

Strategi Public Relations Suara Surabaya Untuk Membangun Kepercayaan Audiens Dalam Penyebaran Informasi Publik

Zakya Cahaya Kamila¹, Firman Aero Naradika², Rani Aulia³, Diana Amalia⁴

¹⁻⁴Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur

E-mail: 22043010023@student.upnjatim.ac.id

Abstract

This study examines the Public Relations strategy implemented by Radio Suara Surabaya in building audience trust. The background of the study shows that systematic and quality information can increase audience trust in a company, which is an important indicator of a company's progress. Radio Suara Surabaya, as one of the leading radio stations in Surabaya, has succeeded in building audience trust through fast and accurate information delivery and constructive interaction with listeners. This study uses a qualitative approach with data collection methods in the form of observation and in-depth interviews. The purpose of this study is to determine and explain the Public Relations strategy implemented by Radio Suara Surabaya in building audience trust. This study will specifically examine how the strategy is implemented and what factors support the success of the strategy. The results of the study show that Radio Suara Surabaya's communication strategy includes the use of modern technology and social media to strengthen interaction with the audience. The concept of citizen journalism is also applied, allowing listeners to actively participate in reporting the news. The success of this strategy is supported by the Public Relations team which functions as a communication bridge between the media and the public. This study is expected to contribute to the development of communication science, especially in the field of Public Relations, as well as provide recommendations for other media in building audience trust.

Keywords: Public Relations, Strategy, Audience Trust

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi Public Relations yang diterapkan oleh Radio Suara Surabaya dalam membangun kepercayaan audiens. Latar belakang penelitian menunjukkan bahwa informasi yang sistematis dan berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap perusahaan, yang merupakan indikator penting dari kemajuan perusahaan. Radio Suara Surabaya, sebagai salah satu stasiun radio terkemuka di Surabaya, telah berhasil membangun kepercayaan audiens melalui penyampaian informasi yang cepat dan akurat serta interaksi yang konstruktif dengan pendengar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa observasi dan wawancara mendalam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan strategi Public Relations yang diterapkan oleh Radio Suara Surabaya dalam membangun kepercayaan audiens. Penelitian ini secara spesifik akan mengkaji bagaimana strategi tersebut dijalankan dan faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan strategi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Radio Suara Surabaya mencakup penggunaan teknologi modern dan media sosial untuk memperkuat interaksi dengan audiens. Konsep *citizen journalism* juga diterapkan, memungkinkan pendengar untuk berpartisipasi aktif dalam melaporkan berita. Keberhasilan strategi ini didukung oleh tim Public Relations yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara media dan publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi

bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama di bidang Public Relations, serta memberikan rekomendasi bagi media lain dalam membangun kepercayaan audiens.

Kata Kunci: Strategi, Kepercayaan Audiens, Informasi Publik

Pendahuluan

Informasi yang sistematis, dan berkualitas memiliki potensi untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap perusahaan. Kepercayaan yang ditimbulkan di antara audiens berfungsi sebagai penentu signifikan yang berkontribusi terhadap keberhasilan manajemen perusahaan. Kepercayaan audiens terhadap perusahaan dianggap sebagai indikator penting kemajuan perusahaan. Akibatnya, diperlukan kerangka komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan. Widaningrum berpendapat bahwa kepercayaan publik muncul sebagai akibat dari berbagai faktor yang saling berhubungan, khususnya: kinerja, konsistensi, dan evaluasi publik terhadap perilaku individu sebagaimana dibuktikan oleh ketelitian mereka (Amalia, 2020).

Media juga menjadi peran penting dalam memberikan informasi publik dengan mengutamakan kepentingan publik yang disertai informasi relevan dan akurat, sehingga hal tersebut dapat membantu opini dan sikap publik dalam berbagai kejadian peristiwa. Salah satu media yang menjadi kepercayaan publik dengan memberikan penyebaran informasi yaitu stasiun Radio Suara Surabaya. Suara Surabaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi dengan memiliki banyak segmentasi para pendengar, khususnya di kota Surabaya. Radio Suara Surabaya (SS) adalah salah satu dari sedikit stasiun radio swasta yang masih beroperasi yang telah memberikan kepercayaan audiensnya dengan memberikan informasi yang lebih cepat dan terkini. Fakta bahwa pendengarnya merasa lebih nyaman melaporkan kejadian yang mereka temui langsung ke radio Suara Surabaya merupakan bukti keberadaan stasiun tersebut. Peristiwa yang diberitakan berupa berita lalu lintas, kerugian, atau pemberitaan mengenai PDAM dan PLN jika terjadi pemadaman listrik atau gangguan pasokan air. Hal tersebut dapat menjadi salah satu kekuatan suara surabaya dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui informasi publik.

Radio Suara Surabaya memiliki format radio interaktif, berita, solusi, dan informasi. Selain itu, radio Suara Surabaya juga menyediakan live streaming berbasis internet sehingga kita tidak terkendala waktu dan ruang dalam mendengarkan dan belajar dari live streaming

tersebut. Radio Suara Surabaya menggunakan media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter untuk mengoptimalkan konvergensi media. Setiap tahunnya, Radio Suara Surabaya menyelenggarakan berbagai acara sebagai bagian dari program promosinya yang mampu menarik banyak penonton. Jazz Traffic Festival, misalnya, telah diadakan setiap tahun sejak pertama kali Suara Surabaya didirikan dan merupakan acara yang wajib tidak boleh terlewatkan, sedangkan Suara Surabaya Economic Forum dan Surabaya Urban Culture Festival sama-sama bertujuan untuk meningkatkan brand image (A. Putri, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi public relation yang diterapkan oleh Suara Surabaya dalam membangun kepercayaan audiens. Secara spesifik, penelitian ini akan mengkaji bagaimana strategi public relation Suara Surabaya dalam membangun kepercayaan audiens, serta faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan strategi tersebut. Dengan memahami strategi yang dilaksanakan oleh Suara Surabaya, diharapkan penelitian ini bisa berkontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, terkhusus di bidang public relations, dan juga memberikan rekomendasi kepada media lain yang akan membangun kepercayaan audiens (Amalia, 2020).

Tinjauan Pustaka

Peran PR

Sebuah perusahaan memerlukan peran *Public Relations* untuk mendukung semua kegiatannya. Fungsi utamanya adalah menjaga dan mempertahankan eksistensi perusahaan itu sendiri. Selain itu, *Public Relations* juga berperan atas pembentukan dan mempertahankan citra yang positif bagi perusahaan di hadapan publik. *Public Relations* memiliki peran yang cukup penting dalam membangun kepercayaan audiens, menjaga image perusahaan, dan memastikan informasi penting dapat tersampaikan secara optimal. Keberhasilan dari *Public Relations* mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Dengan cara membangun hubungan baik dengan khalayak, *Public Relations* dapat membantu dalam mencapai tujuan dan mencapai kesuksesan sebuah Perusahaan (LSPR, 2024).

Strategi Public Relations

Public relations merupakan aktivitas yang melibatkan hubungan antara suatu organisasi dengan publiknya yang memiliki tujuan sebagai perencanaan komunikasi, penanganan isu publik, dan citra perusahaan ataupun organisasi. Sebagai seorang public

relations, tentunya memiliki rencana dan usaha dalam keberhasilan untuk mengelola segala aktivitas komunikasi perusahaan, maupun terjadinya kegagalan tindakan komunikasi dari suatu organisasi. Hal ini tentunya dapat memberikan pemahaman bahwa public relations dapat menciptakan komunikasi yang bersifat dua arah dalam penyampaian informasinya secara timbal balik yang disalurkan kepada publiknya (Hasugian, 2020).

Peran PR dalam Penyebaran Informasi Publik

Pada Penyebaran informasi kepada publik, *Public Relations* berperan sangat penting didalamnya. Dalam membangun hubungan dengan publik, *Public Relations* dapat menggunakan berbagai media komunikasi dalam penyebaran informasinya kepada publik. *Public Relations* berperan menjembatani komunikasi antara organisasi dengan masyarakat luas. *Public Relations* dapat menyampaikan informasi penting mengenai program, kebijakan, dan kegiatan organisasi kepada publik. Hal ini dapat membantu menghindari kesalahpahaman dan memastikan informasi yang diterima oleh masyarakat merupakan informasi yang akurat serta dapat dipercaya. Akses terhadap informasi publik harus tersedia bagi masyarakat karena berkaitan dengan hak mereka untuk mengetahui informasi yang disampaikan (Nugraha et al., 2022)

Hubungan *Public Relations* dengan Informasi Publik

Hubungan *Public Relations (PR)* dengan informasi publik merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Informasi publik dapat digunakan sebagai alat *Public Relations* untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Perusahaan dapat menunjukkan komitmennya kepada publik dengan memberikan informasi yang tepat dan transparan. *Public Relations* dapat menjamin informasi publik dikomunikasikan kepada khalayak yang dituju melalui berbagai saluran. *Public Relations (PR)* dan informasi publik memiliki tujuan yang sama, untuk membangun dan mempertahankan hubungan positif antara perusahaan dan audiensnya.

Kepercayaan Audiens Terhadap Informasi Publik Suara Surabaya

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesiapan pelanggan untuk menaruh kepercayaan mereka pada suatu bisnis. Membangun hubungan yang konstruktif dan saling menguntungkan antara pelanggan dan penyedia layanan memerlukan kepercayaan. Kepercayaan ini harus dibangun sejak awal dan dapat dibuktikan, hal itu tidak bisa begitu saja diakui oleh pihak lain atau rekan bisnis. Kepercayaan audiens adalah suatu

sifat kepercayaan yang harus disadari audiens sehubungan dengan objek, atribut, dan keyakinan yang dimiliki audiens terhadap perusahaan, produk, atau layanan yang ditawarkan. Kepercayaan audiens terhadap media Suara Surabaya telah dikenal sebagai satu-satunya media yang tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi saja melainkan solusi terhadap permasalahan sosial oleh audiens. Citizen journalism merupakan sebuah konsep yang dipakai oleh Suara Surabaya yang dapat memberikan pendengar menyampaikan informasi, masalah, keluhan, hingga mendapatkan solusi yang relevan. Hal tersebut tentu menjadi kepercayaan audiens itu sendiri dalam menerima segala informasi dari media Suara Surabaya (R. T. Putri, 2020).

Metode

Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian kualitatif menghasilkan data melalui transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumentasi tertulis. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan metodologis yang digunakan untuk menyelidiki keadaan fenomena alam, dengan peneliti berperan sebagai instrumen utamanya. Penelitian bersifat deskriptif, bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi saat ini tanpa mengkaji korelasi atau teori, dengan tujuan memperoleh data yang bermakna dan mendalam. Metode pengumpulan data dilakukan melalui dua tahap, pertama observasi, dilanjutkan dengan wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan pada tahap kedua. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan paradigma konstruktivisme sosial yang berfokus pada sebuah hasil dari proses sosial di mana individu berinteraksi dengan lingkungan maupun orang lain. Paradigma ini menekankan bagaimana pengaruh aktif pesan-pesan yang disampaikan sebuah media, seperti Suara Surabaya terhadap kepercayaan dan persepsi audiensnya.

Hasil dan Pembahasan

Trust Hingga Makna dari Tagline Suara Surabaya menjadi Strategi Dalam Membangun Kepercayaan Audiens

Radio Suara Surabaya telah resmi berdiri sejak 11 juni 1983, yang saat ini tentunya telah banyak diketahui oleh seluruh masyarakat sebagai stasiun radio berita di Surabaya. Seiring dengan adanya media teknologi yang terus berkembang, aktivitas dalam penyebaran

informasi akan memiliki banyak tantangan besar khususnya dalam melakukan strategi komunikasi. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai kepercayaan audiens dengan Suara Surabaya, sebagai media yang mewadahi audiens untuk berbagi informasi dan berita.

Strategi komunikasi yang dibangun oleh Suara Surabaya menjadi salah satu kekuatan besar dalam membangun sebuah kepercayaan kepada audiens dan pendengar, untuk dapat mengetahui segala informasi yang nantinya akan diberikan kepada mereka. Dalam strategi komunikasi tentunya bertujuan untuk dapat memberikan informasi, dapat memberikan motivasi, mendidik, menyalurkan informasi, dan pembuatan keputusan (Setiawan & Darmastuti, 2021). Dengan adanya tujuan strategi komunikasi, Suara Surabaya akan terus meningkatkan daya tarik dan loyalitas kepada pendengar dalam persaingan media yang semakin ketat di era modern ini.

Trust atau kepercayaan merupakan suatu bentuk awal dalam strategi komunikasi yang telah dibentuk Suara Surabaya, yang berawal dari radio konvensional hingga masuknya telekomunikasi berbasis telepon. Namun, adanya perkembangan dan perubahan teknologi seperti internet dan media sosial. Radio Suara Surabaya tentunya dapat memanfaatkan hal tersebut dengan membangun kepercayaan melalui media interaktif Suara Surabaya. Trust tentunya memiliki dasar atas karakteristik, sifat trustee, hingga faktor institusional (Sirajuddin & Atrianingsi, 2020).

Setelah membangun dan mendapatkan trust atau kepercayaan dari audiens, Suara Surabaya akan terus membangun dan mengoptimalkan teknologi dan media sosial sebagai sarana dari strategi komunikasi. Adanya penggunaan teknologi dapat memberikan pengaruh positif dalam berinteraksi dengan audiens dalam mempertahankan kepercayaan yang ada pada audiens Suara Surabaya. Perkembangan dalam strategi komunikasi tentu harus memerlukan adanya pertimbangan dan situasi yang nantinya dihadapi dalam mencapai perubahan publik (Kurniawan, 2021).

Sesuai dengan tagline Suara Surabaya yaitu News Interaktif dan Solutif, Suara Surabaya tentu akan terus memberikan interaksi bagi audiens dalam menangani laporan berita. News menjadi program Suara Surabaya, Interaktif media dengan audiens, dan Solutif merupakan penyampaian solusi dan informasi yang akan disampaikan kepada pihak yang bersangkutan. Berita informasi kecelakaan, informasi kemacetan lalu lintas, informasi kehilangan, dan lainnya menjadi beberapa contoh news yang dilaporkan oleh audiens kepada Suara Surabaya

untuk disebarluaskan. keberadaan perantara media massa akan memberikan individu dan individu lainnya dapat terus berinteraksi satu sama lain (Salvator & K. Heremba, 2023).

Membangun sebuah kepercayaan audiens tidak hanya ditentukan dari aktivitas strategi komunikasi saja, melainkan juga dapat dibangun dengan adanya tim Public Relations Suara Surabaya. Public Relations dapat membagikan segala kegiatan dan informasi untuk memiliki tujuan bersama (kustiawan, 2023). Namun, Suara Surabaya secara khusus tidak memiliki tim Public Relations, melainkan semua dapat menjadi tim dari Public Relations. Menerapkan berbagai strategi dalam memberikan trust, melakukan interaktif, dan penyampaian solutif, menjadi bentuk dari strategi komunikasi yang telah dibangun oleh Suara Surabaya.

Penyampaian informasi kepada pihak yang berwenang, juga dilakukan oleh Suara Surabaya untuk meneruskan segala informasi yang diberikan audiens dalam membagikan informasi. Memperhatikan kebenaran berita, arus berita yang semakin cepat, dan adanya transparansi merupakan indikasi penting dalam membangun kepercayaan bagi audiensnya (Rahayu Ningrum & Khoiril Mala, 2024). Kepercayaan yang telah dibentuk Suara Surabaya, membuat audiens merasa puas dalam menyampaikan informasinya untuk diberikan solutifnya. Hal tersebut tentunya akan disampaikan oleh Suara Surabaya sebagai media yang interaktif dan solutif dengan memilah banyaknya informasi informasi yang masuk, sehingga dapat memunculkan informasi yang sesuai dan akurat.

Informasi Publik Yang Disampaikan Suara Surabaya Berkontribusi Dalam Membangun Kepercayaan Audiens

Informasi publik yang disampaikan oleh Radio Suara Surabaya berkontribusi signifikan dalam membangun kepercayaan audiens melalui beberapa cara yang terintegrasi dalam praktik jurnalisme dan interaksi dengan masyarakat. Radio Suara Surabaya menerapkan konsep jurnalisme warga, yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam melaporkan berita dan peristiwa di sekitar mereka. Pendengar dapat melaporkan kondisi lalu lintas, keamanan, dan isu-isu lokal lainnya, yang kemudian disiarkan kembali oleh radio. Informasi yang disebarkan oleh Radio Suara Surabaya banyak berasal dari *citizen journalism* yang langsung disebarkan secara realtime namun tetap mengonfirmasi kembali berita agar tidak ada kesalahpahaman saat disebarkan kepada masyarakat (Saifudin, 2020).

Berdasarkan dari apa yang dijelaskan oleh Narasumber bahwa apapun terkait kebijakan, apa yang isu-isu yang ada di pusat. Jadi Radio Suara Surabaya ada reporter yang khusus untuk mendapatkan informasi tersebut. Seperti reporter yang menyebar di kota-kota lain itu tidak bekerja di office. Jadi yang dapat informasi ini pure dari pendengar, Radio Suara Surabaya menyebutnya sebagai *citizen journalism*. Jadi *citizen journalism* ini memang dari pendengar atau jurnalisme warga. Jadi bukan reporter dari Suara Surabaya, dan memang menjadi sukarela dalam pemberian informasi tersebut.

Dengan adanya *citizen journalism* ini tidak hanya memperkaya konten informasi tetapi juga menciptakan rasa kepemilikan di kalangan pendengar terhadap berita yang disampaikan. Dengan melibatkan masyarakat, radio ini memperkuat kepercayaan audiens karena informasi yang diterima dianggap lebih relevan dan akurat.

Cara Suara Surabaya Memastikan Kebenaran Berita Dan Relevansi Informasi Publik Yang Disampaikan

Suara Surabaya sebagai salah satu media penyiaran yang ada di Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kebenaran berita dan relevansi informasi publik yang disampaikan kepada audiens. Dalam konteks jurnalisme modern, informasi dapat dengan mudah tersebar luas melalui berbagai saluran, penting bagi media untuk menjaga akurasi dan integritas berita yang mereka sajikan. Hal ini terutama relevan di tengah maraknya berita hoax dan informasi yang tidak terverifikasi. Suara Surabaya mengimplementasikan berbagai strategi dan prosedur untuk memastikan bahwa setiap berita yang disiarkan memenuhi standar jurnalistik yang tinggi (Aini et al., 2024).

Suara Surabaya melakukan verifikasi faktual terhadap informasi yang diterima, terutama dari laporan masyarakat. Hal ini mencakup pemeriksaan di lapangan untuk memastikan bahwa berita yang disiarkan sesuai dengan kondisi riil. Dewan Pers juga mengawasi dan melakukan verifikasi terhadap Radio Surabaya untuk menjamin bahwa mereka memenuhi standar jurnalistik dan kode etik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Narasumber, bahwasanya Suara Surabaya ini berada di bawah naungan KPID yang apapun itu sama Dewan Pers. Semua konten yang dibuat dan dirilis oleh Suara Surabaya yang berhubungan dengan news sudah dipastikan dapat bertanggung jawab. Karena Suara Surabaya memiliki sertifikasi Dewan Pers.

Radio Suara Surabaya memiliki standar kelayakan berita yang ketat, jadi setiap informasi harus melalui proses seleksi berdasarkan kriteria tertentu. Hal ini termasuk konfirmasi sumber dan relevansi berita sebelum disiarkan. Informasi dari citizen journalism juga harus memenuhi standar tersebut agar dapat diterima dan disiarkan. Jika ada berita yang masih memerlukan verifikasi lebih lanjut, Suara Surabaya mencantumkan penjelasan kepada audiens bahwa informasi tersebut belum sepenuhnya terverifikasi. Setelah verifikasi dilakukan, hasilnya akan diperbarui dalam berita tersebut. Pendengar juga dapat berperan aktif dalam proses verifikasi dengan melaporkan kegagalan atau memberikan umpan balik terkait berita yang disiarkan. Hal ini menciptakan hubungan dua arah antara media dan audiens.

Kerjasama Dengan Instansi Pemerintah Dapat Memperkuat Layanan Publik Yang Kuat

Suara Surabaya aktif menjalin hubungan dengan berbagai organisasi dan media lainnya untuk meningkatkan efektivitas dalam menyebarkan informasi publik. Menurut Narasumber berdasarkan hasil wawancara, Radio Suara Surabaya bersifat lokal untuk penyiaran radio dan tidak didengar secara Nasional. Jika ada event dari eksternal radio Suara Surabaya yang ingin bekerjasama, baik menjadi media partner maupun sponsor iklan, Tim Marketing akan sangat mendukung adanya media partner tersebut dengan tujuan untuk menaikkan brandingnya Suara Surabaya.

Selain kerjasama dengan media partner, Suara Surabaya juga bekerjasama antar instansi. Hal ini juga dapat memberikan citra yang baik bagi instansi tersebut di mata masyarakat karena dapat saling bertukar informasi dengan Suara Surabaya dan saling memberikan dukungan. Informasi dari pihak instansi dapat terjembatani oleh Radio Suara Surabaya dan Radio Suara Surabaya mendapatkan informasi dari instansi untuk disalurkan kepada masyarakat. Terkadang masyarakat memiliki keluhan atau informasi yang ingin disampaikan, kemudian ditanggapi oleh Radio Suara Surabaya dan disalurkan kepada masyarakat luas, sehingga audiens juga dapat mendengar informasi yang disampaikan oleh audiens lainnya.

Radio Suara Surabaya diberikan apresiasi karena dapat merespon dengan cepat keluhan yang disampaikan oleh audiens sehingga dapat segera disampaikan kepada instansi terkait. Untuk sistem kerjasama dengan Radio Suara Surabaya yaitu dengan membuat MoU,

namun jika bekerja sama dengan instansi pemerintah jalannya sudah tidak memakai MoU lagi, namun langsung biasanya dengan *by trust*. Jadi kedua belah pihak saling memberikan dan mendapatkan kepercayaan untuk bekeja sama, misalnya polisi mempercayai kepada pihak Radio Suara Surabaya dan Radio Suara Surabaya juga mempercayai pihak kepolisian maupun dengan instansi lain (Patoppoi, 2024).

Cara bertukar informasi antara Radio Suara Surabaya dengan instansi pemerintah yaitu dengan adanya grup yang berisi Tim On-Air Radio Suara Surabaya dengan perwakilan pihak instansi pemerintah seperti PDAM, PLN, Kepolisian, Command Center, Pemadam Kebaran dan lain sebagainya sehingga pertukaran informasi dapat secara realtime dan dengan cepat ditanggapi oleh Tim On-Air Radio Suara Surabaya.

A. Kerjasama Dengan Lembaga Pemerintah

Suara Surabaya telah menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga seperti Ombudsman Jatim, Komisi Informasi Jatim, dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jatim. Tujuan dari kerjasama ini adalah untuk memperkuat layanan publik dan meningkatkan komunikasi mengenai isu-isu yang relevan bagi masyarakat.

B. Kolaborasi dengan Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG)

Suara Surabaya juga menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) dengan BMKG untuk mendistribusikan informasi terkait cuaca dan kondisi meteorologi kepada masyarakat. Kerja sama ini tidak hanya mencakup informasi cuaca, tetapi juga aspek lain seperti kegempaan dan maritim, yang penting untuk diketahui oleh publik.

C. Suara Surabaya Bekerja Sama Dengan Kepolisian, PDAM, dan Instansi Pemerintah Lainnya

Suara Surabaya bekerja sama dengan kepolisian untuk saling memberikan dan menerima informasi agar dapat disebarkan kepada masyarakat mengenai informasi lalu lintas, kriminalitas dan lain sebagainya. Bekerja sama dengan PDAM untuk menerima dan menyebarkan informasi terkait PDAM kepada masyarakat luas. Radio Suara Surabaya berjasama dalam berbagai aspek untuk meningkatkan penyebaran informasi publik dan menjaga keamanan masyarakat.

Gen Z menjadi Tantangan Suara Surabaya dalam Membangun dan Mempertahankan Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik terhadap Radio Suara Surabaya berasal dari berbagai upaya yang dilakukan stasiun radio ini untuk menjunjung tinggi kebenaran dan integritas informasi yang disebarkannya kepada masyarakat. Radio Suara Surabaya berdedikasi untuk menyediakan sumber informasi yang dapat dipercaya pada saat berita dapat dengan mudah disebarluaskan melalui berbagai platform (Zuhra, 2020). Meskipun kepercayaan publik telah terbangun, namun selalu sulit untuk mempertahankannya dan masih menjadi sebuah tantangan. Tantangan utama yang dihadapi Radio Suara Surabaya adalah regenerasi pendengar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Narasumber, menyatakan bahwa banyak dari pendengar setia mereka berasal dari kelompok usia yang lebih tua, jadi sangat penting untuk menarik perhatian generasi muda, terutama Gen Z, yang biasanya lebih menyukai platform digital daripada radio konvensional untuk menjadi next listener-nya.

Hal ini menandakan bahwa Radio Suara Surabaya menyadari pentingnya memikat perhatian Gen Z untuk menumbuhkan loyalitas mereka sebagai pendengar. Suara Surabaya telah ada sejak lama, mendukung Generasi Y dan bertransisi ke Generasi Z, yang masing-masing mempunyai ciri khasnya masing-masing. Tentu saja, sistem perolehan informasi berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan zaman. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada masa lanjut yang ditandai dengan keterbukaan dan akses informasi yang tidak terbatas. Generasi Z sering disebut sebagai generasi NET. Generasi Z, atau Gen Z, sangat bergantung pada teknologi, mahir memanfaatkan berbagai bentuk informasi, tidak pernah meninggalkan rumah tanpa ponsel pintar, dan selalu terhubung dengan internet. Generasi Z dapat memperoleh informasi apa pun dari perangkat yang mereka miliki (Kristyowati, 2021).

Suara Surabaya menghadapi tantangan signifikan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik, terutama di kalangan Generasi Z. Generasi ini cenderung lebih skeptis terhadap media tradisional dan lebih memilih konten yang cepat dan mudah diakses melalui platform digital (Husna & Mairita, 2024). Oleh karena itu, Suara Surabaya perlu beradaptasi untuk menarik perhatian dan membangun hubungan dengan pendengar muda.

Suara Surabaya menghadapi tantangan besar dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan publik, khususnya di kalangan Generasi Z. Generasi ini lebih kritis terhadap media konvensional dan lebih menyukai konten yang mudah diakses dan dikonsumsi dengan cepat melalui saluran digital (Husna & Mairita, 2024). Oleh karena itu,

Suara Surabaya harus menyesuaikan strateginya untuk menjangkau dan membina hubungan dengan audiens yang lebih muda. Oleh karena itu, Suara Surabaya harus beradaptasi untuk menarik perhatian dan membangun hubungan baik dengan generasi muda atau gen z. Untuk menarik kepercayaan Gen Z, Suara Surabaya menekankan pada kualitas konten. Di zaman yang ditandai dengan informasi yang cepat dan beragam, di mana khalayak memiliki beragam pilihan media, penting bagi Radio Suara Surabaya untuk menyediakan konten yang bersifat instruktif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat (Kumala & Murtadlo, 2024).

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Narasumber dalam wawancara dengan peneliti, bahwa Isi siaran, konten yang ada di online, sosial media itu semuanya harus dipercaya. Misalnya, Di website Suara Surabaya itu paling gak bisa dijadikan rujukan sumber berita. Berdasarkan pernyataan dari wawancara tersebut bahwa Radio Suara Surabaya memiliki komitmen untuk menjaga integritas informasi yang diberikan kepada publik. Mereka sadar bahwa pemberitaan yang tidak akurat dapat merusak kepercayaan dan reputasi khalayak. Selain menyebarkan informasi, stasiun radio ini juga memberikan kesempatan kepada pendengarnya untuk berpartisipasi dalam proses penyampaian berita melalui platform interaktif. Radio Suara Surabaya mampu memperluas audiensnya dan meningkatkan keterlibatan publik dalam citizen journalism dengan menggunakan media sosial dan teknologi.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Radio Suara Surabaya berhasil membangun kepercayaan audiens melalui strategi Public Relations yang efektif dan interaktif. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi modern dan media sosial, serta penerapan konsep jurnalisme warga, menjadi kunci dalam memperkuat hubungan dengan pendengar. Dengan menyediakan informasi yang cepat, akurat, dan relevan, Radio Suara Surabaya tidak hanya berfungsi sebagai penyampai berita tetapi juga sebagai solusi bagi permasalahan masyarakat. Keberhasilan strategi ini didukung oleh tim Public Relations yang berperan aktif dalam menjembatani komunikasi antara media dan publik, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan memenuhi kebutuhan audiens. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Public Relations, dan menawarkan rekomendasi bagi media lain untuk membangun kepercayaan audiens melalui pendekatan yang serupa.

Referensi

- Aini, N., Asy, S., Suyanto, B., Septiani, D., & Wahyudi, I. (2024). *Jurnalisme Warga dalam Strategi Konvergensi Suara Surabaya : Akomodasi Aspirasi atau Aktifitas Buruh Digital?* 8(2). <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/11957>
- Amalia, V. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo). *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 13–23. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>
- Hasugian, G. G. (2020). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Mutu. *Pustaka Komunikasi*, 3(2), 167–178. <http://repository.uin-suska.ac.id/26950/>
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86–100. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>
- Kristyowati, Y. (2021). *Generasi "Z" Dan Strategi Melayaninya*. 02(1), 23–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Kumala, S., & Murtadlo, A. (2024). *STRATEGI RADIO REPUBLIK INDONESIA SURABAYA MENARIK MINAT PENDENGAR DALAM PROGRAM 4 TANJUNG PERAK*. 4(2), 105–114.
- Kurniawan, A. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Radio Andika 105,7 FM Kediri Dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- kustiawan, winda. (2023). Public Relations dalam Program-Program Radio. *Jurnal UIN Sumatera Utara*, 7(2), 8569–8575. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7585/6279>
- LSPR, A. (2024). *Contoh Public Relations: Tugas & Penerapannya - LSPR*. <https://www.lspr.ac.id/contoh-penerapan-public-relations/>
- Nugraha, A. R., Sjoraida, D. F., & Novianti, E. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 286. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.37095>
- Patoppoi, B. (2024). *BMKG Juanda Teken MoU dengan Suara Surabaya untuk Perkuat Distribusi Informasi*. <https://www.suarasurabaya.net/kampoengmedia/2024/bmkg-juanda-teken-mou-dengan-suara-surabaya-untuk-perkuat-distribusi-informasi/>
- Putri, A. (2020). Implementasi Komunikasi Pemasaran Radio Suara Surabaya Dalam Mendapatkan Iklan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Commercium*, 3(2), 1–12.
- Putri, R. T. (2020). Strategi Radio Suara Surabaya Dalam Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Rahayu Ningrum, D., & Khoiril Mala, I. (2024). Strategi Redaksi Dalam Menjaga Keakuratan Dan Kecepatan Berita Di Media Online: Analisis Peran Jurnalis Dalam Meningkatkan Kualitas Berita. *Jurnal Multilingual*, 4(2), 1412–1482. <https://www.>
- Saifudin, W. (2020). *Proses Gatekeeping Radio Suara Surabaya Dalam Menjaga Akurasi Berita Di Tengah Serbuan Hoax*. 1–13. [https://repository.unair.ac.id/97573/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/97573/4/13.BAB_I_PENDAHULUAN .pdf](https://repository.unair.ac.id/97573/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/97573/4/13.BAB_I_PENDAHULUAN.pdf)
- Salvator, M., & K. Heremba, N. (2023). Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Website oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Ngada. *Jurnal Terapan*

- Pemerintahan Minangkabau*, 3(1), 42–55. <https://doi.org/10.33701/jtpm.v3i1.3137>
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(2), 159–174.
- Sirajuddin, S. M., & Atrianingsi, A. . (2020). Kepercayaan Publik (Public Trust) Terhadap E-Government : Studi Kasus Penggunaan E-Mobile BPJS Kesehatan Di Kota Makassar. *Publik (Jurnal Ilmu Administrasi)*, 9(1), 80. <https://doi.org/10.31314/pjia.9.1.80-88.2020>
- Zuhra, W. U. N. (2020). *Pendengar Suara Surabaya Bersatu Tak Bisa Dikalahkan*. <https://tirto.id/pendengar-suara-surabaya-bersatu-tak-bisa-dikalahkan-edmq>