publik yang paling diminati audiens, harus dipertahankan dan ditingkatkan. Terakhir, Radio Sonora Palembang diharapkan tetap memegang teguh posisinya sebagai media *mainstream* yang terverifikasi dan diatur, sehingga dapat terus berfungsi sebagai kontrol sosial, menjaga informasi tetap dalam koridor yang benar, serta memperkuat citra merek yang positif dan kredibel di mata publik digital.

Peneliti juga berharap penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai efektivitas media sosial Instagram sebagai alat promosi radio lokal dan menjadi rekomendasi bagi strategi komunikasi digital yang tepat bagi lembaga penyiaran lainnya. Bagi kalangan akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar atau fondasi untuk melakukan kajian yang lebih kompleks, khususnya mengenai analisis *engagement rate* secara mendalam, pemanfaatan *Instagram Analytics Tools* secara maksimal, atau efektivitas penggunaan platform media sosial baru lainnya, seperti TikTok, dalam konteks promosi siaran radio. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan literatur dan praktik komunikasi digital dalam industri radio di era konvergensi media.

Referensi

- Abugaza, A (2013) *Sosial Media Politica*, Jakarta : PT. Tali Writing & Publishing House
- Putri, G. A., & Haninda, A. R. (2024b). EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI RADIO KIS 95.1 FM. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4(8), 71–80. <https://doi.org/10.6578/TRIWIKRAMA.V4I8.5112>
- Robertha Carla Siahaan, S., Suwartiningsih, S., & Kristen Satya Wacana, U. (2024a). Implementasi Penggunaan Media Sosial Oleh Radio EBS FM Surabaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 6085–6097. <https://doi.org/10.31004/INNOVATIVE.V4I6.16165>
- Robertha Carla Siahaan, S., Suwartiningsih, S., & Kristen Satya Wacana, U. (2024b). Implementasi Penggunaan Media Sosial Oleh Radio EBS FM Surabaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 6085–6097. <https://doi.org/10.31004/INNOVATIVE.V4I6.16165>
- UHO, S. S.-J. I. K., & 2023, undefined. (n.d.). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ Limeliterentalkamera &@ Sololensa). *Jurnalilmukomunikasi.Uho.Ac.IdS SetyawanJurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian, 2023•jurnalilmukomunikasi.Uho.Ac.Id*. Retrieved December 1, 2025, from <https://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/118>
- Wibowo, J., Koneksi, M. Y.-, & 2025, undefined. (n.d.). Strategi Promosi Program Radio Trijaya melalui@ mnctrijayafm. *Journal.Untar.Ac.IdJR Wibowo, MG YoedtadiKoneksi, 2025•journal.Untar.Ac.Id*. Retrieved November 29, 2025, from <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/33303>
- Wira Perdana, W., Krisnawati, E., Abraham, R. H., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA BANJAREJO. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(7), 651–663. <https://doi.org/10.58344/JII.V2I7.3293>
- Yunus, Y., & Mahpuddin. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PENDENGAR MS RADIO. *Kinesik*, 7(3), 293–302. <https://doi.org/10.22487/EJK.V7I3.132>

Zimba, O., Reumatologia/Rheumatology, A. G.-, & 2021, undefined. (2021). Social media platforms: a primer for researchers. *Termedia.PIO Zimba, AY GasparyanReumatologia/Rheumatology*, 2021•*termedia.Pl*, 59, 68–72. <https://doi.org/10.5114/reum.2021.102707>