

PUBLIKASI PENELITIAN TERAPAN DAN KEBIJAKAN

e-ISSN:2621-8119

STRATEGI RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) PALEMBANG MEMPERTAHANKAN MINAT PENDENGAR DI ERA DIGITALISASI PENYIARAN

STRATEGY OF RRI (RADIO REPUBLIK INDONESIA) PALEMBANG MAINTAINING LISTENER INTEREST IN THE ERA OF BROADCASTING DIGITALIZATION

Dwi Maharani

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma

*Korespondensi Penulis, email: dwimaharani@binadarma.ac.id

Diterima : 26 November 2020

Direvisi : 10 Maret 2021

Diterbitkan : 30 Juni 2021

ABSTRACT

The purpose of this study was to identify and describe the RRI Reporting Definition Strategy to Maintain Listener's Interest in the Broadcasting Digitalization Era. This research approach uses a qualitative descriptive method. The object of research is to discuss RRI's publishing strategy for content, target audience, broadcast time, and human resources. The subjects in this study were the Head of RRI News Center, RRI Pro 3 Reporter, RRI Pro 3 Broadcasters, and RRI Pro 3 Contributors. Data collection techniques through observation, interviews, literature study, and documentation. The results show that Radio Republik Indonesia is a media that represents the public, represents the government, and represents RRI itself. RRI use strategy to maintain listener interest by creating programs that engage listeners. Listeners can send and provide information to public or it's called citizen journalism through RRI 30 Seconds. RRI broadcasts 24 hours a day. In addition, RRI collaborates with Pusdiklat, by creating a superior reporter and presenter program and holding regular discussions with them in the field. This activity aims to increase the quality of presenters and reporters, in which their job is directly related to listeners. Aside from that, in entering the era of digitalization, RRI created three applications based on the Android and iOS systems that can be downloaded by the Google Store and Appstore, including RRI Play, Be Young, and RRI 30 Seconds.

Keywords: Strategy, RRI, Division of News, PRO 3, Programme

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan Strategi Defisi Pemberitaan RRI untuk Mempertahankan Minat Pendengar di Era Digitalisasi Penyiaran. Pendekatan penelitian ini dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek pada penelitian ini membahas strategi pemberitaan RRI terhadap Konten, Target Audience, Jam Siar, dan SDM. Subjek pada penelitian ini adalah Kepala Pusat Pemberitaan RRI, Reporter Pro 3 RRI, Penyiar Pro 3 RRI, dan Kontributor Pro 3 RRI. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian diperoleh strategi yang dilakukan RRI untuk mempertahankan minat pendengar dengan cara (1) membuat program yang melibatkan pendengar, yang mana pendengar dapat mengirimkan dan memberikan informasi kepada masyarakat atau disebut *citizen journalism* melalui RRI 30 Detik. (2) RRI melakukan siaran selama 24 jam dalam sehari. (3) RRI bekerja sama dengan Pusdiklat, membuat program reporter dan presenter unggulan serta mengadakan diskusi rutin dengan presenter dan reporter di lapangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas presenter dan reporter, yang mana tugas mereka langsung berhubungan dengan pendengar. Selain itu, dalam hal teknologi untuk memasuki era digitalisasi. (4) RRI menciptakan tiga aplikasi berbasis sistem android dan iOS yang dapat diunduh *google store* dan *Appstore* antara lain RRI Play, *Be Young*, dan RRI 30 Detik.

Kata kunci: RRI Palembang, Strategi, Minat, Pendengar

PENDAHULUAN

Radio Republik Indonesia (RRI) adalah Lembaga Penyiaran Publik yang menyelenggarakan kegiatan radio yang bersifat independen, netral dan berfungsi memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol sosial dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran radio yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Disetiap stasiun RRI, memiliki 4 Programa (Pro). Pro 1 sebagai pusat pemberdayaan masyarakat, yang ditujukan untuk segmen dari kalangan menengah ke bawah seperti petani, nelayan, dan ibu rumah tangga. Pro 2 sebagai pusat siaran kreatifitas anak muda, yang ditujukan untuk segmen remaja, anak-anak muda, dan pelajar SLTP dan SLTA. Program ini juga menjadi wadah bagi komunitas *band-band indie*. Sedangkan Pro 3 sebagai pusat Jaringan Berita Nasional, RRI memberikan layanan siaran konten berisi ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan, serta pada Pro 4 sebagai pusat siaran pendidikan dan budaya.

RRI merancang program siaran dengan memperhatikan asas *narrowcasting*, seperti program siaran pendidikan untuk memperkuat pembentukan karakter bangsa dan mendorong persatuan dan kesatuan bangsa, program siaran yang mengangkat berbagai permasalahan yang dirasakan oleh kelompok-kelompok minoritas yang tinggal di daerah perbatasan. RRI berupaya memastikan bahwa informasi bukan cuma milik mereka yang tinggal di kota melainkan juga mereka yang tinggal di pelosok, termasuk warga negara Indonesia yang berada di daerah terdepan di negeri ini (Faizah 2015).

RRI memiliki PRO 3 yang merupakan jaringan berita nasional dengan menyajikan berita dan informasi selama 24

jam dan dipancarluaskan oleh setiap stasiun RRI daerah yang ada di seluruh penjuru Tanah Air. RRI Pro 3 hadir ditengah masyarakat dengan mengusung sebuah misi memberikan informasi yang benar dan sebanyak-banyaknya kepada masyarakat, sekaligus memberikan inspirasi dan motivasi kepada masyarakat. (Faizah 2015).

Memasuki era digitalisasi, digitalisasi penyiaran radio di Indonesia bukan saja modernisasi yang bermuara pada aktualisasi, melainkan lebih mengarah pada “revolusi penyiaran”. Artinya, proses transformasinya berlangsung sangat cepat. Modernisasi akan bertahan lama jika disertai dengan kontemplasi yang berujung pada “*how to inovate, to create, to improve, and to conduct*”.

Digitalisasi penyiaran memberikan banyak keunggulan. Pertama: efisien dalam hal penggunaan frekuensi, Kedua: kualitas audio yang diterima oleh pendengar bermutu tinggi sehingga cocok untuk mempresentasikan penyiaran musik, Ketiga: terdapat kemudahan akses bagi khalayak dibandingkan dengan sistem analog (Rohanudin 2014).

RRI saat ini telah memulai proses perubahan dari analog ke digital. Dahulu program siaran masih menggunakan piringan hitam, ataupun kaset. Kini semua file dapat diunduh, disimpan, dan diputar. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut, masyarakat dapat menikmati siaran RRI yang dipancarkan dengan teknologi DAB (*Digital Audio Broadcasting*). Teknologi digital tersebut menghasilkan siaran yang dapat didengar dengan kualitas suara jauh lebih jernih (Faizah 2015).

Agar radio berita tidak benar-benar ditinggalkan pendengar, maka radio dituntut melakukan transformasi agar dapat mengimbangi perkembangan zaman yang serba digital. Salah satunya dengan menyediakan fitur digital dan aplikasi yang memungkinkan pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa terbatas

waktu maupun tempat melalui *gadget* pintar.

Sejak akhir 2013, RRI menciptakan tiga aplikasi berbasis sistem android dan iOS. Ketiga aplikasi yang dapat diunduh *google store* dan *Appstore* itu terdiri atas RRI Play, Be Young, dan RRI 30 Detik. (Faizah 2015). Berdasarkan beberapa pernyataan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang Strategi Pro 3 untuk mempertahankan minat pendengarnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal tersebut disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. (Moleong 2004).

Penelitian ini membahas mengenai Strategi Pemberitaan RRI Dalam Mempertahankan Minat Pendengar di Era Digitalisasi Penyiaran dengan fokus penelitian membahas Target *Audience*, Konten, Jam Siar, dan SDM. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pihak yang mengetahui tentang pemberitaan di RRI. Peneliti membagi dua bagian yang terdiri dari *key informan* dan *informan*. Dalam menentukan *key informan*, penulis melakukan pertimbangan bahwa karakteristik *key informan* adalah yang dianggap memiliki banyak informasi mengenai strategi pemberitaan RRI dalam mempertahankan minat pendengar di era digitalisasi penyiaran.

Key informan dalam penelitian ini adalah bapak Widhie Kurniawan, S.H yang merupakan Kepala Pusat Pemberitaan RRI, yang dalam penelitian ini dapat memberikan informasi-informasi lebih banyak mengenai Strategi Pemberitaan RRI Dalam Mempertahankan

Minat Pendengar Di Era Digitalisasi Penyiaran kepada peneliti.

Selain *key informan*, peneliti juga melakukan wawancara dengan *informan* tambahan, ini berguna untuk data tambahan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti memilih Wahyu Chan selaku Reporter Pro 3 RRI, Luna Ellya selaku Penyiar Pro 3 RRI, dan Umamah selaku Kontributor Pro 3 RRI.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Romli 2016). Selain itu juga merupakan proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. (Cangara 2012).

Menurut Nuruddin (2007) ciri-ciri komunikasi massa dibagi menjadi beberapa macam, antara lain: Komunikator dalam komunikasi massa melembaga, komunikator dalam komunikasi massa bukan satu orang.

1. Artinya, gabungan antara berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga. Lembaga yang dimaksud disini menyerupai sebuah sistem.
2. Komunikator dalam komunikasi bersifat heterogen, untuk memetakan secara jelas mengapa komunikator dalam komunikasi massa itu heterogen bisa dimulai dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: siapa penonton televisi, siapa pembaca surat kabar, siapa pendengar radio, dan siapa pengguna internet?
3. Pesannya bersifat umum, pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu. Dengan kata lain, pesan-pesannya ditujukan pada khalayak yang plural. Oleh karena itu, pesan-

- pesan yang dikemukakannya pun tidak boleh bersifat khusus. Khusus disini artinya pesan memang tidak disengaja untuk golongan tertentu.
4. Komunikasinya berlangsung satu arah, ketika anda membaca koran, komunikasi yang berlangsung hanya satu arah, yakni dari media massa (koran itu) ke Anda dan tidak sebaliknya. Ini sangat berbeda ketika melakukan komunikasi tatap muka.
 5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan dalam penyebaran pesan-pesannya. Serempak berarti khalayak bisa menikmati media massa tersebut hampir bersamaan.
 6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis. Media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis. Peralatan teknis yang dimaksud misalnya, pemancar untuk media elektronik (mekanik atau elektronik).
 7. Komunikasi massa di kontrol oleh *Gatekeeper* atau yang sering disebut penapis informasi/palang pintu/ penjaga gawang adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disebarkan lebih mudah dipahami. (Nuruddin 2007).

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Ada empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut: (1) *To Secure Understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. (2) *To Establish Acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan lalu dibina dengan baik. (3) *To Motivate Action* yaitu penggiatan untuk memotivasinya, dan (4) *To Goals Which Communicator Sought To Achieve* yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut. Strategi juga memiliki fungsi ganda yaitu:

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
2. Menjembatani "*cultural gap*", yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai yang dibangun. (Effendy, 2005)

Radio

Menurut Dody Muwardi (2007), Radio merupakan media auditif, yang hanya bisa dinikmati dengan alat pendengaran. Radio menjadi media penyampai ide, gagasan, dan pesan melalui gelombang elektromagnetik berupa sinyal-sinyal audio. Berdasarkan UU No. 32/2002 tentang Penyiaran, penyiaran radio merupakan kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran, yang dilakukan secara teratur dan berkesinambungan.

Penyampaian pesan melalui siaran radio dilakukan dengan menggunakan bahasa lisan, walaupun ada lambang-

lambang nirverbal, yang dipergunakan jumlahnya sangat minim (ejournal.uniska.ac.id) Contohnya pada waktu akan memulai warta berita dalam bentuk bunyi telegrafi atau bunyi salah satu alat musik. Keuntungan siaran bagi komunikasi adalah sifatnya yang auditori dan santai untuk didengarkan, lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik, serta para pendengar dapat menikmati siaran radio sambil makan, tidur-tiduran, sambil bekerja, dan mengemudikan kendaraan.

Namun, dengan sifatnya yang sekali dengar, pesan yang sampai kepada khalayak hanya sekilas saja, begitu terdengar, begitu terhilang. Arus balik tidak mungkin pada saat itu. Pendengar yang tidak mengerti atau memperoleh penjelasan informasi lebih jauh tidak mungkin meminta kepada penyiar untuk mengulanginya.

Strategi Penyiaran Radio

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek dan peserta yang terlibat untuk dapat menarik simpati dan keterlibatan *audiencenya*. Guna melancarkan pesan yang disampaikan kepada pendengar, para personil yang berkecimpung di radio memerlukan modal pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang penyiaran sehingga segala sesuatu yang telah direncanakan dapat dicapai dengan baik. Jadi seluruh personil yang menggeluti dunia siaran ini harus memiliki pengetahuan yang memadai sehubungan dengan tugas mereka. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format atau siaran tertentu, seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari hal berikut. Romli (2016) : 1. Perencanaan program, 2. Produksi dan Pembelian Program, 3. Eksekusi Program, 4. Pengawasan dan evaluasi program. Selain itu, pengelolaan radio siaran agar dapat eksis ditengah-tengah kemajuan teknologi komunikasi

saat ini haruslah cermat dalam melayani pendengar. Perencanaan siaran menjadi dasar utama sebagai pedoman pelaksanaan siaran. Perencanaan dalam format siaran didasarkan pada segmentasi pendengar dapat mampu mendongkrak hasrat pendengar untuk terus mendengarkan siaran secara terus menerus.

Digital Penyiaran

Digitalisasi penyiaran merupakan terminologi untuk menjelaskan proses alih format media dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Secara teknis, digitalisasi adalah proses perubahan segala bentuk informasi (angka, kata, gambar, suara, data, dan gerak) dikodekan ke dalam bentuk bit (*binary digit*) sehingga dimungkinkan adanya manipulasi dan transformasi data (*bit streaming*), termasuk penggandaan, pengurangan, maupun penambahan.

Praktiknya, digitalisasi menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan dan tidak efisien pada penyiaran analog. Proses teknologi dilakukan untuk mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dalam berbagai hal, termasuk dalam teknologi penyiaran. Efisiensi dan optimalisasi yang paling nyata dalam penyiaran di antaranya adalah kanal siaran dan infrastruktur penyiaran, seperti menara pemancar, antena, dan saluran transmisi.

Berdasarkan konteks penyiaran radio, digitalisasi radio berarti menerapkan teknologi radio yang membawa informasi dalam sinyal digital dengan metode modulasi digital. Dalam hal ini umumnya disebut dengan teknologi penyiaran digital audio. Sistem penyiaran radio digital berjalan melalui *multiplexing* dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio/data *stream* ke dalam satu kanal penyiaran (bincangmedia.wordpress.com). Setiap stasiun radio menempati slot di *multiplex* dengan *bit rate* yang sama atau berbeda sesuai kebutuhan. Teknologi penyiaran radio berbasis digital menjanjikan suara yang lebih jernih.

Teknologi *multiplexing* ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi satu frekuensi, sedangkan dalam sistem digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari enam frekuensi sekaligus. Bahkan penyiaran digital mengandaikan satu frekuensi yang digunakan oleh satu stasiun televisi saat ini dapat menawarkan 12 slot siaran. Kondisi ini dimungkinkan karena dalam sistem digital pelebaran frekuensi bisa dilakukan. Berbeda dengan teknologi analog yang memungkinkan hanya satu frekuensi untuk satu slot siaran.

Gelombang radio memiliki kaitan erat ngan frekuensi karena salah satu pencari gelombang radio dikenal dengan istilah frekuensi. Jika dianalogikan frekuensi memiliki harga atau nilai dari 0 sampai tak terhingga. Peralatan pemancar radio jika memancarkan sinyal akan menempati satu rentang frekuensi tertentu. Jika dikaitkan dengan istilah lebih teknis, frekuensi menempati sebuah rentang, masing-masing rentang ini secara teknis disebut dengan *channel*/ kanal.

Selain peningkatan di sisi kuantitas program siaran yang dapat disalurkan dalam satu kanal frekuensi, teknologi penyiaran digital pun menawarkan keandalan lain di sisi kualitas penerimaan yang jauh lebih baik dibandingkan penyiaran analog serta program siaran yang dapat disalurkan pun lebih bervariasi jenisnya. Hal yang tidak kalah pentingnya, yaitu teknologi penyiaran digital memungkinkan penggunaan menara pemancar bersama untuk menyalurkan semua program siaran pada suatu wilayah layanan. Sehingga akan tercapai suatu efisiensi infrastruktur yang sangat baik dan penerimaan siaran yang sampai di masyarakat pun akan merata.

Analisis SWOT Sebagai Awal Pembuatan Strategi

Setiap lembaga, perusahaan atau organisasi tentunya memiliki tujuan yang

akan dicapai. Dalam mencapai tujuan tersebut tentunya memiliki hambatan yang akan dihadapi, baik dari internal lembaga maupun dari eksternal lembaga yang datangnya dari kompetitor. Pencapaian tujuan yang dihadapkan pada persaingan yang ketat dari competitor membutuhkan strategi yang matang sehingga tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai. Termasuk RRI dalam mempertahankan minat para pendengarnya.

Analisis SWOT yang peneliti gunakan sebagai pisau bedah untuk menganalisa pada penelitian ini. Data awal yang diperoleh terkait Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada untuk RRI Palembang dalam mempertahankan pendengarnya di era digital saat ini:

- (1) Kekuatan (*strength*) RRI PRO 3 yang berstatus stasiun radio milik negara.
- (2) Kelemahan (*weakness*) berupa faktor penyiar dan *brand*.
- (3) Peluang (*opportunity*) yaitu RRI PRO 3 mengikuti perkembangan zaman, baik dari segi teknologi maupun isi konten pemberitaan.
- (4) Ancaman (*threath*) berupa kesulitan dalam mempertahankan apalagi meningkatkan minat pendengar RRI PRO 3 Sumsel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 3 dalam mempertahankan minat penedengarnya. Strategi dilakukan di berbagai aspek yang memungkinkan untuk tetap dapat mempertahankan minat pendengarnya, antara lain:

Strategi Pemberitaan RRI

RRI memiliki beberapa faktor dalam menentukan perencanaan kebijakan pemberitaan, antara lain Kondisi sosial masyarakat yang ada di sekitar, Situasi

politik, Isu aktual, dan Agenda RRI sendiri. RRI memiliki kepentingan terhadap suatu permasalahan, hal itulah yang akan disiarkan di RRI.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *key informant* pemberitaan yang dibuat oleh PRO 3 selalu mengarah kepada permasalahan aktual yang terjadi di masyarakat. Hal ini sesuai dengan visi dari RRI itu sendiri. Hal tersebut di pertegas kembali dalam buku “*Smart Book Pemberitaan RRI*” bahwa dalam pemberitaan RRI harus membahas *agenda setting* yang melingkupi/kombinasi dari 3 aspek, yaitu agenda/isu yang berkembang di publik, agenda/isu yang berkembang di media umum dan agenda/isu yang dirancang oleh RRI setempat/daerah. *Agenda setting* yang dirancang sendiri oleh RRI harus mencerminkan visi dan misi RRI. (RRI 2011)

Agar pemberitaan di RRI terus berkembang, RRI rutin melakukan evaluasi secara berkala dimana *agenda setting* pemberitaan dilaksanakan dua sampai tiga kali evaluasi setiap hari. Hal ini juga diperlukan dengan membahas agenda liputan (*issue*) pada hari H dan hari berikutnya apakah pemberitaan tetap diteruskan atau diberhentikan atau diganti topik. Hal ini peneliti temui pada saat observasi di Pro 3 RRI, yang dimana Kepala Pusat Pemberitaan terjun langsung mengontrol kerja Reporter Pro 3 RRI dan apabila terjadi perubahan topik berita maka langsung mengkoordinir para reporter baik di studi maupun di lapangan.

Materi pemberitaan RRI berdasarkan pandangan masyarakat, RRI berupaya untuk menghadirkan bahwa RRI milik publik yang artinya nuansa informasi yang disampaikan itu betul-betul untuk kepentingan publik. Kelebihan nya bahwa RRI diakui identitasnya oleh publik. Sedangkan kelemahannya, RRI belum dapat untuk melakukan investigasi suatu permasalahan secara mendalam secara tuntas yang sebenarnya hal tersebut juga diperlukan oleh publik. Hal tersebut juga

di ungkapkan oleh Reporter Pro 3 RRI bahwa, cara kerja Reporter RRI harus baik karena tidak pernah memihak dan berat karena Reporter RRI harus mampu menguasai ego dan tidak *sembrono* dalam mencari dan meliput berita sebab fungsi RRI sebagai pemersatu bangsa sehingga produk berita tidak boleh memprovokasi. Lain halnya tugas Kontributor Pro 3 RRI, dalam beberapa kasus, peristiwa atau beberapa isu krusial, Kontributor yang di terjunkan untuk meliput berita tersebut.

Rencana RRI saat ini dalam materi pemberitaan ingin memunculkan warna baru, warna yang khas dari RRI dalam siaran Pro 3 khususnya pemberitaan. Bahwa RRI tidak ikut ke radio manapun tetapi radio khas RRI. Untuk rujukan standar internasional, RRI standarnya pada BBC, Swedis Radio. Jadi kalau radio swasta yang lain lebih banyak pada *live report*, maka RRI tidak mengikuti walaupun sebenarnya ada laporan jalanan namun tidak terlalu fokus mengarah kesana. RRI lebih menghadirkan sesuatu yang inspiratif, informasinya betul-betul bermanfaat bagi khalayak luas. Misalnya dengan menghadirkan tulisan *feature*.

Konten

Menghadapi persaingan dengan media massa lainnya, konten pemberitaan di RRI berat tetapi tidak serius sekali. Salah satunya pada pemberitaan masalah politik, di usahakan lebih rileks. Dalam hal ini peneliti menyimpulkan bahwa pemberitaan RRI berat dalam artian materi berita berdasarkan fakta di lapangan salah satunya pada masalah politik yang pada hakikatnya permasalahannya berkaitan langsung dengan pemerintahan tetapi penggunaan bahasa dan penulisan berita tidak serius sekali dan rileks agar pendengar mudah memahami isi dari berita tersebut.

Dalam menjaga eksistensinya sebagai radio publik, maka konten siaran RRI harus jadi rujukan sesuai Undang-Undang Penyiaran. Memberikan informasi, independen, dan tidak berpihak

namun RRI sebagai rujukan maksudnya apabila masyarakat kesulitan dalam mendapatkan kebenaran akan informasi yang ada saat ini, publik bisa ke RRI. Misalnya saat ini ada informasi Presiden Joko Widodo membatalkan Peraturan Menteri No 23 Tahun 2017 tentang 5 Hari Sekolah. Disini publik menanyakan ke RRI terkait berita tersebut. RRI menyiarkan dan memberitakan informasi tersebut bahkan mendatangkan langsung narasumbernya dari Kemendikbud, apa permasalahannya apakah akan dihapuskan, ditunda, atau di evaluasi. Hal ini sesuai dengan pemberitaan RRI pada Selasa, 20 Juni 2017 yang disampaikan oleh *reporter* Rini Hairani yang melaporkan pemberitaan mengenai Kebijakan Penguatan Pendidikan Karakter di Istana Negara, Jakarta. Selain itu, pada hari berikutnya pemberitaan mengenai Kebijakan Penguatan Pendidikan Karakter terus di infokan RRI kepada pendengar dengan mendatangkan langsung Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Bapak Muhadjir Efendi ke studio RRI. Dalam hal ini RRI menjadi rujukan di tengah masyarakat agar RRI bisa menjadi pedoman bagi masyarakat.

RRI berupaya berkualitas bagus dalam menjaga kualitas pemberitaan. Dengan tim *Gatekeeper* untuk memantau siaran, menghubungi narasumber, menjaga proses produksi. Pekerjaan media memang berat apalagi memerlukan SDM yang banyak, tenaga yang profesional. RRI berupaya agar SOP berjalan dengan baik. Hal ini sesuai dengan peneliti temui pada saat observasi di studio Pro 3 RRI, Kepala Pusat Pemberitaan memantau perkembangan kerja SDM di studio. Tim *Gatekeeper* memantau siaran dan pemberitaan di Indonesia, menghubungi narasumber dan reporter pusat maupun daerah untuk mengadakan *live report* apabila dibutuhkan terkait pemberitaan yang sedang terjadi.

Materi pemberitaan RRI disetiap daerah, materi pasti berbeda tergantung

lokalitasnya namun tema pemberitaan sama. Ada juga yang sifatnya lokal misalnya kebijakan pemerintah setempat yang pasti beda dengan kebijakan presiden. Dalam kualitas pemberitaan di daerah perbatasan, RRI berupaya agar kualitas pemberitaan di wilayah tersebut mengalami peningkatan agar masyarakat bisa mendengarkan siaran RRI. Untuk cara menyampaikan pemberitaannya standar dan materi pemberitaan Pro 3 harus tetap mempertahankan visi RRI yang sejalan dengan Kode Etik Jurnalistik. Hal ini di sampaikan juga oleh Wahyu Chan selaku *reporter* Pro 3 RRI, setiap satuan kerja RRI memiliki perbedaan dalam mencari berita dan jumlah berita yang dihasilkan. Reporter Pro 3 RRI di tugaskan untuk mencari setidaknya empat berita dalam sehari tentunya dengan memahami Kode Etik Jurnalistik seperti saat narasumber meminta untuk tidak dipublikasi karena bersifat rahasia maka kita tidak bisa mempublikasikannya.

Hal tersebut di pertegas kembali oleh Khairul Rizki selaku *reporter* Pro 1 RRI wilayah Palembang, Reporter RRI Palembang mencari berita setidaknya 3 berita perhari untuk pemberitaan RRI Sumsel namun setiap daerah diwajibkan untuk mengirimkan berita di daerah ke pusat baik melalui email maupun *live report* atau yang disebut *Report On The Spot* (ROS). Lain halnya dengan Kontributor Pro 3 RRI, Umamah NJ mengatakan bahwa kontributor diberi target untuk menyiarkan setidaknya tiga berita dalam sehari. Kontributor dilibatkan mencari berita dalam beberapa kasus, peristiwa atau beberapa isu krusial.

Target Audience

Usaha yang dilakukan RRI untuk mendapatkan minat pendengar antara lain RRI membuat program yang melibatkan pendengar. RRI membuat program yang melibatkan pendengar, diikutsertakan dalam program seperti memberikan informasi kepada masyarakat lain misalnya terjadi suatu peristiwa kecelakaan,

kebakaran. Hal ini terdapat pada RRI 30 Detik, pendengar dapat mengirimkan dan memberikan informasi kepada masyarakat atau disebut *citizen journalism* melalui RRI 30 Detik. Pendengar dapat terlibat dalam dialog interaktif di RRI salah satunya RRI menyediakan kuis seperti pada hari Pancasila yaitu kuis melafaskan Pancasila. Selain itu untuk mendekatkan diri dengan pendengar, Penyiar memiliki strategi khusus. Selain melibatkan pendengar untuk ikut interaktif (menanggapi isu tertentu yang diangkat) Luna Ellya selaku Penyiar Pro 3 RRI juga langsung menyebut nama-nama pendengar-pendengar Pro 3 khususnya pendengar aktif yang sering kali ikut terlibat dalam diskusi. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan RRI (dan saya sebagai penyiar) dengan para pendengarnya. Topik pemberitaan yang diangkat menjadi salah satu magnet bagi pendengar. Untuk itu pemilihan topik berita yang diangkat menjadi hal yang utama. Biasanya RRI mengangkat topik yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah yang perlu disosialisasikan kepada masyarakat (*top down*) atau juga mengangkat topik tentang permasalahan di daerah (dari masyarakat) yang RRI publikasikan (*bottom up*). Topik-topik yang menarik untuk diikuti pendengar diantaranya masalah politik, korupsi, narkoba dan masalah pro kontra selain itu topik-topik tentang edukasi, prestasi, olahraga atau bahkan hiburan juga RRI hadirkan kepada pendengar.

RRI sering mengadakan *event* untuk mendapatkan minat pendengar terhadap RRI, agenda publik misalnya soal arus mudik, RRI juga mem-*branding* menggunakan mobil OB Van (*Outdoor Broadcasting Van*) RRI untuk keluar pakai di jalan atau bisa disebut studio berjalan (*mobile studio*). Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Agus selaku Kepala Produksi Pro 3 RRI, salah satu strategi pemberitaan RRI dalam mempertahankan minat Pendengar yaitu dengan siaran

langsung pada Hari Nasional, perayaan Hari Raya dan *event* olahraga baik yang diselenggarakan di Indonesia maupun di luar negeri.

Strategi yang digunakan RRI sama dengan media massa lain untuk mempertahankan pendengar antara lain ada yang *on air* dan *off air*. Untuk *on air* biasanya *live report* dari tempat kejadian atau dimana reporter berada atau yang disebut dengan *Report On The Spot*. Untuk *off air*, RRI bertemu dengan pendengar dengan membentuk grup diskusi dan acara Temu Fans, Penyiar dan Reporter bertemu langsung dengan para pendengar. Hal ini di luar agenda resmi RRI. Luna Ellya selaku Penyiar Pro 3 RRI mengatakan kegiatan *on air* RRI hampir semua acara melibatkan pendengar, sementara kegiatan *off air* RRI ada beberapa kegiatan yang diselenggarakan bertepatan dengan peringatan hari tertentu seperti disabilitas atau ulang tahun RRI, RRI mengadakan acara gerak jalan atau acara baksos seperti donor darah.

Dalam ranah digitalisasi, RRI memiliki RRI Play, pendengar dapat streaming siaran RRI yang dapat di unduh di Appstore dan Playstore. RRI juga menggunakan media sosial walaupun belum maksimal. Kemudian ada RRI 30 detik untuk mendapatkan informasi.

Terkait dengan materi pemberitaan, RRI bekerjasama dengan *stake holder*, antara lain RRI sendiri, Dewas Redaksi, Parlemen dan Pemerintah. Sejauh ini hubungan RRI dengan *stakeholder* cukup baik, masukan tetap ada. Misalnya RRI tetap menjaga persatuan, RRI tidak mempromosikan auditasi yang menentang Pancasila.

Jam Siar

Dari segi pemberitaan, ada banyak sekali berita yang di siarkan kepada pendengar. Tiap jam minimal ada dua berita, *flat news* tiap jam tiga berita, dan untuk *live report on the spot* tiap jam ada empat berita.

Siaran RRI berlangsung selama 24 jam dan semuanya penting. Strategi RRI khususnya pada siaran Pro 3 dalam menentukan jam siar materi pemberitaan di bagi menjadi 5 bagian, antara lain Indonesia Dini Hari, Indonesia Menyapa Pagi, Indonesia Menyapa Siang, Indonesia Menyapa Sore, dan Indonesia Menyapa Malam. (Faizah 2015).

Sumber Daya Manusia

Strategi RRI dalam usaha peningkatan kualitas SDM bekerja sama dengan pusdiklat, mereka memiliki program reporter dan penyiar unggulan, kemudian Presenter dan Reporter unggulan tersebut dikirim untuk mendapatkan pendidikan. RRI juga mengadakan diskusi rutin bagaimana memberi pemahaman kepada presenter, reporter di lapangan dan didiskusikan.

Agar siaran RRI tetap mengudara, RRI memiliki standar dalam mencari penyiar. Sosok penyiar yang *smart*, cerdas, suara baik yang dibutuhkan RRI, dan yang paling utama presenter itu mampu menyampaikan, penutur, menyapa pendengar dan narasumbernya. Karena radio itu bertutur, menyapa bukan pembaca. Memasuki Era Jurnalistik Konvergensi Media, upaya yang dilakukan RRI untuk meningkatkan kualitas SDM antara lain dengan mengadakan *workshop*, pelatihan, diskusi.

Saat ini RRI memberikan fasilitas kepada Reporter untuk melaksanakan pendidikan kembali hal ini bertujuan RRI akan menjadi media *broadcaster* yang menyiarkan siaran langsung Piala Dunia di Rusia pada pertengahan tahun 2018, Reporter yang terbaik akan dikirimkan untuk meliput langsung kegiatan tersebut atau apapun event nya yang berkaitan dengan RRI.

Strategi Menghadapi Era Digitalisasi Penyiaran

Memasuki era digitalisasi, digitalisasi penyiaran radio di Indonesia bukan saja modernisasi yang bermuara

pada aktualisasi, melainkan lebih mengarah pada “revolusi penyiaran”. Artinya, proses transformasinya berlangsung sangat cepat. Modernisasi akan bertahan lama jika disertai dengan kontemplasi yang berujung pada “*how to inovate, to create, to improve, and to conduct*”.

RRI saat ini telah memulai proses perubahan dari analog ke digital. Dahulu program siaran masih menggunakan piringan hitam, ataupun kaset. Kini semua file dapat diunduh, disimpan, dan diputar. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut, masyarakat dapat menikmati siaran RRI yang dipancarkan dengan teknologi DAB (*Digital Audio Broadcasting*). Teknologi digital tersebut menghasilkan siaran yang dapat didengar dengan kualitas suara jauh lebih jernih. (Faizah 2015).

Agar radio berita tidak benar-benar ditinggalkan pendengar, maka radio dituntut melakukan transformasi agar dapat mengimbangi perkembangan zaman yang serba digital. Salah satunya dengan menyediakan fitur digital dan aplikasi yang memungkinkan pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa terbatas waktu maupun tempat melalui *gadget*.

Sejak akhir 2013, RRI menciptakan tiga aplikasi berbasis sistem android dan iOS. Ketiga aplikasi yang dapat diunduh *google store* dan *Appstore* itu terdiri atas RRI Play, Be Young, dan RRI 30 Detik. Melalui inovasi tersebut, semua siaran RRI saat ini bisa di dengarkan melalui *gadget* dengan mengakses aplikasi yang disebut RRI Play.

RRI meluncurkan aplikasi RRI Play pada akhir Tahun 2013. Kelahiran RRI Play telah mensejajarkan RRI dengan lembaga penyiaran dunia yang telah lebih dulu menyediakan layanan penyiaran digital berbasis internet. Keberhasilan RRI mengembangkan RRI Play diakui oleh konsultan Radio Swedia, Michael Berwijk yang menurutnya RRI telah melakukan lompatan yang mengagumkan dalam

menerapkan teknologi penyiaran modern. (Faizah 2015).

Selain itu, RRI menyiapkan kanal khusus untuk anak muda yang diberi nama Be Young. Program ini akan merangkul komunitas-komunitas anak muda, seperti komunitas band *indie*, hingga lifestyle berupa travel, kuliner, olahraga, teknologi, budaya hingga komunitas-komunitas anak muda diseluruh Indonesia. Siaran-siaran RRI juga tidak hanya tersedia dalam format suara tetapi juga secara visual dengan gambar dan video. Program ini ditampung dalam kanal RRI Picture.

RRI juga membaca tumbuhnya tren *citizen journalism* dengan menghadirkan “RRI 30 Detik”. Melalui aplikasi ini, para pendengar dapat merekam kejadian yang terjadi di sekitar mereka dan melaporkannya kepada RRI melalui aplikasi 30 Detik.

Teknologi digital yang dilakukan RRI merupakan bagian dari respons RRI terhadap perubahan industri penyiaran saat ini. Langkah ini merupakan bagian dari strategi RRI menghadapi persaingan yang tengah berlangsung. (Faizah 2015).

KESIMPULAN

RRI sebagai media yang mewakili publik, mewakili pemerintah, dan mewakili RRI sendiri maka konten siaran RRI harus menjadi rujukan masyarakat. Usaha yang dilakukan RRI untuk mendapatkan minat pendengar antara lain RRI membuat program yang melibatkan pendengar. Pendengar dapat mengirimkan dan memberikan informasi kepada masyarakat atau disebut *citizen journalism* melalui RRI 30 Detik. RRI melakukan siaran selama 24 jam dalam sehari. Selain itu, RRI bekerja sama dengan Pusdiklat, dengan membuat program reporter dan presenter unggulan serta mengadakan diskusi rutin dengan presenter dan reporter di lapangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas presenter dan reporter, yang mana tugas mereka langsung

berhubungan dengan pendengar. Selain itu, dalam memasuki era digitalisasi, RRI menciptakan tiga aplikasi berbasis sistem android dan iOS yang dapat diunduh *google store* dan *Appstore* antara lain RRI Play, *Be Young*, dan RRI 30 Detik.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian; diharapkan pihak RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang dapat menjaga konsistennya untuk menjalankan strategi yang telah dirancang sesuai dengan hasil penelitian di atas dan dapat aktif menggunakan teknologi (khususnya media sosial) untuk berkomunikasi dengan pendengar secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Faizah, Nurul. 2015. “Transformasi RRI Dalam Era Konvergensi Media.” Jakarta: Lembaga Penyiaran Publik RRI.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. 2004: Remaja Rosdakarya.
- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Rohanudin, M. 2014. *RRI Play Strategi Memenangkan Persaingan Global*. Yogyakarta: Diandra Pustaka Indonesia.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo, anggota Ikapi.
- RRI, LPP. 2011. “Smart Book Pemberitaan RRI.” *LPP RRI*, 2011.