
Pengaruh Sosial Media: Pada Program Off Air Terhadap Kepuasan Pendengar

Influence of Social Media: On Off Air Programs On Listener Satisfaction

Andi Nur Azisyah¹, Sabaruddin Adjie²

^{1,2}Universitas Islam Makassar, Makassar, Indonesia

* Corresponding Author

Email : andinrazisyah07@gmail.com

Keywords:

*off air program;
listener satisfaction;
interactivity;
innovation;
digital media*

Kata Kunci:

Program off air;
Kepuasan pendengar;
Interaktivitas;
Inovasi;
Media digital

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of various indicators of off air programs, such as content quality, interactivity, availability of information, suitability of time, and creativity and innovation on indicators of listener satisfaction which include length of listening, listener retention rate, interaction on social media, ratings and reviews, as well as listener participation in the program. The research method used is a quantitative method with a survey approach. Data was collected through a questionnaire distributed to loyal listeners of one of the local radio stations. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the relationship and influence between the independent variable (off air program indicator) and the dependent variable (listener satisfaction indicator). This research involved a sample of 150 respondents who were selected using purposive sampling techniques. The research results show that all off air program indicators have a positive and significant influence on listener satisfaction, although the level of influence varies. Indicators of content quality and creativity and innovation have the greatest influence on listening time and listener retention rates. In addition, interactivity in off air programs contributes significantly to interactions on social media and participation in events. These results show that well-designed off-air programs can increase listener loyalty and strengthen the relationship between radio and its audience. The conclusion of this research is that off air programs are a strategic element in increasing radio listener satisfaction. The implication of this research is the importance of radio stations continuing to innovate and paying attention to audience needs and preferences in designing off air programs. In this way, radio can remain relevant amidst the challenges of the digital era.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh berbagai indikator program off air, seperti kualitas konten, interaktivitas, ketersediaan informasi, kesesuaian waktu, serta kreativitas dan inovasi terhadap indikator kepuasan pendengar yang meliputi lama mendengar, tingkat retensi pendengar, interaksi di media sosial, rating dan review, serta partisipasi pendengar dalam acara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pendengar setia salah satu stasiun radio lokal. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan

dan pengaruh antara variabel independen (indikator program off air) dengan variabel dependen (indikator kepuasan pendengar). Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator program off air memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pendengar, meskipun tingkat pengaruhnya bervariasi. Indikator kualitas konten dan kreativitas serta inovasi memiliki pengaruh terbesar terhadap lama mendengar dan tingkat retensi pendengar. Selain itu, interaktivitas dalam program off air berkontribusi signifikan terhadap interaksi di media sosial dan partisipasi dalam acara. Hasil ini menunjukkan bahwa program off air yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan loyalitas pendengar dan memperkuat hubungan antara radio dan audiensnya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah program off air merupakan salah satu elemen strategis dalam meningkatkan kepuasan pendengar radio. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya stasiun radio untuk terus berinovasi dan memperhatikan kebutuhan serta preferensi audiens dalam merancang program off air. Dengan demikian, radio dapat tetap relevan di tengah tantangan era digital.

A. PENDAHULUAN

Radio telah lama menjadi salah satu media komunikasi yang berperan penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan program-program edukasi kepada masyarakat. Namun, seiring perkembangan era digital, tantangan baru muncul yang memengaruhi eksistensi radio. Perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital dan media sosial untuk mendapatkan berita dan hiburan menjadi salah satu isu utama. Kehadiran layanan streaming musik, podcast, dan berbagai platform audio digital lainnya semakin memperketat persaingan, mendorong radio untuk beradaptasi dengan inovasi teknologi agar tetap relevan (Hadi, Wahjudianata, & Indrayani, 2021).

Media sosial, yang awalnya dipandang sebagai ancaman, sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis untuk memperkuat eksistensi radio. Dengan memanfaatkan platform media sosial, stasiun radio dapat menjangkau audiens yang lebih luas, membangun interaksi yang lebih erat dengan pendengar, serta mendistribusikan konten secara lebih efektif. Selain itu, program off air seperti event, konser, dan promosi di luar siaran reguler juga berpotensi memberikan dampak positif. Program-program ini mampu memperkuat identitas merek, membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi pendengar.

Studi kasus yang relevan adalah Radio Kalaweit, yang berhenti mengudara pada tahun 2022 setelah 19 tahun beroperasi. Keputusan tersebut didorong oleh ketidakmampuan menerapkan konvergensi media secara konsisten, meskipun upaya telah dilakukan untuk menggabungkan siaran radio dengan platform digital seperti YouTube (Wati, 2022). Fenomena ini menyoroti pentingnya strategi adaptif dalam menghadapi perubahan lanskap media.

Sebaliknya, Radio Insania Makassar menunjukkan bagaimana program siaran yang berfokus pada konten pendidikan, kebudayaan, dan berita aktual dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan. Dengan memanfaatkan media sosial dan menyelenggarakan program-program off air, radio ini berhasil membangun

loyalitas pendengar sekaligus menjaga relevansinya sebagai medium komunikasi yang vital (Nur, 2023; Insania FM Radio Network, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana media sosial dan program off air memengaruhi eksistensi radio. Dengan memahami pengaruh kedua faktor ini terhadap perilaku pendengar, preferensi audiens, dan strategi pemasaran, diharapkan dapat dirumuskan rekomendasi untuk mendukung keberlanjutan radio di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan dalam membantu stasiun radio beradaptasi terhadap tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi digital.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang diteliti melalui data numerik. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan karakteristik populasi atau fenomena tertentu tanpa meneliti hubungan sebab-akibat. Dalam penelitian ini, data kuantitatif dikumpulkan untuk menganalisis persepsi pendengar Radio Insania FM Makassar terkait program off-air dan sosial media yang mereka gunakan. Pendekatan ini relevan karena mampu memberikan temuan yang terukur dan objektif dalam menjawab pertanyaan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden sebagai sumber data primer, serta kajian pustaka untuk melengkapi data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pendengar Radio Insania FM Makassar yang berjumlah 18.639 orang. Sampel diambil menggunakan teknik simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 pendengar. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22. Teknik analisis data meliputi uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan maupun parsial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

a. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur ketepatan dan ketepatan suatu instrumen ujian. Biasanya uji signifikansi digunakan untuk mengetahui benar atau tidaknya suatu item. Berdasarkan gambaran di atas, maka perlu dilakukan uji legitimasi terhadap setiap variabel yang digunakan dalam pengujian spekulasi. Dengan cara ini, pengujian legitimasi untuk sosial media dan program off air terhadap kepuasan pendengar akan disajikan pada tabel terlampir:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Validity			
	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Sosial	X1.	0.8	0,1	Valid

Media (X1)	1	90	95	
	X1.	0.8		Valid
	2	90		
	X1.	0.8		Valid
	3	59		
	X1.	0.9		Valid
	4	05		
	X1.	0.9		Valid
	5	48		
	X1.	0.9		Valid
Progra m off air (X2)	6	58	0,1 95	
	X1.	0.9		Valid
	7	24		
	X1.	0.8		Valid
	8	92		
	X1.	0.9		Valid
	9	45		
	X1.	0.9		Valid
	10	26		
	X2.	0.9		Valid
1	17			
X2.	0.9	Valid		
2	54			
X2.	0.9	Valid		
3	39			
X2.	0.9	Valid		
4	58			
X2.	0.9	Valid		
5	44			
X2.	0.9	Valid		
6	75			
X2.	0.9	Valid		

	7	32		
	X2.	0.9		
	8	70		Valid
	X2.	0.9		Valid
	9	42		Valid
	X2.	0.9		
	10	37		
Kepuasan pendengar (Y)	Y1	0.9 71	0,1 95	Valid
	Y2	0.9 71		Valid
	Y3	0.9 80		Valid
	Y4	0.9 20		Valid
	Y5	0.9 43		Valid
	Y6	0.9 61		Valid
	Y7	0.9 75		Valid
	Y8	0.9 68		Valid
	Y9	0.9 34		Valid
	Y10	0.9 62		Valid

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua item variabel X1 (sosial media), X2 (program off air) dan Y (kepuasan pendengar) pernyataan valid karena nilai R hitung lebih besar dari pada R tabel

2. Uji Realibilitas

Mengidentifikasi instrumen yang andal yang dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut akan menghasilkan data yang

andal. Jika suatu instrumen mempunyai nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 maka dianggap reliabel.

Tabel 2 Uji Realibilitas

Variabel	Validity				
	Ket	CA. Parsial	Cronbach's Alpha	Ket	
Sosial media (X1)	Valid	0.976	0.978	Reliabel	
	Valid	0.976		Reliabel	
	Valid	0.978		Reliabel	
	Valid	0.976		Reliabel	
	Valid	0.974		Reliabel	
	Valid	0.973		Reliabel	
	Valid	0.975		Reliabel	
	Valid	0.976		Reliabel	
	Valid	0.974		Reliabel	
	Valid	0.975		Reliabel	
	Valid	0.986		0.987	Reliabel
	Valid	0.985			Reliabel
	Valid	0.986			Reliabel
	Valid	0.986			Reliabel
Valid	0.986	Reliabel			

	id	85		bel
	Val	0.9		Relea
	id	85		bel
	Val	0.9		Relea
	id	84		bel
	Val	0.9		Relea
	id	86		bel
	Val	0.9		Relea
	id	84		bel
	Val	0.9		Relea
	id	86		bel
	Val	0.9		Relea
	id	86		bel
	Val	0.9		Relea
Kepuasan pendengar (Y)	id	88	0.990	bel
	Val	0.9		Relea
	id	88		bel
	Val	0.9		Relea
	id	88		bel
	Val	0.9		Relea
	id	90		bel
	Val	0.9		Relea
	id	89		bel
	Val	0.9		Relea
	id	88		bel
	Val	0.9		Relea
	id	88		bel
	Val	0.9		Relea
	id	90		bel
	Val	0.9		Relea
id	88	bel		

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Dari hasil olah data diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alphavariabel* X1 adalah 0,978, X2 adalah 0,987 dan variabel Y adalah 0,990. Nilai ini lebih besar dari 0,60. Hal ini diharapkan dapat diandalkan karena memiliki nilai *Cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan sebagai alat estimasi instrumen.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Kriteria pengambilan keputusan dengan uji statistik *Kolmogorov- Smirnov*, yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 artinya data berdistribusi normal dan jika nilai signifikansi < 0,05 artinya data tidak berdistribusi normal.

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandar dized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std.		1.3428112
	Deviation		.8
Most Differences	Extreme	Absolute	.352
		Positive	.352
		Negative	-.308
Test Statistic			.352
Asymp. Sig. (2-tailed)			.599 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Berdasarkan hasil pengujian dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,599^c lebih besar dari 0,05. Karena nilai signifikansi lebih besar dari pada *alpha*, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel bebas atau lebih dalam persamaan regresi terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas. Asumsi model linier klasik adalah tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel yang menjelaskan. Jika nilai *Tolerance* > 0,100 dan *VIF* < 10,00 berkesimpulan tidak terjadi gejala multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* < 0,100 dan *VIF* > 10,00 berkesimpulan terjadi gejala multikolinieritas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sosial media (X1)	.560	7.867
	Program off air (X2)	.560	7.867
a. Dependent Variable: Kepuasan pendengar (Y)			

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari sosial media dan rogram off air adalah 0.560 yang berarti lebih dari 0.100 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 7.867 yang berarti kurang dari 10.00. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Kriteria pengujiannya yaitu, jika nilai signifikansi (>0,05) maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisita. Dan jika nilai signifikansi (<0,05) maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisita. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandar dized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Const ant)	.1 80	.684		.26 3	.793
TotalX 1	.3 09	.067	1.783	4.5 84	.100
TotalX 2	- .301	.067	-1.753	- 4.507	.100

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat nilai signifikansi dari variable (X₁) yaitu 0,100 yang berarti > 0,05 dan variable (X₂) yaitu 0,100 yang berarti > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut ini adalah hasil perhitungan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 22.

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardi zed Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Si g.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Const ant)	.1 67	.831		.201	.8 41
TotalX1	.1 69	.082	.167	2.063	.0 42

TotalX2	.8			10.13	.0
	23	.081	.819	6	00

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS 22, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 0.167 + 0.169X_1 + 0.823X_2$$

Hasil dari analisis tersebut dituangkan ke dalam penjelasan berikut.

- 1) Nilai a sebesar 0.167 yang merupakan konstanta menunjukkan bahwa apabila variabel sosial media (X1) dan variabel program off air (X2) bernilai 0 (nol) maka kepuasan pendengar akan konstan sebesar 0.167 atau bernilai positif.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel sosial media (X1) sebesar 0.169 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel sosial media akan meningkatkan kepuasan pendengar sebesar 0.169, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai ini juga signifikan dengan nilai t sebesar 2.063 dan *p-value* sebesar 0.042 (lebih kecil dari 0.05), yang menunjukkan bahwa variabel sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pendengar.
- 3) Koefisien regresi untuk variabel program off air (X2) sebesar 0.823 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel program off air akan meningkatkan kepuasan pendengar sebesar 0.823, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai ini juga signifikan dengan nilai t sebesar 10.136 dan *p-value* sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05), yang menunjukkan bahwa variabel program off air memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pendengar.

Uji Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan perhitungan data dengan menggunakan SPSS 22 pada tabel 4.7 diperoleh nilai koefisien determinasi atau *R Square* = 0.965 berarti model regresi menjelaskan 96.5% dari variabilitas dalam data sedangkan sisanya 3.5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat pada model dalam penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan. Dalam konteks regresi linier, nilai *R Square* yang tinggi (mendekati 1) menunjukkan bahwa model sangat cocok dengan data observasi.

Tabel 4.7 Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.982 ^a	.965	.964	1.357

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh sosial media dan program off air terhadap kepuasan pendengar. Digunakan untuk menguji derajat kebermaknaan variabel dengan menguji model:

- a) Variabel X dan variabel Y mempunyai hubungan yang signifikan jika t hitung lebih besar dari t tabel atau Ho diterima.
- b) Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel, maka Ho ditolak atau variabel X tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel Y.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis SPSS 22 adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.167	.831		.201	.841
TotalX1	.169	.082	.167	2.063	.042
TotalX2	.823	.081	.819	10.136	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Output data SPSS versi 22, 2024

Mengingat hasil pengujian untuk menguji pengaruh sosial media dan program off air terhadap kepuasan pendengar dengan menggunakan pengukuran uji t, diperoleh:

- a) Pada nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 2.063 maka dapat diputuskan untuk menolak H_0 dengan signifikansi $0,042 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa variabel sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pendengar.

Pada nilai t_{tabel} sebesar 1,660 maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 10.136 maka dapat diputuskan untuk menolak H_0 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menjelaskan bahwa variabel program off air berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pendengar.

Pembahasan

Media sosial menjadi alat komunikasi modern yang menjembatani interaksi antara stasiun radio dan pendengarnya. Studi menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan keterlibatan pendengar melalui fitur interaktif seperti umpan balik, polling, dan kuis, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka. Hasil uji regresi pada penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pendengar dengan koefisien regresi 0.169 dan nilai signifikansi 0.042 (<0.05). Hal ini mendukung pandangan bahwa media sosial yang dikelola secara baik mampu memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiensnya melalui komunikasi dua arah yang lebih efektif.

Program off-air, seperti konser mini, seminar, dan acara komunitas, menciptakan pengalaman langsung yang unik bagi pendengar. Analisis menunjukkan bahwa program off-air memiliki pengaruh lebih dominan dibandingkan media sosial, dengan koefisien regresi 0.823 dan nilai signifikansi 0.000 (<0.05). Program ini membangun kedekatan emosional dan rasa memiliki yang kuat di antara pendengar, sehingga meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan radio. Acara yang melibatkan interaksi langsung antara penyiar dan pendengar menciptakan momen yang sulit ditiru oleh media digital lain, membuat kegiatan off-air menjadi elemen kunci dalam strategi keterlibatan audiens.

Integrasi antara media sosial dan program off-air menciptakan sinergi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pendengar. Media sosial berfungsi sebagai platform promosi dan dokumentasi acara off-air, sementara program off-air menghadirkan pengalaman nyata yang memperkuat hubungan emosional. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel ini secara simultan memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pendengar. Pendekatan multikanal ini, yang menggabungkan media digital dan acara langsung, terbukti efektif dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens, sebagaimana berhasil diterapkan oleh Radio Insani FM.

D. SIMPULAN

Kesimpulannya, media sosial dan program off-air memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pendengar, baik secara individu maupun simultan. Media sosial memungkinkan interaksi dua arah yang meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pendengar, sementara program off-air memberikan pengalaman langsung yang

menciptakan kedekatan emosional. Kombinasi keduanya menghasilkan sinergi yang lebih besar, di mana media sosial berperan sebagai alat promosi dan dokumentasi untuk program off-air, sehingga memperkuat dampak positif terhadap kepuasan pendengar. Strategi ini menunjukkan bahwa pendekatan multikanal, yang mengintegrasikan interaksi digital dan pengalaman langsung, merupakan cara efektif untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens.

REFERENSI

- Ahmad, 2013. *Dinamika Komunikasi Islami di Media Online*. (Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 11, Nomor 1.
- Ahmad. (2013). *Dinamika Komunikasi Islami di Media Online*. . *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 11, Nomor 1*.
- Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar. *Mediator, 9(2), Terakreditasi Dirjen Dikti SK No. 56/DIKTI/Kep/2005*, 301-316.
- Amie, A. Y., Nuryatin, A., & Haryati, N. (2014). Interaksi Simbolik Tokoh Dewa Dalam Novel Biola Tak Beradawai Karya Seno Gumira Ajidarma: Kajian Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead. *Jurnal Sastra Indonesia. 3(1)*, 1-6.
- Anggraeni, D., Samad, A., & Sonni, A. F. (2022). Pengaruh Iklan dan Program Acara Terhadap Perilaku dan Minat Beli Pendengar Radio Venus. *Journals of Social, Science, and Engineering, 1(1)*, 10-16.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2015). *Dasar-Dasar Penyiaran : Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta: Kencana.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Heriyanto, Soegiarto, E., & Meikayanti, S. (2020). Pengaruh Program Dialog Interaktif "Halo Kaltim" radio Republik Indonesia Terhadap Tingkat Kepuasan Pendengar. *Dedikasi, 21(2)*, 61-74.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Analsis Multivaritae : Dengan program IMB SPSS 25*. Semarang: UNDIP.
- Iskandar, D. (2018). *Konvergensi Media: Perbaruan Ideologi, Politik dan Etika Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kallani, Y., Larasarti, W., & Firdaus, F. (2022). Perubahan Pola Produksi Penyiaran Radio RRI Pro 2 Mataram Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Audiens, 3(3)*, 57-66.
- Khalid. (2019). Potensi Radio dalam Mensiarkan Dakwah Islam. *(Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Volume 9, Edisi 2*.
- Kustiawan, W., Marpaung, D., Syahputra, A., Ulya, A. F., Fauzi, A., & Nadzim, M. (2022). Sejarah Perkembangan Radio. *Jurnal Edukasi Nonformal, 238-243*.
- Kustiawan, W., Padang, A., Amelia, R. N., Al-Ghazali, R., Sugiarto, S., & Siregar, A. F. (2022). Sejarah dan Tantangan Eksistensi Siaran Radio (Broadcasting) Indonesia di Era Digitalisasi. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), 2(2)*, 3104-3113.

- Kustiawan, W., Safitri, A., Sari, I., Puspita, R., & Zahara, S. (2022). Karakteristik Radio. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 3149-3154.
- Lestari, S. S., & Makarim, C. (2021). Hubungan Kualitas Program Siaran Islam Menyapa Dengan Kepuasan Pendengar Pada Radio Bahana Batang Hari Fm Jambi. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 4(2), 46-53.
- Lubis. (2019). Pandangan al-Qur'an Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*.
- Maulana, H. (2021). Onlinization Tafsir: Studi Alquran di Era Disrupsi. *TAJDID Vol. 28, No. 1*, 74-104.
- Nadhiroh, & Novayani, M. E. (2022). Teori Pers Islam dalam Etika Jurnalistik Islami (Kajian Ayat-ayat Suci Al-Qur'an sebagai Pedoman Jurnalisme Damai). *Jurnal Studi Islam dan Sosial Volume 3, Nomor 1*, 39-52.
- Nasor. (1993). *Ilmu Jurnalistik*. Bandar Lampung: Gunung Pesagi.
- Nasrullah, & Khairullah, M. (2019). Pesan al-Qur'an dalam Menyaring Informasi dan Berita Ikhtiar Menciptakan Kerukunan Berbasis Penanggulangan Konten Hoax. *Jurnal Syahadah, Vol. VII*, 32-50.
- Rachmaria, L., & Dewi, Y. R. (2018). Strategi Dan Praktik Konvergensi Media Pada Segmen Makarena Dalam Program Sore Bara Harysa Sebagai Upaya Survival Radio Delta Fm Di Tengah Persaingan Industri Penyiaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi. E, 1(2)*, 233-247.
- Retnaningsih, Y. (2024). *Pengaruh Strategi Pengembangan Program Musik Terhadap Kepuasan Pendengar pada PT. Radio JPI -FM Surakarta*. Surakarta: Skripsi Universitas Sebelas Maret.
- Rusmayanti, F. (2022). Strategi Komunikasi Radio Songgolangit FM dalam menarik minat pendengar Studi Kasus Program Jumat Berkah. *Journal of Communications Studies, 2(1)*, 17-26.
- Sahputra, D. (2020). *Sistem Komunikasi Indonesia dalam Penggunaan Media Massa dan Media Sosial*. Jakarta: Tim Buku Hari Pers Nasional (HPB) Pusat.
- Suskarwati, S. U. (2021). *Radiomorfosis: Transformasi Radio dalam Komunikasi dan Bisnis*. Tangerang: Indigo Media\.
- Wati, L. (2022, 5 12). *Radio Kalaweit Palangkaraya 19 Tahun Mengudara untuk Pelestarian Lingkungan, Kini Pamit Undur Diri*. Dipetik Juni 23, 2023, dari TribunKalteng.com: <https://kalteng.tribunnews.com/2022/05/12>
- Zafirah, A., & Amri, A. (2018). Pengaruh Program "Pecah di OZ" pada Siaran OZ Radio Terhadap Kepuasan Pendengar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 3(3)*, 55-63.