

Penguatan Brand Image Organisasi Melalui Program Siaran Sore Ceria Di Pro 2 Rri Bengkulu

Strengthening Organizational Brand Image Through The Sore Ceria Broadcast Program On Pro 2 Rri Bengkulu

Arini Jusiati ¹, Dilmai Putra ², Martha Heriniazwi Dianthi ³

^{1,2,3}) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Dehasen Bengkulu

^{2,3}) *Institusi/afiliasi*

Email: ¹) Jusiati.arini@gmail.com

How to Cite :

Jusiati. A., Putra. Dianthi.M. H. (2026). Penguatan Brand Image Organisasi Melalui Program Siaran Sore Ceria Di Pro 2 Rri Bengkulu. Journal of Multidisciplinary Research. 2(4).

ARTICLE HISTORY

Received [22 Juni 2026]

Revised [29 Juli 2026]

Accepted [31 Juli 2026]

KEYWORDS

Brand Image, Public Broadcasting,
Radio Program, Youth, Small
Enterprises.

This is an open access article under
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana program siaran Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu berperan dalam memperkuat brand image organisasi Radio Republik Indonesia sebagai lembaga penyiaran publik. Radio sebagai media massa konvensional masih memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi, hiburan, dan edukasi kepada masyarakat, khususnya di tingkat lokal. Namun perkembangan media digital menuntut radio untuk beradaptasi melalui strategi program siaran yang relevan dengan kebutuhan audiens, terutama generasi muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi siaran, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari produser program, penyiar, serta pelaku usaha mikro kecil menengah yang pernah menjadi narasumber dalam program tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model framing yang terdiri dari empat unsur, yaitu pendefinisian masalah, penentuan penyebab masalah, penilaian moral, dan rekomendasi penanganan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Sore Ceria membingkai isu generasi muda dan pelaku usaha lokal dalam konteks pengembangan potensi, kreativitas, dan kemandirian di era digital. Program ini menampilkan narasumber inspiratif, memberikan ruang dialog interaktif, serta menghadirkan solusi praktis terkait pendidikan, motivasi, dan pengembangan usaha. Pendekatan yang dialogis dan konstruktif menjadikan program ini tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pemberdayaan masyarakat. Dengan strategi tersebut, program Sore Ceria berkontribusi dalam membangun citra RRI Bengkulu sebagai lembaga penyiaran publik yang adaptif, edukatif, dan dekat dengan masyarakat lokal.

ABSTRACT

This study aims to analyze how the Sore Ceria broadcast program on PRO 2 RRI Bengkulu contributes to strengthening the organizational brand image of Radio Republik Indonesia as a public broadcasting institution. Radio as a conventional mass media still plays an important role in delivering information, entertainment, and education to society, especially at the local level. However, the development of digital media requires radio institutions to adapt through broadcast program strategies that are relevant to the needs of audiences, particularly young listeners. This research applies a descriptive qualitative approach with data collection techniques including in depth interviews, broadcast observations, and documentation. The research informants consist of the program producer, announcer, and a local small business owner who has participated as a guest in the program. Data analysis was conducted using a framing model consisting of four elements, namely defining problems, diagnosing causes, making moral judgment, and providing treatment recommendations. The findings indicate that the Sore Ceria program frames issues related to youth and local entrepreneurs in the context of developing potential, creativity, and independence in the digital era. The program presents inspirational speakers, provides interactive dialogue opportunities, and delivers practical solutions related to education,

motivation, and business development. Through a dialogic and constructive communication approach, the program functions not only as a source of entertainment but also as a medium for community empowerment. This strategy contributes to shaping the image of RRI Bengkulu as an adaptive, educational, and community oriented public broadcasting institution.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi media masyarakat. Kehadiran berbagai platform digital seperti media sosial, layanan streaming, dan aplikasi berbasis internet telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Meskipun demikian, radio sebagai salah satu media massa konvensional masih memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, terutama pada tingkat lokal. Radio memiliki keunggulan berupa kedekatan dengan audiens, sifatnya yang fleksibel, serta kemampuannya menghadirkan komunikasi yang bersifat personal dan interaktif. Menurut Saputra (2022), radio tetap memiliki relevansi di tengah perkembangan media digital karena mampu menjangkau masyarakat secara cepat serta menghadirkan konten yang sesuai dengan kebutuhan pendengar. Dalam konteks lembaga penyiaran publik, Radio Republik Indonesia memiliki tanggung jawab untuk menyajikan siaran yang tidak hanya bersifat informatif dan menghibur, tetapi juga edukatif serta memberikan manfaat bagi masyarakat. Rachmawati dan Santoso (2024) menyatakan bahwa lembaga penyiaran publik dituntut untuk mampu menyesuaikan strategi komunikasinya agar tetap relevan dengan perkembangan media dan perubahan perilaku audiens. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan program siaran yang menarik, interaktif, serta mampu membangun hubungan emosional dengan pendengar.

Program siaran memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga penyiaran. Program yang dikemas secara kreatif dan relevan dengan kebutuhan audiens dapat memperkuat citra lembaga di mata publik. Menurut Damaz dan Claretta (2024), strategi komunikasi melalui program siaran dapat berkontribusi dalam membangun brand image media, terutama jika konten yang disampaikan mampu memberikan nilai edukasi, hiburan, dan inspirasi bagi audiens. Brand image sendiri merupakan persepsi yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap suatu lembaga atau produk berdasarkan pengalaman, informasi, serta interaksi yang diterima oleh audiens.

RRI Bengkulu sebagai salah satu stasiun Radio Republik Indonesia di daerah memiliki berbagai program siaran yang disesuaikan dengan segmentasi pendengar. Salah satu program yang ditujukan untuk kalangan generasi muda adalah Program Sore Ceria yang disiarkan melalui PRO 2 RRI Bengkulu. Program ini dikemas dalam bentuk dialog interaktif yang menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang seperti mahasiswa berprestasi, komunitas kreatif, serta pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Program ini tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga memberikan informasi dan motivasi kepada pendengar muda mengenai pendidikan, kreativitas, serta pengembangan usaha.

Melalui pendekatan komunikasi yang santai, interaktif, dan inspiratif, Program Sore Ceria berupaya membangun kedekatan dengan audiens sekaligus memperkuat citra RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Program ini juga memberikan ruang bagi pelaku usaha lokal untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat sehingga turut berperan dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Kehadiran program yang melibatkan generasi muda dan pelaku usaha lokal tersebut menunjukkan bahwa radio tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat.

Namun demikian, bagaimana program siaran tersebut mbingkai isu generasi muda dan pelaku usaha lokal dalam upaya memperkuat brand image lembaga penyiaran publik masih perlu dikaji secara lebih mendalam. Analisis terhadap konstruksi pesan yang disampaikan dalam program siaran menjadi penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi media digunakan dalam membentuk persepsi publik terhadap lembaga penyiaran.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Massa dan Media Radio

Komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan kepada khalayak yang luas melalui media massa seperti radio, televisi, surat kabar, dan media digital. Media massa berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, hiburan, pendidikan, serta persuasi kepada masyarakat. Radio sebagai salah satu media massa memiliki karakteristik auditif yang mengandalkan unsur suara dalam penyampaian pesan. Menurut Morissan (2018), radio memiliki keunggulan berupa jangkauan luas, kecepatan penyampaian informasi, serta kedekatan dengan audiens sehingga mampu membangun hubungan emosional dengan pendengar.

Brand Image

Brand image merupakan persepsi atau gambaran yang terbentuk dalam benak masyarakat terhadap suatu merek atau lembaga berdasarkan pengalaman, informasi, serta interaksi yang diterima oleh audiens. Kotler dan Keller (2018) menyatakan bahwa brand image terbentuk melalui asosiasi yang muncul dalam ingatan konsumen terhadap suatu produk atau organisasi. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat loyalitas audiens, serta membantu organisasi mempertahankan eksistensinya dalam persaingan.

Program Siaran Radio

Program siaran merupakan unsur penting dalam kegiatan penyiaran radio karena menjadi media utama dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Program siaran yang dikemas secara kreatif, informatif, dan interaktif dapat menarik minat pendengar serta memperkuat citra lembaga penyiaran. Menurut Morissan (2018), keberhasilan suatu stasiun radio sangat dipengaruhi oleh kualitas program siaran yang disajikan kepada pendengar.

Analisis Framing

Analisis framing merupakan metode analisis media yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengemas dan menyajikan suatu peristiwa atau isu kepada publik. Melalui framing, media dapat menonjolkan aspek tertentu dari realitas sosial sehingga memengaruhi cara masyarakat memahami suatu peristiwa. Entman (1993) menjelaskan bahwa framing terdiri dari empat elemen utama yaitu:

- Define Problem*, yaitu bagaimana media mendefinisikan suatu masalah atau isu.
- Diagnose Causes*, yaitu bagaimana media menentukan penyebab dari suatu masalah.
- Make Moral Judgement*, yaitu bagaimana media memberikan penilaian moral terhadap suatu peristiwa.
- Treatment Recommendation*, yaitu bagaimana media menawarkan solusi atau rekomendasi atas permasalahan yang dibahas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena komunikasi media secara mendalam, khususnya mengenai bagaimana program siaran Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu membingkai isu generasi muda dan pelaku usaha mikro kecil menengah dalam upaya memperkuat brand image organisasi. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Lokasi penelitian dilaksanakan di Radio Republik Indonesia Bengkulu yang beralamat di Jalan S. Parman No. 31 Kota Bengkulu. Penelitian dilakukan pada periode Januari sampai Februari 2026. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan serta keterlibatan langsung terhadap objek penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri dari produser Program Sore Ceria, penyiar PRO 2 RRI Bengkulu, serta pelaku usaha mikro kecil menengah yang pernah menjadi narasumber dalam program tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung pelaksanaan program siaran Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan untuk memperoleh informasi terkait strategi komunikasi, konsep program, serta persepsi terhadap peran program dalam membangun brand image RRI Bengkulu. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa arsip siaran, catatan program, serta dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis framing model Robert N. Entman. Model ini digunakan untuk melihat bagaimana media membingkai suatu isu melalui empat elemen utama yaitu define problem, diagnose causes, make moral judgement, dan treatment recommendation. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola temuan yang diperoleh dari hasil analisis framing terhadap isi program siaran Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menelaah bagaimana Program Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu membingkai isu generasi muda dan pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam kaitannya dengan upaya memperkuat brand image lembaga penyiaran publik. Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan produser program, penyiar PRO 2 RRI Bengkulu, serta pelaku usaha lokal yang pernah menjadi narasumber dalam program tersebut. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terhadap pelaksanaan siaran serta menelaah beberapa dokumentasi program. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Program Sore Ceria dirancang sebagai ruang dialog yang bersifat interaktif dan komunikatif dengan menempatkan generasi muda sebagai fokus utama audiens. Tema-tema yang diangkat dalam program ini berkaitan dengan berbagai isu yang dekat dengan kehidupan anak muda, seperti pendidikan, motivasi berprestasi, kreativitas, hingga pengalaman merintis usaha. Kehadiran narasumber yang berasal dari kalangan mahasiswa berprestasi, komunitas kreatif, maupun pelaku usaha lokal memberikan gambaran bahwa program ini tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga berupaya menghadirkan informasi dan inspirasi bagi pendengar.

Dalam aspek pendefinisian masalah (*define problem*), program Sore Ceria memposisikan generasi muda sebagai kelompok yang memiliki potensi besar tetapi masih membutuhkan ruang ekspresi dan dukungan informasi yang memadai. Melalui format dialog interaktif, penyiar membuka ruang diskusi yang memungkinkan narasumber dan pendengar berbagi pengalaman serta pandangan mengenai berbagai persoalan yang dihadapi generasi muda. Pembahasan yang muncul dalam siaran tidak hanya berkaitan dengan prestasi akademik, tetapi juga mencakup isu sosial, kegiatan komunitas, dan peluang usaha yang dapat dikembangkan oleh anak muda di Bengkulu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro kecil dan menengah menjadi salah satu kelompok yang kerap dihadirkan dalam program ini. Kehadiran pelaku usaha lokal sebagai narasumber memberikan kesempatan bagi mereka untuk memperkenalkan produk maupun jasa yang dimiliki, sekaligus berbagi pengalaman mengenai proses membangun usaha. Bagi pelaku usaha, keterlibatan dalam program siaran radio memberikan manfaat berupa peningkatan visibilitas usaha serta peluang untuk memperluas jaringan dengan masyarakat.

Pada tahap penentuan penyebab masalah (*diagnose causes*), penelitian menemukan bahwa keterbatasan akses promosi dan kurangnya ruang publik yang memberikan perhatian terhadap potensi generasi muda menjadi salah satu latar belakang pengangkatan tema-tema dalam program siaran. Banyak pelaku usaha lokal yang mengalami kesulitan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas, terutama pada tahap awal pengembangan usaha. Situasi serupa juga dialami oleh generasi muda yang memiliki potensi dan prestasi, tetapi belum mendapatkan ruang publik yang cukup untuk menampilkan karya dan pencapaiannya. Program Sore Ceria mencoba merespons kondisi tersebut dengan menghadirkan ruang komunikasi yang mempertemukan berbagai pihak, mulai dari mahasiswa, komunitas kreatif, hingga pelaku usaha lokal. Dalam beberapa episode yang diamati, penyiar memberikan kesempatan kepada narasumber untuk menceritakan perjalanan mereka dalam meraih prestasi atau membangun usaha. Cerita yang disampaikan tidak hanya berisi pengalaman keberhasilan, tetapi juga berbagai tantangan yang dihadapi selama proses tersebut.

Dalam aspek penilaian moral (*make moral judgement*), narasi yang muncul dalam program ini cenderung menonjolkan nilai kerja keras, kreativitas, serta semangat kemandirian. Generasi muda dan pelaku usaha lokal ditampilkan sebagai individu yang mampu menciptakan peluang serta memberikan kontribusi positif bagi lingkungan sekitarnya. Penyiar juga kerap memberikan apresiasi terhadap usaha dan prestasi yang telah dicapai oleh narasumber. Bentuk apresiasi tersebut muncul melalui pilihan kata yang digunakan dalam dialog maupun respons terhadap cerita yang disampaikan oleh narasumber. Nilai-nilai yang disampaikan dalam program ini tidak bersifat menghakimi atau menyudutkan pihak tertentu. Pembahasan yang berlangsung dalam siaran lebih menekankan pada upaya mencari inspirasi dan pembelajaran dari pengalaman narasumber. Pendekatan komunikasi yang digunakan penyiar juga bersifat santai dan dialogis sehingga menciptakan suasana percakapan yang akrab antara penyiar, narasumber, dan pendengar. Pada tahap rekomendasi penanganan (*treatment recommendation*), program Sore Ceria menghadirkan berbagai gagasan yang berkaitan dengan pengembangan potensi generasi muda serta peningkatan kapasitas pelaku usaha lokal. Narasumber yang dihadirkan dalam program sering membagikan pengalaman mengenai strategi membangun usaha, cara memanfaatkan media digital untuk promosi, serta pentingnya membangun jejaring dengan komunitas maupun lembaga lain. Selain melalui dialog di studio, RRI Bengkulu juga memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan program. Siaran tidak hanya dapat didengarkan melalui radio konvensional, tetapi juga melalui aplikasi RRI Digital serta siaran langsung pada platform media sosial. Kehadiran

platform digital ini memungkinkan program Sore Ceria menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang terbiasa mengakses informasi melalui internet.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan dalam program Sore Ceria menekankan interaksi dan partisipasi audiens. Penyiar tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator dialog antara narasumber dan pendengar. Pola komunikasi seperti ini membantu menciptakan kedekatan antara RRI Bengkulu dengan masyarakat, terutama dengan kalangan generasi muda. Program ini juga berfungsi sebagai ruang promosi bagi pelaku usaha lokal yang sedang mengembangkan usahanya. Melalui siaran radio, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, menjelaskan konsep usaha, serta berbagi pengalaman mengenai proses pengembangan bisnis. Kehadiran pelaku usaha sebagai narasumber memberi dimensi baru dalam program siaran karena mempertemukan unsur hiburan, edukasi, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam satu ruang komunikasi yang sama. Pengemasan pesan yang bersifat inspiratif dan komunikatif memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra lembaga penyiaran. RRI Bengkulu dipersepsikan sebagai media yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk berbagi pengalaman, menampilkan potensi lokal, serta memperluas akses informasi bagi generasi muda dan pelaku usaha.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Program Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu memiliki peran dalam membentuk konstruksi pesan yang berkaitan dengan pemberdayaan generasi muda dan pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Pola penyajian pesan yang muncul dalam program tersebut dapat dipahami melalui perspektif analisis framing yang dikemukakan oleh Entman. Dalam kerangka tersebut, media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga melakukan proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas sosial sehingga memengaruhi cara audiens memahami suatu isu. Pada tahap pendefinisian masalah, Program Sore Ceria menempatkan generasi muda sebagai kelompok yang memiliki potensi besar namun masih membutuhkan ruang untuk menampilkan kreativitas dan prestasi. Tema-tema yang diangkat dalam program sering kali berkaitan dengan pengalaman belajar, aktivitas komunitas, maupun proses membangun usaha. Penempatan isu tersebut menunjukkan bahwa program siaran tidak sekadar berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memberikan perhatian terhadap dinamika sosial yang dihadapi generasi muda. Hal ini sejalan dengan pandangan Entman yang menjelaskan bahwa proses framing diawali dengan cara media menentukan isu mana yang dianggap penting untuk disampaikan kepada publik.

Dalam tahap penentuan penyebab masalah, program Sore Ceria mengaitkan berbagai persoalan generasi muda dan pelaku usaha lokal dengan keterbatasan ruang publik yang dapat menampilkan potensi mereka. Banyak generasi muda yang memiliki prestasi atau karya kreatif, tetapi belum memiliki akses yang luas untuk memperkenalkan pencapaiannya kepada masyarakat. Situasi serupa juga dialami oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang membutuhkan media untuk memperkenalkan produk dan membangun kepercayaan konsumen. Melalui program siaran ini, radio berfungsi sebagai medium yang mempertemukan pelaku usaha, komunitas, serta masyarakat dalam satu ruang komunikasi.

Penilaian moral yang muncul dalam program ini memperlihatkan kecenderungan narasi yang menonjolkan nilai positif seperti kerja keras, kreativitas, dan kemandirian. Generasi muda dan pelaku usaha lokal dipresentasikan sebagai individu yang mampu menciptakan peluang serta memberikan kontribusi terhadap lingkungan sekitarnya. Pendekatan ini menunjukkan bahwa program siaran berupaya membangun persepsi positif terhadap kelompok tersebut. Pilihan narasi seperti ini dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi media dalam membangun citra lembaga penyiaran publik yang mendukung pengembangan potensi masyarakat. Pada tahap rekomendasi penanganan, program Sore Ceria tidak hanya menyajikan cerita pengalaman narasumber, tetapi juga menghadirkan berbagai gagasan yang berkaitan dengan pengembangan diri dan penguatan usaha. Narasumber yang hadir sering membagikan pengalaman mengenai proses merintis usaha, strategi memanfaatkan media digital, serta pentingnya membangun jaringan dengan komunitas maupun lembaga lain. Dialog yang berlangsung dalam program memberikan peluang bagi pendengar untuk memperoleh pengetahuan praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa program siaran radio dapat menjadi sarana komunikasi yang mendukung pembentukan citra lembaga penyiaran. Dalam konteks brand image, citra lembaga tidak hanya dibangun melalui identitas institusi, tetapi juga melalui konsistensi pesan yang disampaikan kepada publik. Program yang menghadirkan konten inspiratif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat berpotensi membentuk persepsi positif terhadap lembaga penyiaran. Melalui pengemasan pesan yang komunikatif serta melibatkan berbagai elemen masyarakat, RRI Bengkulu memperlihatkan upaya untuk menempatkan dirinya sebagai media publik yang dekat dengan komunitas lokal.

Penggunaan platform digital seperti aplikasi RRI Digital dan siaran melalui media sosial juga menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Kehadiran platform tersebut memungkinkan program Sore Ceria menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang memiliki kebiasaan mengakses informasi melalui internet. Integrasi antara siaran radio konvensional dan media digital membuka peluang bagi lembaga penyiaran untuk mempertahankan relevansinya di tengah perubahan pola konsumsi media. Pola komunikasi yang interaktif dalam program ini memperlihatkan bahwa radio masih memiliki kemampuan untuk membangun hubungan dengan audiens. Penyiar tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator dialog yang menghubungkan narasumber dan pendengar. Interaksi tersebut menciptakan ruang partisipasi yang memungkinkan audiens terlibat dalam percakapan yang berlangsung di udara.

Keberadaan pelaku usaha lokal sebagai narasumber juga memberikan dimensi baru dalam program siaran. Kehadiran mereka tidak hanya memperkaya topik pembahasan, tetapi juga memberikan ruang promosi bagi produk atau jasa yang dikembangkan. Bagi pelaku usaha, siaran radio dapat menjadi sarana untuk memperluas jaringan dan memperkenalkan usahanya kepada masyarakat. Situasi ini memperlihatkan bahwa media radio dapat berperan dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui penyebaran informasi dan promosi usaha. Hubungan antara hasil penelitian dan konsep brand image menunjukkan bahwa citra lembaga penyiaran terbentuk melalui pengalaman audiens dalam berinteraksi dengan program siaran. Ketika program yang disajikan mampu memberikan manfaat berupa informasi, inspirasi, maupun ruang partisipasi, maka audiens akan membangun persepsi positif terhadap lembaga yang menyelenggarakan program tersebut. Persepsi tersebut kemudian berkembang menjadi citra yang melekat dalam benak masyarakat. Pembahasan ini memperlihatkan bahwa Program Sore Ceria tidak hanya menjalankan fungsi hiburan, tetapi juga memiliki peran dalam membangun ruang komunikasi yang melibatkan berbagai elemen masyarakat. Kehadiran generasi muda, komunitas kreatif, dan pelaku usaha lokal dalam program tersebut menunjukkan bahwa radio dapat berfungsi sebagai medium yang mempertemukan berbagai pengalaman sosial dalam satu ruang dialog.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Program Sore Ceria di PRO 2 RRI Bengkulu berperan dalam membangun konstruksi pesan yang berkaitan dengan pemberdayaan generasi muda dan pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Melalui pendekatan komunikasi yang interaktif dan dialogis, program ini menghadirkan ruang bagi berbagai pihak untuk berbagi pengalaman, gagasan, serta inspirasi yang relevan dengan kehidupan masyarakat. Tema-tema yang diangkat dalam siaran tidak hanya berkaitan dengan hiburan, tetapi juga menyentuh aspek pendidikan, kreativitas, dan pengembangan usaha. Analisis menggunakan model framing menunjukkan bahwa program ini menempatkan generasi muda dan pelaku usaha lokal sebagai kelompok sosial yang memiliki potensi dan kemampuan untuk berkembang.

Narasi yang muncul dalam program lebih banyak menonjolkan nilai kerja keras, kreativitas, dan semangat kemandirian. Kehadiran narasumber dari kalangan mahasiswa berprestasi, komunitas kreatif, serta pelaku usaha memberikan gambaran mengenai berbagai peluang yang dapat dikembangkan oleh masyarakat, khususnya generasi muda di Bengkulu. Program Sore Ceria juga memperlihatkan peran radio sebagai media yang mampu mempertemukan berbagai pengalaman sosial dalam satu ruang komunikasi. Dialog yang berlangsung antara penyiar, narasumber, dan pendengar membuka kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi sekaligus inspirasi dari pengalaman yang dibagikan.

Pola komunikasi seperti ini membantu membangun kedekatan antara lembaga penyiaran dengan audiens. Kehadiran platform digital seperti aplikasi RRI Digital dan media sosial turut memperluas jangkauan program sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Integrasi antara siaran radio dan platform digital menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Melalui pengemasan pesan yang inspiratif dan komunikatif, Program Sore Ceria berkontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap RRI Bengkulu sebagai lembaga penyiaran publik yang memberikan ruang bagi masyarakat untuk menampilkan potensi dan berbagi pengalaman.

Saran

Pengelola program Sore Ceria diharapkan dapat terus mengembangkan format siaran yang melibatkan berbagai komunitas dan pelaku usaha lokal sehingga program tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat. Kehadiran narasumber dari berbagai latar belakang dapat memperkaya topik pembahasan sekaligus memperluas perspektif yang disampaikan kepada pendengar. RRI Bengkulu juga

dapat meningkatkan pemanfaatan platform digital sebagai bagian dari strategi komunikasi media. Pengembangan konten visual melalui media sosial dan siaran daring dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media digital. Bagi penelitian selanjutnya, kajian mengenai program siaran radio dapat dikembangkan dengan pendekatan yang berbeda, misalnya dengan melihat persepsi audiens terhadap program atau mengkaji strategi komunikasi media dalam konteks lembaga penyiaran publik di daerah lain. Penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai peran media radio dalam membangun hubungan dengan masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sudibyo, Politik Media dan Pertarungan Wacana, (Yogyakarta: LkiS, 2001) hlm 186
- Alex Sobur, Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Simiotik, dan Analisis *framing*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm 162 10
- Asep Syamsul M Romli, 2017. Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio. Bandung: Nuansa Cendekia. Hal 13-14
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Persentase penduduk berumur 10 tahun ke atas yang mendengarkan siaran radio dalam seminggu terakhir*. BPS Statistics Indonesia.
- Damaz, R. C., & Claretta, D. (2024). *Optimalisasi strategi komunikasi Gen 103.1 FM dalam penguatan brand awareness di era digital*. Jurnal Komunikasi Universitas Garut.
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. Journal of Communication, 43(4), 51–58.
- Eriyanto, Analisis *framing*: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media (Yogyakarta : LkiS, 2002), hlm 78
- Fatma Laili Khoirun Nida, Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 2, No.2, (2014), hal. 86 34
- Fauzan, A. (2022). Peran program siaran radio dalam membentuk citra lembaga penyiaran publik. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(1), 33–45.
- GoodStats Data. (2024). *RRI terpilih jadi radio terpopuler Indonesia 2024: pangsa pendengar dan tingkat aktivitas audiens*. GoodStats.id.
- Hafied Cangara, 2010. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal.123.
- Haniva Diana Putri, 2022. *Strategi Radio Elsi FM Bukit Tinggi dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Millenial*. Jurnal Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Harliantara Harley Prayudha dan Andy Rustam M., Radio Is Only Sound Panduan Mengelola Radio Di Era Digital (Jakarta: Broadcastmagz, 2013): hal.49–50.
- Hidayat, D. N. (2020). *Komunikasi massa: Teori dan aplikasi di era digital*. Jakarta: Kencana.
- Ido Prijaya Hadi, Radio Siaran Interaktif dan Layanan Publik (Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019). Hal. 30-31
- Jurnal Khabar. (2024). *Radio RRI sebagai media penyiaran publik yang menyediakan informasi, edukasi, dan hiburan*. Khabar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 6(2), 1–10.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, 260
- Lina Budiarti, 2021. *Asiknya Jadi Penyiar Radio*. Kuningan Jawa Barat: Guepedia. Hal. 11
- Morissan, 2018. *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana. Hal 5-6
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktaviani, R. (2021). Strategi program siaran radio dalam membangun brand image di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 145–156.
- PPID RRI. (2024). *Studi media nasional: jumlah pendengar RRI berdasarkan wilayah (Survei Nielsen)*. Radio Republik Indonesia.
- Priskilla, M., Nugroho, Y., & Cahyo, B. (2025). Transformasi media penyiaran di Indonesia pada era konvergensi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 14(1), 45–60.
- Rachmawati, D., & Afifi, S. (2024). Media publik dan transformasi digital di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 18(2), 101–115.

- Rahmawati, A., & Santoso, B. (2024). Strategi radio lokal dalam mempertahankan audiens muda di era digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 27(1), 33–48.
- Saputra, R. A. (2022). *Transformasi Media Radio di Era Digital: Tantangan dan Strategi Adaptasi*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 11(2), 101-112.
- Sri Ningsih, 2020. *Pengaruh Brand image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Usaha Kuliner Geprek Bensu Jalan Arifin Ahmad No. 14 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*.
- Sudibyo, A. (2018). *Jagat digital: Pembebasan dan penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tiara Zia Nadira, 2024. *Komunikasi Penyiar Dalam Membawakan Program Sore Ceria Di RRI PRO 2 Pekanbaru*.
- Wibisono, H., & Sari, M. (2021). *Peran Program Siaran dalam Membangun Brand image Lembaga Penyiaran Publik*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(1), 23-35.
- Wiratri Anindhita dan Devie Rahmawati, *Prinsip dan Praktik Jurnalisme Radio* (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2022): hal.16.