

## KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM ACARA SONAR (*SONG INFORMATION AND REPORTS*) DI RADIO SONORA 93.3 FM BANDUNG

Agustrijanto<sup>1</sup>, Altobeli Lobodally<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis dan Komunikasi, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis  
Jl. Pulomas Selatan Kav.22 Jakarta Timurn 13210  
[agustrijanto@kalbis.ac.id](mailto:agustrijanto@kalbis.ac.id)

Received: 15 January 2021

Revised: 9 March 2022

Accepted: 30 September 2022

**Abstrak:** Peran radio telah mengalami perkembangan dan perubahan yang signifikan. Radio Sonora 93.3 FM Bandung merupakan salah satu radio yang memedulikan kesehatan masyarakat. Pesan-pesan kesehatan disisipkan dalam acara SONAR (*Song Information and Reports*). Melalui acara ini, pendengar bebas terhibur sekaligus teredukasi melalui informasi kesehatan yang disampaikannya. SONAR menjalin kerjasama dengan beberapa rumah sakit ternama di Bandung sehingga informasi yang disampaikan lebih meyakinkan dan menarik. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana radio Sonora mengomunikasikan pesan-pesan kesehatan melalui acara SONAR. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi kesehatan sebagai dasar dan dikembangkan melalui konsep promosi program kesehatan yang menggunakan media radio. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Subyek dalam penelitian ini adalah Radio Sonora. Paradigma penelitian ini menggunakan konstruktivisme dan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program SONAR dilakukan dengan pendekatan persuasif yang mendepankan karakter kepenyiaran. Simpulan dan manfaat penelitian ini adalah pemirsa mendapatkan pengetahuan kesehatan yang lebih baik langsung dari para pakarnya.

**Kata kunci:** komunikasi kesehatan, musik, program radio, promosi, radio

**Abstract:** *The role of radio has undergone significant developments and changes. Radio Sonora 93.3 FM Bandung is a radio that cares about public health. Health messages are inserted in the SONAR (Song Information and Reports) event. Through this event, listeners are free to be entertained and at the same time educated through the health information it conveys. SONAR cooperates with several well-known hospitals in Bandung so that the information conveyed is more convincing and interesting. This study aims to describe how Sonora radio communicates health messages through SONAR programs. This study uses health communication theory as a basis and is developed through the concept of promoting health programs using radio media. The approach used is*

*qualitative research with case study method. The subject of this research is Radio Sonora. This research paradigm uses constructivism and descriptive methods. The results of this study indicate that the SONAR program is carried out with a persuasive approach that emphasizes the character of broadcasting. The conclusion and benefit of this research is that viewers get better health knowledge directly from the experts.*

**Keywords:** *health communication, music, radio program, promotion, radio*

## **PENDAHULUAN**

Sebagian pendengar radio beranggapan bahwa mendengarkan radio adalah untuk kesenangan (Pavitasari et al., 2019, p. 102) dan hiburan. Sebagian yang lain menempatkan radio sebagai sarana memperoleh informasi (Fatmawati & Amirullah, 2019, p. 1). Kondisi ini membuat bisnis radio siaran harus pandai-pandai melihat dan menangkap peluang (Prasetyo, 2019, p. 53). Walau bagaimanapun juga radio merupakan bisnis kreatif terlebih jika di setiap tayangannya terselip beragam informasi mulai dari hiburan, berita hingga gosip.

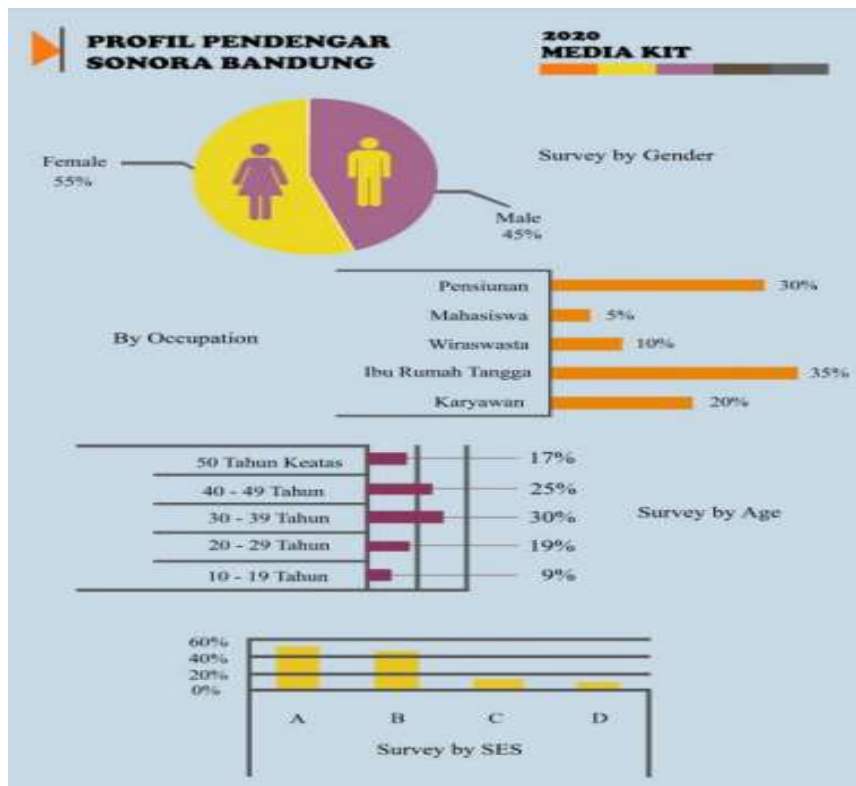
Sonora 93.3 FM di Jalan L.L.R.E. Martadinata No. 46 Bandung merupakan salah satu radio swasta bisnis terkemuka di Bandung yang memiliki beragam acara untuk para pemirsa (*Sonora Bandung*, 2021). Salah satunya adalah SONAR (*Song Information and Reports*) di mana dalam acara ini digagas pula pesan-pesan kesehatan yang disisipkan dalam acara interaktif dialog dan hiburan lagu. Sebagai sebuah acara yang menggabungkan hiburan dengan edukasi kesehatan, SONAR mempunyai tantangan mengomunikasikan komunikasi kesehatan sebagai cara kreatif. Oleh karena itu, SONAR diciptakan manajemen Sonora 93.3 FM untuk mampu merangkul layanan edukasi (Dominica et al., 2021, p. 268) dan topik kesehatan yang dikemas secara ringan. Lebih jauh mengenai slogan Radio Sonora 93.3 FM dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Slogan Radio Sonora 93.3 FM

Dari gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa strategi yang diberlakukan oleh SONAR adalah melibatkan keikutsertaan pihak ketiga dari praktisi/institusi kesehatan sebagai pihak yang aktif dan partisipatif dalam acara SONAR. Narasumber-narasumber dari beberapa rumah sakit terkemuka di Bandung, seperti Boromeus, Santo Yusup, dan Kahuripan juga dilibatkan agar pendengar dapat lebih memahami tujuan acara SONAR sehingga pendengar mendapatkan informasi kesehatan dengan menyenangkan.

Selanjutnya karakteristik audiens atau profil pendengar Sonora dapat dilihat pada gambar 2. Dari keterangan gambar 2 tentang profil pendengar maka dapat dilihat bahwa pendengar terbanyak adalah kelompok ibu rumah tangga dengan anggapan bahwa kaum wanita (ibu rumah tangga) merupakan kelompok yang aktif mendengarkan radio Sonora, terutama partisipasi mereka dalam/ketika menyimak acara SONAR dengan sisipan info-info kesehatan. Dengan jumlah pendengar paling banyak maka wajar kiranya SONAR diarahkan kepada kelompok ibu-ibu terlebih topik-topik kesehatan yang disampaikan merupakan topik yang dekat dengan kehidupan pribadi seperti kesehatan tubuh, makanan minuman, dan lingkungan.



Gambar 2 Profil pendengar Radio Sonora

Berdasarkan penjelasan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut, yaitu bagaimana komunikasi kesehatan dalam acara SONAR (*Song Information and Reports*) di Radio Sonora 9.9 FM dapat disampaikan dengan baik kepada para pemirsanya. Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui komunikasi kesehatan dalam acara SONAR (*Song Information and Reports*) di Radio Sonora 93.3 FM Bandung yang mempromosikan pesan-pesan kesehatan kepada para pendengarnya.

### Kerangka Konseptual

Ilmu komunikasi dalam komunikasi kesehatan telah menjadi kesatuan utama yang saling berkaitan. Komunikasi kesehatan digunakan untuk mempromosikan acara kesehatan seperti di radio (Dwinta et al., 2021, p. 25)

yaitu dengan cara bagaimana tata cara merangkul audiens melalui materi *on air* yang menarik hati dan selalu mudah diingat. Komunikasi kesehatan adalah studi yang mengonsentrasikan tentang bagaimana cara menggunakan strategi komunikasi (khususnya di dunia radio) untuk menyebarkan informasi kesehatan (Prasanti, 2018, p. 54) yang dapat mempengaruhi individu dan komunitas agar pendengar radio dapat mengambil sikap dan keputusan yang berkaitan dengan keputusan yang bijaksana terkait kesehatan. Dalam menyusun strategi komunikasi yang perlu diperhatikan adalah komunikasi komponen dan melihat faktor pendukung dan penghambat pada masing-masing komponen tersebut (Nofrizal & Delliana, 2021, p. 185). Pesan disampaikan secara audio, visual, dan audio visual kepada khalayak yang dituju (Octavia & Fadilla, 2017, p. 203). Dalam hal ini, pesan-pesan kesehatan disampaikan dalam sisipan acara-acara hiburan sehingga pendengar merasa nyaman dan senang. Komunikasi kesehatan adalah komunikasi tentang kesehatan yang direncanakan secara sadar (Yusnita, 2012, p. 1) dan saling mempelajari bagaimana berhubungan dengan orang lain.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi kesehatan yang digagas dalam acara radio harus mampu memberikan perasaan nyaman sekaligus terhibur antara pendengar dengan narasumber dengan penghubung sang penyiar. Pendengar radio dibuat saling percaya dengan penyiarnya (Miniyati, 2017). Tidak heran jika seorang penyiar radio harus mengerti tentang komunikasi antar pribadi dimana dengan suara si penyiar maka setiap pendengar dapat menangkap maksud dan pendengarnya baik secara verbal maupun nonverbal (Retta et al., 2021, p. 1).

Masyarakat umum berpandangan bahwa komunikasi kesehatan adalah semua bentuk komunikasi yang berkaitan dengan dunia kesehatan secara luas, apapun dan bagaimana pun komunikasi tersebut disampaikan. Pesan komunikasi

kesehatan harus direncanakan (Wahyudin, 2017) karena pesan komunikasi (kesehatan) memang harus diproses dan diciptakan. Proses komunikasi kesehatan tidak hanya selesai di titik pesan sudah sampai (*received*) tapi juga harus dipastikan jika pesan komunikasi tersebut diterima (*accepted*) dan direspon sesuai kehendak pengirim pesan (Prasanti & Fitriani, 2017, p. 338). Maka tidak heran jika kredibilitas komunikator dalam acara radio turut menjadi penentu apakah acara radio yang di dalamnya terdapat pesan-pesan komunikasi kesehatan memang layak untuk digaungkan.

### **Komunikasi Massa**

Dalam penelitian ini, radio ditempatkan sebagai bagian dari media massa. Oleh karena itu radio memiliki konsumen tersendiri, tersegmentasi, dan dapat memenuhi beraneka ragam kebutuhan masyarakat mulai dari kebutuhan informasi, hiburan, edukasi, pribadi, dan bermacam kebutuhan lainnya (Ulfa, 2016, p. 207). Radio memiliki karakter yang dapat menyampaikan informasi dengan cepat dan memiliki kelompok pendengar fanatik. Karena kelebihan radio seperti inilah maka radio tetap diminati di tiap generasi bahkan dalam beberapa hal radio dapat menciptakan ketergantungan terhadap masyarakat karena sudah identik dengan karakter dan kebiasaan-kebiasaan.

Beberapa fungsi radio adalah sebagai penerangan yaitu menyampaikan penerangan, informasi tentang banyak hal (Nasor, 2017, p. 107) termasuk pengumuman-pengumuman, kebijakan dari pemerintah, informasi layanan publik hingga informasi kesehatan. Dihubungkan dengan penelitian ini, informasi kesehatan dalam acara SONAR memiliki edukasi tersendiri. Acara SONAR harus mampu radio harus mencerdaskan dan memberi sajian informasi yang luas sesuai kebutuhan masyarakat di bidang kesehatan, sebagai pendidikan yaitu memberikan informasi-informasi pendidikan dengan cara-cara yang kreatif. Edukasi yang dimaksud di sini dapat dikemas dalam berbagai instruksi dengan

tetap mengandung nilai-nilai positif pendidikan, sebagai hiburan (*entertainment*) yaitu kemampuan radio dalam mempersembahkan acara-acara hiburan seperti musik, lagu, lawakan, dan talk show. Di samping itu, radio juga dikenal sebagai salah satu alat komunikasi massa yang mempunyai kemampuan untuk menyebarkan berbagai berita atau informasi. Khusus mengenai peran radio dalam kondisi khusus atau propaganda maka hal ini terjadi di saat situasi genting seperti perang.

Karena karakter radio siaran bersifat auditif (*theatre of mind*) maka radio hanya bisa didengarkan sekaligus harus dibayangkan atau diimajinasikan oleh si pendengarnya. Tidak heran jika acara-acara radio siaran dapat berupa siaran berita, wawancara, editorial udara, reportase langsung dan lain-lain. Dalam hal penyampaian pesan di radio, penyiar *announcer* harus secara cerdas menyuguhkan informasi kepada audiensnya dengan kreativitas tinggi. Ia harus dapat mengharmonisasikan *sound effect*, musik, dan kata-kata sehingga menjadi sangat menarik dan seluruh rangkaian acara dapat berjalan efektif dan efisien.

### **Promosi**

Promosi sering diidentikkan sebagai bagian dari periklanan yakni mengiklankan suatu produk atau merek, menghasilkan laba atau keuntungan dari aktivitas penjualan. Promosi memiliki banyak makna (Agustrijanto, 2019, p. 141). Sebenarnya promosi adalah bagian dari komunikasi juga yang menekankan pada aspek pemasaran dimana informasi ini memang berisi tentang produk atau jasa yang hendak dipromosikannya. Jika ditilik dari struktur pembahasan, promosi adalah usaha sengaja untuk menawarkan kepada pemirsa bidikan agar pirsawan bidikan tersebut bersedia mengikuti tujuan dari promosi tersebut. Dihubungkan dengan upaya-upaya untuk mempromosikan acara program radio maka program radio tersebut memang dipasarkan dengan mengenalkan konsep

dan gagasan promosi yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga dapat dicerna oleh audiensnya.

Pesan-pesan komunikasi kesehatan dapat dipromosikan sebagai proses yang lengkap dimulai dari menginformasikan, membujuk dan memengaruhi agar mau mendengarkan dan menyimak acara radio dengan tema kesehatan. Promosi kesehatan adalah promosi yang berisi konsep, strategi, dan pendekatan yang paling relevan untuk mencapai tujuan promosi itu sendiri (Menawati & Kurniawan, 2015, p. 120). Untuk mencapai promosi kesehatan dikenal lima strategi promosi kesehatan Ottawa (Liliweri, 2013, p. 35) yang dapat diartikan sebagai aksi dan peran komunikasi, membangun mediasi dan advokasi, melakukan reorientasi layanan kesehatan, menciptakan dukungan lingkungan, dan membangun kemampuan personal.

### ***State of The Art***

Penelitian ini menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai berikut penelitian tentang *Pentingnya Komunikasi Dalam Pelayanan Kesehatan Primer* dari Menawati & Kurniawan (2015) lebih menekankan pada promosi kesehatan yang melekat pada pelayanan Kesehatan. Tulisan ini mengulas tentang cara-cara merangkul pelayanan primer dalam mensukseskan promosi kesehatan yang diberikan antara dokter dengan pasiennya. Para dokter diharapkan dapat meminimalisir kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Namun secara teknis, penelitian ini belum dengan spesifik memanfaatkan media radio sebagai sarana edukasi tentang pesan-pesan Kesehatan (Menawati & Kurniawan, 2015).

Penelitian dari Prasanti & Fitriani (2017) dengan judul *Hambatan Komunikasi dalam Promosi Kesehatan Program Keluarga Berencana (KB) (Intra Uterine Device/ alat kontrasepsi dalam rahim/ spiral)* menelaah tentang peran pemerintah dalam melakukan promosi kesehatan program Keluarga Berencana (KB) di desa Cimanggu, Kabupaten Bandung Barat dalam rangka melakukan



promosi kesehatan program KB IUD, termasuk untuk mengetahui hambatan maupun kendalanya dalam mempromosikan IUD. Penelitian menunjukkan hambatan promosi dari aspek pendidikan, budaya, dan psikologis. Dalam penelitian ini belum disinggung dengan lebih mendalam tentang teknik mengedukasi audiens melalui program promosi kesehatan yang diusungnya yang menggunakan media massa (Prasanti & Fitriani, 2017).

Setyabudi & Dewi (2017) meneliti tentang *Analisis Strategi Promosi Kesehatan dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Hidup Sehat oleh Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. RM. Soedjardwadi Provinsi Jawa Tengah*. Penelitian ini menemukan bahwa tim manajemen RS menerapkan strategi promosi kesehatan berupa pendampingan dan advokasi, dukungan sosial (*social support*) dan pemberdayaan masyarakat (*empowerment community*). Strategi promosi kesehatan yang dilakukan membantu pihak rumah sakit dalam mewujudkan dan meningkatkan kesadaran akan kesehatan dalam kehidupan masyarakat.

Perbedaan penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian peneliti adalah bahwa peneliti mengkaji media radio sebagai salah satu media yang efektif untuk mempromosikan acara kesehatan. Radio memiliki segmentasi dan khalayak yang lebih detail. Selain itu, peneliti ingin menggali lebih dalam tentang peran radio dalam mengembangkan kegiatan promosi kesehatan.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Melalui cara ini peneliti memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sugiyono mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi

(gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2017, p. 1).

Secara teknis, dengan menggunakan metode kualitatif maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai. Sementara untuk objek penelitian dalam penelitian ini adalah Program SONAR dari Radio Sonora 93.3 FM Bandung sebagai stasiun radio yang peduli pada komunikasi kesehatan dan mengreasikan pesan-pesan kesehatan tersebut dalam acara radio yang mengedukasi sekaligus menghibur.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara studi literatur yakni menganalisis komunikasi kesehatan dalam memperkaya materi acara SONAR. Peneliti juga melakukan kunjungan langsung ke studio dan melakukan wawancara mendalam dengan para pihak yang terlibat. Penulis menggunakan data primer langsung dari sumber berupa kunjungan ke lokasi penelitian di Radio Sonora Bandung, termasuk mewawancarai informan yang berkompeten yaitu IG sebagai Manager Program dengan tugas utama mengeloa rangkaian acara SONAR dan RF Penyiar Senior yang membawakan acara SONAR agar menjadi lebih hidup dan interaktif. Sementara data sekunder yang berupa dokumen-dokumen atau arsip-arsip, buku-buku literatur, jurnal ilmiah, artikel dan *website* yang berkaitan dengan fokus peneliti.

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang utama adalah peneliti sendiri, namun setelah fokus penelitian menjadi jelas mungkin akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat digunakan untuk menjaring data pada sumber data yang lebih luas, dan mempertajam serta melengkapi data hasil pengamatan dan observasi (Sugiyono, 2017, p. 183). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles, Huberman dan Spradley. Miles dan Huberman, 1984 (Sugiyono, 2017, p. 183) mengemukakan

bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas.

## **HASIL DAN DISKUSI**

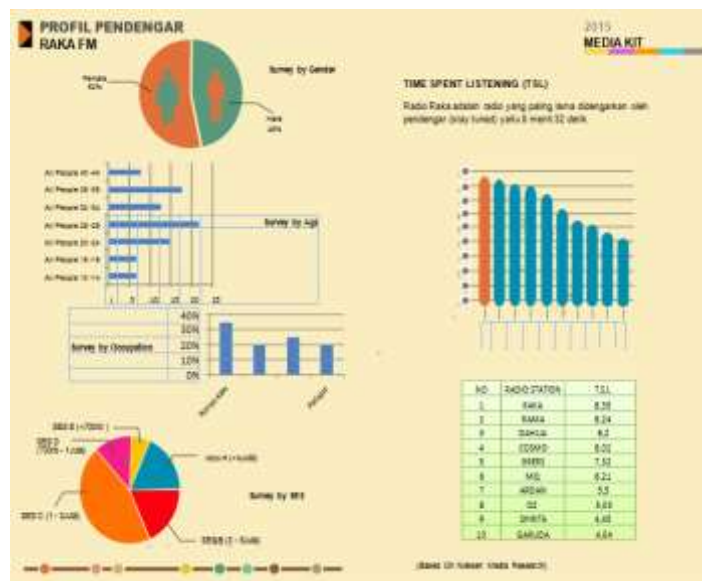
Penelitian ini menelaah tentang komunikasi kesehatan yang terangkum dalam acara SONAR – sebuah acara interaktif besutan tim radio Sonora. Radio Sonora didukung oleh jaringan Radio Sonora yang tersebar di 20 kota di Indonesia sehingga peran dan fungsi penting Radio Sonora Bandung sebagai media hiburan, informasi, dan pendidikan yang berkomitmen untuk menjadikan radio yang paling diminati oleh pendengar dan pemasang iklan selalu terjaga.

Visi Misi Radio Sonora adalah mencerdaskan dan mencerahkan kehidupan bangsa lewat musik dan informasinya. Adapun format radio hiburan 70%, informasi 30% dan format musik: Indonesia (30%), Barat (70%). Acara SONAR (*song information and report*) merupakan acara unggulan yang mengetengahkan info-info kesehatan yang dipersembahkan untuk masyarakat luas. Dalam acara ini, sejumlah info-info kesehatan disampaikan oleh para pakarnya dengan menarik dan diperkaya dengan musik dan lagu sehingga acara SONAR dapat dinikmati dengan lebih rileks.

Acara SONAR dibagi ke dalam SONAR pagi dan SONAR sore dengan tetap mengedepankan informasi kesehatan sehingga komunikasi kesehatan memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi dalam acara tersebut. Kehadiran narasumber yang berkompeten yang didominasi oleh Dokter menjadi daya tarik tersendiri karena pendengar dapat mendengarkan info tentang kesehatan langsung dari sumbernya tanpa harus membayar biaya konsultasi.

Selain tentang jaringan nasional dari Sonora Indonesia, Radio Sonora 93.3 FM Bandung juga memiliki peluang bisnis yang menjanjikan terutama dari aspek daya jangkau, rating dan segmentasi pendengarnya. Sebagaimana umumnya keberadaan radio siaran swasta niaga di Indonesia maka format acara tetap mengedepankan hiburan yang diperkuat dengan informasi-informasi. Untuk mempertajam segmentasi maka radio Sonora menggagas ide-ide cemerlang agar sajian acara *on air* (dan *off air*) tetap memiliki peminat dan mendatangkan keuntungan baik berupa iklan maupun kerjasama. Lebih jauh, Radio Sonora memiliki sejumlah acara unggulan dimana khusus SONAR dapat dikategorikan sebagai program unggulan di kelompok acara keluarga.

Profil pendengar radio Sonora (d/h Raka) dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Profil pendengar radio Sonora

Mencermati profil pendengar Sonoro berdasarkan gambar di atas maka Peneliti berpandangan bahwa Radio Sonora menyuguhkan acara SONAR dengan pertimbangan matang bahwa segmentasi telah dibangun melalui kepercayaan pendengar selama bertahun-tahun, dukungan jaringan teknis yang memadai dan

format acara yang kreatif dimana informasi kesehatan disampaikan komunikatif dan menghibur sesuai dengan karakteristik dasar radio. Untuk keperluan penelitian ini, penulis mewawancarai informan utama yaitu IG (Manager Program Radio) dan informan pendukung yaitu RF (penyiar senior).

### **Komunikasi Kesehatan dalam SONAR (*Song Information and Report*) Radio Sonora 93.3 FM Bandung**

Program SONAR diharapkan dapat memengaruhi individu dan komunitas agar mereka dapat mengambil sikap dan keputusan yang tepat berkaitan dengan kebijaksanaan kesehatan.

Mencermati bagaimana komunikasi kesehatan disampaikan dalam SONAR kepada audiensnya maka dapat dicermati bahwa pesan-pesan komunikasi kesehatan sudah dapat dicermati kehadirannya sejak awal acara SONAR diluncurkan. Hal ini dapat dilihat dari pandangan sebagai berikut dari IG selaku *program director* Radio Sonora:

*“.. dari awal acara SONAR memang untuk mengedukasi dan menjadi reminder bagi pendengar, bahwa menjaga kesehatan pribadi itu sangat penting agar mampu menyangga segala bentuk aktifitas kita. Bila diartikan secara umum, bisa dikatakan peran radio ya sebagai rambu-rambu yang bersinergi dalam usaha dan tindakan untuk menjaga, memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan (masyarakat) secara luas. Dalam acara SONAR (Songs Informastion and Report). alasan utamanya karena kami memiliki fungsi memberikan informasi (tentang kesehatan) kepada pendengar. Sedangkan alasan khususnya adalah, kami harus mengemas beragam informasi tersebut (terutama tentang kesehatan) dengan santai, relaks, tidak menggurui dan friendly (akrab)...”*

Dari pernyataan tersebut dapat dicermati bahwa SONAR diciptakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan melalui media radio. Terlebih fungsi radio adalah sebagai rambu-rambu. Lebih jauh, penyiar senior SONAR yaitu RF menyampaikan pandangannya:

*“...sebenarnya acara-acara kesehatan di radio seperti ini (SONAR) tentu sangat prospektif karena setiap orang jelas memerlukan kesehatan. Untuk meningkatkan kualitas materi acara kita, kita melakukan kerjasama dengan rumah-rumah sakit, tidak hanya dengan Borromeus Grup namun juga dengan kelompok kesehatan lainnya seperti RS Santo Yusup di Cikutra Bandung, RS Cahya Kawalayaan Bandung, JPKN – Jaring Pengaman Kesehatan Masyarakat, dan tentu saja Yayasan Borromeus.*

*Kami juga bersikap terbuka sebab kepedulian tentang kesehatan juga ditunjukkan Rumah Sakit – Rumah Sakit lainnya, seperti contohnya RS Santosa. Jadi kami melakukan kerjasama juga dengan RS Santosa. Yah, dapat dikatakan.. banyak yang peduli –lah tentang kesehatan mah termasuk RS Santosa sendiri...”*

Kepedulian merupakan bentuk komunikasi kesehatan yang disampaikan dalam acara SONAR. Kepedulian terhadap pentingnya kesehatan sebagai kekayaan yang tak ternilai menjadi daya tarik dalam SONAR sehingga narasumber-narasumber dalam SONAR adalah para dokter dan tim media yang mumpuni di bidangnya. Pendengar mendapatkan keuntungan mendapatkan konsultasi atau dapat berkonsultasi dengan ahlinya (melalui telepon interaktif) tanpa harus membayar biaya konsultasi sambil mendengarkan siaran radio yang menyenangkan hati. RF penyiar senior menegaskan:

*“Saya bisa bilang kalau acara SONAR ini bagus lo, Alasannya seperti, pertama... pendengar bisa mendapatkan informasi kesehatan. Pendengar bisa mendapat ilmu-ilmu kesehatan.*

*Kedua, untuk, masyarakat, mereka bisa mendapatkan konsultasi gratis langsung dengan para dokter spesialis. Bayangkan, hanya untuk atau ingin konsul saja, pemirsa bisa benar-benar gratis. Bahkan untuk penyakit-penyakit yang istilahnya serius seperti diabetes, jantung, darah tinggi tetap menjadi perhatian dalam acara ini..*

*Kita memang biasa menggunakan dokter dokter spealisi sebagai narasumber ke studio kami, namun dalam kondisi tertentu justru yang datang menemui narasumber adalahh penyiaranya langsung, Hal ini biasa kami lakukan ke RS Internasional Santosa Bandung... menggunakan OB van.. acara nya sore.. “*

Pendengar SONAR memperoleh keuntungan melalui konsultasi gratis dengan dokter-dokter spesialis. Hal ini merupakan kesempatan langka dan

pantas untuk dimanfaatkan. Hal-hal seperti inilah yang menjadi daya tarik SONAR. Merujuk pada pernyataan RF di atas, untuk meningkatkan mutu siaran maka tim SONAR dapat juga mengunjungi narasumber langsung ke tempatnya bekerja di Rumah Sakit. Untuk praktik bersiaran SONAR seperti ini maka biasanya tim SONAR menggunakan *OB van*. Dengan mendatangi langsung narasumber maka diharapkan suasana yang dibangun saat acara menjadi lebih hidup,

Selama ini SONAR telah menjadi acara tetap yang ditunggu-tunggu pendengar. Hal ini disebabkan karena dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatannya, selalu terbuka terhadap masukan atau kritik. Tidak heran jika pesan komunikasi kesehatan yang disampaikan oleh narasumber harus benar-benar sudah diolah kembali sedemikian rupa sehingga benar-benar dipahami oleh audiensnya.

*“...Sering lo mereka menyampaikan atau membawa materi mereka seperti akan/sedang memberikan seminar padahal audiens radio tidak terlalu memerlukan hal itu.*

*Contoh: talks show dari Biofarma misalnya (tentang covid), materi sudah kami rancang untuk disampaikan dengan singkat saja. Kami dari tim radio SONAR sudah menerangkan kepada narasumber jika akan ada potongan-potongan selama acara. Tiga hari sebelumnya kami sudah minta materinya. Saat materi datang ternyata narasumber memberikan 25 halaman (terlalu banyak), seharusnya dibuat simple sajakan untuk acara radio.*

*Pernah juga narasumber dokter membawa makalah-makalah (padahal untuk acara radio yang hangat dan interaktif, materi harus dibuat menyesuaikan). Jadi kendala kadang-kadang ada dari narasumber juga.*

*Kami membuat acara SONAR sejak tahun 2014 sd sekarang. Penyiar bisa saja silih berganti tapi konsep acara harus dibuat yg fix sehingga siapa pun penyiarnya akan mudah memahami tujuan acara SONAR. Penyiar juga harus mudah menerima briefing, kemudian penyiar dipersilakan mengembangkannya” (IG – Program Director).*

Adanya kendala dalam berkomunikasi antar narasumber dengan pendengarnya terasa dalam acara SONAR, terutama disebabkan oleh perbedaan latar belakang pendidikan dan profesi. Namun jarak tersebut dapat diatasi

dengan pendekatan briefing dan evaluasi program. Menurut narasumber utama IG, hal-hal tersebut memang pernah terjadi namun dapat diselesaikan.

### **Radio dan Penyiar**

Penelitian ini juga menggambarkan bahwa peran radio sebagai alat atau bagian dari media massa yang membawa dan menyampaikan pesan tetap relevan digunakan hingga hari ini. Radio dapat menyampaikan informasi (kesehatan) yang dibutuhkan pendengar. Radio sebagai bagian dari komunikasi massa dapat berperan memberikan sumbangsih informasi positif (kesehatan) kepada masyarakat luas beserta institusi-institusinya. Pandangan ini mendeskripsikan keterkaitan antara media dengan institusi yang bermitra atau berkorelasi dengannya. Radio sebagai bagian dari komunikasi massa dapat melihat hubungan antara media (radio) dengan audiensnya (pendengarnya), baik secara kelompok maupun individu sehingga wajar jika dikatakan radio memberikan dampak kepada audiensnya.

Sebagai bagian dari media penyiaran yang berkaitan erat dengan persoalan efek yang diterima oleh audiens (pendengarnya) maka radio termasuk ke dalam alat yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan dikaitkan dengan penelitian ini. Pendengar dapat dilibatkan atau terlibat dalam transformasi pengetahuan dan edukasi tentang kesehatan melalui acara SONAR.

Penggunaan radio dan sumber daya manusia yakni *announcer* atau penyiar dalam acara SONAR jelas merupakan keterkaitan yang tidak bisa dipisahkan. Hal ini dapat dicermati dari pengalaman rf penyiar senior Sonora:

*“...Saya memang dirancang sebagai penyiar acara radio yang berbasis kesehatan seperti SONAR ini. Salah satu alasannya tentu saja karena acara-acara keradion yang berbasis kesehatan tetap memiliki pendengar.*



*.... jadi sebenarnya bukan hal yang baru jika Yayasan Boromeus memang sudah identik dengan dunia kesehatan, sehingga wajar jika kemudian Yayasan Borromues memiliki andil dalam manajemen Radio Sonora (memiliki saham). Jadi saling berkaitan dan... ya tinggal melanjutkan manajemen saja”*

Pernyataan RF ini mengindikasikan bahwa sebuah acara di radio mempunyai keterkaitan dengan penyiarnya dan seperti yang dituturkan di atas bahwa kemampuan sebuah manajemen radio turut menentukan kesuksesan sebuah acara radio. Secara spesifik, narasumber menegaskan bahwa semakin spesifik suatu acara radio maka idealnya semakin khusus pula penyiar yang menggawanginya.

Selain kemampuan membuat acara menarik dari aspek sisipan acara seperti disampaikan di atas, IG melanjutkan:

*“... caranya kita harus punya narsum tetap untuk mengembangkan acara SONAR ini. dan tentu dengan menghadirkan tema yang segmented dan update”.*

Dari pemaparan di atas, dapat dicermati bahwa peran radio menjadi multi fungsi. Radio tidak lagi hanya menghibur tetapi mengedukasi artinya peran radio dalam SONAR adalah menghibur dan mengedukasi. Peran ganda ini menjadi sangat menarik dan member konsekuensi terhadap semua tim yang terlibat untuk mengetahui dan memahami peran masing masing baik dari aspek teknis maupun nonteknis.

### **Pembahasan**

Mencermati pemaparan di atas, maka penulis berpandangan bahwa Komunikasi Kesehatan dalam Acara SONAR di Radio Sonora 93.3 FM Bandung dilakukan dengan memerhatikan beberapa aspek penting seperti kerjasama

antar institusi, koordinasi tim internal, dan koordinasi tim pemasaran. Peneliti mencoba menggambarkannya seperti ini SONAR sangat mengedepankan komunikasi kesehatan yang menekankan aspek persuasif antara penyiar, narasumber dan pendengar-pendengarnya. Di dalam komunikasi persuasif tersebut baik penyiar dan narasumber harus memahami faktor psikologis dari pendengarnya. Dengan pemahaman yang baik tentang faktor psikologis pendengar-pendengarnya maka diharapkan sajian SONAR benar-benar dapat mengusung pesan atau edukasi tentang kesehatan yang dapat dipahami dengan mudah oleh audiens, acara SONAR menjadi acara yang bernilai jual, acara SONAR tetap dinanti sebagai salah satu program radio yang mampu menyebarkan informasi kepada pendengar-pendengarnya.

Komunikasi kesehatan yang disampaikan dalam SONAR juga menggunakan tiga pendekatan utama, yaitu pendekatan kerjasama antar institusi, koordinasi tim internal SONAR, dan koordinasi dengan tim marketing radio. Peneliti mencoba mengulasnya dalam Tabel 1 tentang kerjasama dan koordinasi berikut ini.

Tabel 1 Kerjasama dan koordinasi Radio Sonora

<b>Item</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Keterangan</b>
1. Kerjasama antar institusi	Melibatkan pihak diluar Sonora	Terciptanya kerjasama-kerjasama yang lebih meningkat untuk acara SONAR.
2. Koordinasi tim internal	Konsolidasi dan fokus pada kemampuan tim internal sonora	Penguatan strategi kreatif dalam menciptakan dan menguatkan program SONAR menjadi lebih baik lagi terutama dari aspek komunikasi kesehatannya.
3. Koordinasi dengan tim marketing	Prioritas pada nilai prospektif acara SONAR melalui pendekatan pemasaran yang menjual	Menjadikan SONAR sebagai acara unggulan kesehatan dan menghasilkan keuntungan baik dalam bentuk iklan maupun kerjasama-kerjasama pendukung.

Melalui tiga pendekatan kerjasama dan koordinasi ini maka dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa penyampaian informasi dan edukasi kesehatan kepada

audiens merupakan hasil kerjasama antar institusi, tim internal dan tim marketing dari radio Sonora Bandung yang dengan penuh pertimbangan menggagas acara SONAR sebagai acara unggulan berbasis kesehatan. Salah satu nilai positif dari SONAR adalah daya tahan sebagai sebuah acara radio dengan topik kesehatan selama bertahun-tahun. Hal ini tidak terlepas dari peran evaluasi yang biasa dilakukan terhadap program-program acara radio (dalam hal ini terhadap SONAR).

Setiap masukan atau kritik terhadap SONAR ditanggapi oleh Tim Sonora dengan memerhatikan beberapa pertimbangan. Peneliti mencoba menguraikan evaluasi dari aspek komunikasi acara SONAR sebagai berikut.

Evaluasi dari aspek komunikasi kesehatan dalam Acara SONAR meliputi pertama Acara Komunikasi kesehatan disampaikan sesuai pengetahuan pendengar SONAR, dan dibatasi oleh durasi siaran, kedua yakni Narasumber di mana komunikasi kesehatan yang disampaikan narasumber terutama dari dokter dan ahli disampaikan dengan menyesuaikan dari bahasa medis ke bahasa publik, dan ketiga program acara di mana pembenahan aktif program SONAR dilakukan dengan meningkatkan kualitas informasi-informasi tentang kesehatan. Pembenahan ini dilakukan secara *on air* dan *off air* termasuk meningkatkan mutu alat-alat teknis pendukung acara SONAR.

Dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan di acara SONAR, pesan komunikasi tersebut terangkum dalam konsep dasar acara SONAR sebagai acara unggulan berlatar kesehatan, kemampuan narasumber yang berlatar belakang pendidikan formal medis dalam mengemas pesan-pesan kesehatan menjadi bahasa persuasif, dan pelaksanaan program acara SONAR di jalur *on air* dan *off air* dengan konsekuensi-konsekuensinya.

Evaluasi perlu dilakukan terhadap bagaimana komunikasi kesehatan digunakan dalam program acara SONAR. Konsep dasar acara merupakan langkah

awal SONAR untuk menentukan bentuk dan tujuan acara SONAR diudarkan. Kemampuan narasumber yang berlatar belakang formal pendidikan medis memang menjadi modal penting dalam meningkatkan kepercayaan audiens terhadap narasumber terutama saat narasumber menyampaikan informasi-informasi kesehatan. Tetapi di sisi lain, pola pikir narasumber tentang cara berkomunikasi yang menggunakan media radio dengan audiens yang tersegmentasi jelas memerlukan kecerdikan dan kebijakan khusus pula yaitu tidak dapat disamaratakan dengan suasana seminar atau perkuliahan.

Eksekusi atau pelaksanaan program acara SONAR di jalur *on air* dan *off air* juga memerlukan perhatian khusus untuk dievaluasi. Hal ini perlu dilakukan mengingat program acara SONAR merupakan program acara tetap (bukan lagi program yang benar-benar baru diluncurkan) dan SONAR sudah diudarkan beberapa tahun sebelumnya. Reputasi yang sudah baik ini perlu didukung dengan penyajian acara-acara *on air* dan *off air*.

Dengan demikian komunikasi kesehatan dalam SONAR memenuhi kriteria kompetensi program radio yakni kalayakan materi sebagai sebuah acara radio berlatar kesehatan, karakter yaitu format acara yang memang menekankan edukasi dan informasi kesehatan, intensitas yaitu tayangan SONAR yang regular dan menjadi acara tetap radio, acara SONAR memiliki kepribadian dalam arti memiliki dan mengembangkan ciri khasnya, serta acara SONAR bersifat dinamis yaitu terbuka terhadap kritik dan masukan dan hal ini terbukti dengan tetap dipertahankannya SONAR sebagai acara radio hingga saat ini.

Komunikasi kesehatan dalam SONAR telah memenuhi kriteria sebuah program acara radio berlatar kesehatan. Kriteria-kriteria tersebut dapat dikembangkan dan ditindaklanjuti mengingat persaingan acara radio memerlukan perhatian khusus pula. SONAR terbuka terhadap ide dan gagasan baru mengingat dewasa ini dunia radio memiliki kekhasan dan keunikan yang perlu dipertahankan yaitu salah satunya adalah pendengar setianya. Oleh karena

itu segala upaya untuk meningkatkan mutu siaran SONAR perlu mendapat dukungan mulai dari aktifitas standar yaitu siaran langsung di dalam ruangan siaran hingga aktivitas kreatif *off air* yang memerlukan kerjasama banyak instrumen terutama event organizer dan para mitra sponsor.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sejak awal tahun 2010 ke tahun 2020 dewasa ini telah terjadi perubahan ke arah yang lebih baik dimana komunikasi kesehatan menjadi topik yang semakin akrab disampaikan penyiar dan diterima dengan baik oleh pendengar SONAR. Hal ini dapat digambarkan dalam Tabel 2 tentang perkembangan program SONAR sebagai berikut.

Tabel 2 Perkembangan program SONAR

Media	Konten Acara	Pengiklan
Dari acara yang awalnya sisipan di sela acara lain menjadi acara khusus (kesehatan) bernama SONAR	Pesan-pesan kesehatan yang semula disampaikan sebagai informasi biasa atau pendukung menjadi informasi utama dalam program unggulan SONAR	Pengiklan yang semula belum banyak menarik minat dari perusahaan atau produk kesehatan menjadi lebih terspesifikasi dari pengiklan produk, jasa, dan organisasi/ lembaga kesehatan

Acara SONAR terbukti menunjukkan meningkatkan mutu siaran dengan mampu memertahankan ciri khas sebagai acara radio yang mengedepankan pesan-pesan komunikasi kesehatan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang komunikasi kesehatan dalam acara SONAR (*song information and reports*) di radio Sonora 93.3 FM Bandung maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana Komunikasi kesehatan dalam acara SONAR (*song information and reports*) di radio Sonora 93.3 FM Bandung ternyata dilakukan dengan pendekatan komunikasi persuasif yang memenuhi kriteria sebagai program acara radio

berlatar kesehatan yang berkompetensi, berkarakter, berintensitas, berciri khas dan bersifat dinamis. Komunikasi kesehatan dalam acara SONAR memenuhi kriteria sebagai program acara radio yang memberikan nilai pengetahuan dan edukasi kepada pirsawannya secara nyata, dan narasumber-narasumber SONAR merupakan para pihak yang berkompeten di bidang kesehatan terutama dokter dan dokter spealis. Penelitian ini merekomendasikan untuk mengembangkan komunikasi persuasif dan emosional positif dalam penyajian acara kesehatan di radio. Penelitian ini masih dapat disempurnakan lagi dari aspek kreativitas acara kesehatan radio terhadap masyarakat agar dapat diterima dengan baik oleh pemirsa. Narasumber dan tim kreatif SONAR ini juga terus berbenah diri terhadap setiap masukan dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi kesehatan agar selalu komunikatif dan mudah diterima oleh pendengar.

#### **PERNYATAAN PENGHARGAAN**

Selama mengerjakan penelitian ini, peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penelitian ini. Penulis menyampaikan terima kasih kepada IG elaku Manager Program Radio Sonora Bandung, dan RF sebagai penyiar senior Sonora, dan keluarga besar Kalbis Insitute.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustrijanto, A., & Kusumawati, D. (2019). Strategi Komunikasi Ditjen PPKL Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan Republik Indonesia Dalam Mempromosikan Program Pengendalian Sampah Plastik. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 131–154. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/686>
- Dominica, L., Fauziah, L., & Pramesti, A. I. (2021). Proses Pendirian Radio

- Komunitas Suara Edukasi oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di Kulon Progo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 2(2), 267–278. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11800>
- Dwinta, E., Estiningsih, D., Nurinda, E., Kusumawardani, N., Fauzi, R., Fatmawati, A., & Susiasana Wulandari, A. (2021). Peningkatan Pengetahuan Dan Kepedulian Kesehatan Masyarakat Terhadap Resistensi Antimikroba Dengan Media Komunikasi Radio. *EDUKASI DAN PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1). <http://journal.ukrim.ac.id/index.php/Epmas/article/view/218>
- Fatmawati, F. M., & Amirullah, A. (2019). Radio Suara Bersatu Sinjai 2003-2018. *PATTINGALLOANG*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.26858/PATTINGALLOANG.V6I1.10418>
- Liliweri, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan*. Pustaka Pelajar.
- Menawati, T., & Kurniawan, H. (2015). Pentingnya Komunikasi Dalam Pelayanan Kesehatan Primer. *Jurnal Kedokteran Syiah Kuala*, 15(2), 120–124. <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JKS/article/view/3264>
- Miniyati, A. (2017). *Peran Siaran Woman Update Di Db Radio Cirebon Dalam Memberikan Informasi Dan Hiburan Khusus Wanita (Studi Program Acara Woman Update)*. <http://repository.syekhnurjati.ac.id>
- Nasor, M. (2017). Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 12(1), 105–128. <http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/alAdyan/article/view/1447>
- Nofrizal, W. A., & Delliana, S. (2021). Communication Strategy of Content Collision Agency in Promoting the Blibli.com Brand. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 182–192. <https://doi.org/10.34149/JMBR.V18I2.245>

- Octavia, D., & Fadilla, A. N. (2017). Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Kanker Serviks Terhadap Remaja Wanita Di Kota Jakarta. *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 2(02), 200–215. <https://doi.org/10.25124/DEMANDIA.V2I02.935>
- Pavitasari, S. P., Fadilah, E., & Kusmayadi, I. M. (2019). Persepsi Khalayak Terhadap Radio Komunitas Kampus 107.8 Mandalla FM. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 3(1), 95–106. <http://journal.unpad.ac.id/kajian-jurnalisme/article/view/22451>
- Prasanti, D. (2018). Hambatan Komunikasi Dalam Promosi Kesehatan Program Keluarga Berencana ( Kb ) Iud Di Bandung. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Keperawatan*, 22(1), 52–63. <file:///C:/Users/user/Downloads/1146-5179-2-PB.pdf>
- Prasanti, D., & Fitriani, D. (2017). Membangun Ketahanan Informasi Nasional dalam Komunikasi Kesehatan bagi Kalangan Perempuan Urban di Jakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(3), 338–358. <https://doi.org/10.22146/JKN.28184>
- Prasetyo, H. (2019). Upaya Mempertahankan Bisnis Radio Siaran Di Era Kemajuan Teknologi Informasi (Studi Pada Empat Perusahaan Radio Siaran di Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 50–57. <https://doi.org/10.32639/FOKUSBISNIS.V18I2.332>
- Retta, K., Saragih, M., Purba, F., Sipayung, T., Ekonomi, F., & Simalungun, U. (2021). Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187–195. <https://doi.org/10.36985/MANAJEMEN.V3I2.132>
- Setyabudi, R. G., & Dewi, M. (2017). Analisis Strategi Promosi Kesehatan dalam Rangka Meningkatkan Kesadaran Hidup Sehat oleh Rumah Sakit Jiwa Daerah Dr. RM. Soedjarwadi Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Komunikasi*,



- 12(1), 81–100. <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/9935/7907>
- Sonora Bandung*. (2021). <http://www.sonorabandung.com/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Ulfa, E. M. (2016). Strategi Radio untuk Membangun Masyarakat Berjaringan: Studi Kasus Penggunaan Sosial Media di Suara Surabaya Media. *Jurnal Pekommas*, 1(2), 207–220.
- Wahyudin, U. (2017). Membangun Model Kampanye Komunikasi Kesehatan PHBS Di Jawa Barat. *JIPSI - Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi UNIKOM*, 6. <http://jipsi.fisip.unikom.ac.id/jurnal/membangun-model-kampanye.4c>
- Yusnita, R. (2012). Hubungan Komunikasi Teurapetik Bidan Dengan Kecemasan Ibu Bersalin Di Ruang Kebidanan Dan Bersalin Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Pidie. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*.

Halaman ini sengaja dikosongkan