E-ISSN : 2988-1986
Saintek
https://ejournal.warunayama.org/kohesi

Kohesi: Jurnal Multidisiplin

Volume 10 No 5 Tahun 2025

PEMANFAATAN APLIKASI RRI DIGITAL SEBAGAI MEDIA MUSIK ANAK MUDA MELALUI KANAL PROGRAMA 2 RRI JAKARTA

Afriana Sarluf[1*], Murtiadi [2], Roynaldi Arista[3]

[1,2,3] Universitas Bina Sarana Informatika
*e-mail: afrianasarluf03@gmail.com[1], murtiadi.mdi@bsi.ac.id[2], roynaldi.ros@bsi.ac.id[3]

Abstract

The utilization of the RRI Digital Application through the Programa 2 RRI Jakarta channel represents a strategic effort by Radio Republik Indonesia to address the advancement of communication technology and changes in media consumption behavior among young generations. This study aims to understand how the RRI Digital Application can expand broadcast reach, maintain the existence of public radio, and fulfill the entertainment and information needs of youth in the digital era. The research employs a qualitative descriptive method with the New Media theory as the foundation to examine the use of digital technology in facing media convergence and adapting to audience consumption patterns. The findings indicate that the RRI Digital Application is effective in broadening broadcast reach, sustaining public radio, and responding to youth needs through relevant music content, interactive programs, and accessible digital platforms. This utilization also strengthens RRI's role as an innovative, relevant, and responsive public broadcaster, while providing input for future strategies.

Keywords: *Radio, RRI Digital, Programa 2, New Media, Youth*

Abstrak

Pemanfaatan Aplikasi RRI Digital melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta merupakan salah satu langkah strategis Radio Republik Indonesia dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi serta perubahan perilaku konsumsi media generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Aplikasi RRI Digital mampu memperluas jangkauan siaran, menjaga eksistensi radio publik, sekaligus memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi anak muda di era digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan landasan teori New Media untuk melihat pemanfaatan teknologi digital dalam menghadapi konvergensi media serta adaptasi pola konsumsi audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aplikasi RRI Digital efektif dalam memperluas jangkauan siaran, mempertahankan eksistensi radio publik, serta merespons kebutuhan generasi muda melalui konten musik relevan, program interaktif, dan akses mudah melalui perangkat digital. Pemanfaatan aplikasi ini memperkuat peran RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang inovatif, relevan, dan responsif, sekaligus menjadi masukan dalam pengembangan strategi siaran agar tetap diminati dan berdaya saing.

Kata Kunci: Radio, RRI Digital, Programa 2, New Media, Anak Muda

Article History
Received: Oktober 2025
Reviewed: Oktober 2025
Published: Oktober 2025

Plagiarism Checker No 756
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Kohesi.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Kohesi

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki peran penting sejak awal abad ke-20. Kehadirannya telah menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi, hiburan, hingga edukasi bagi masyarakat luas. Sejak masa awal perkembangannya, radio dikenal mampu menjangkau khalayak secara cepat dan luas, bahkan hingga ke wilayah terpencil yang sulit dijangkau oleh media cetak maupun televisi. Keunggulan utama radio terletak pada kemampuannya menyajikan berita, musik, serta program hiburan secara langsung dengan biaya relatif murah, serta dapat dinikmati tanpa memerlukan kemampuan baca-tulis. Hal tersebut membuat radio menjadi media komunikasi yang dekat dengan masyarakat lintas generasi, sekaligus menjadikannya bagian penting dalam sejarah perkembangan media di Indonesia maupun dunia (Gąsiorowska, 2012).

Namun, memasuki era digital pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21, radio menghadapi tantangan besar. Perubahan signifikan terjadi ketika internet dan perangkat digital, khususnya smartphone, mulai mendominasi cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Munculnya berbagai platform streaming musik, podcast, hingga aplikasi radio digital membawa pergeseran perilaku audiens, terutama kalangan muda. Generasi milenial dan Gen Z cenderung lebih memilih media yang menawarkan fleksibilitas, interaktivitas, serta personalisasi konten sesuai selera mereka. Kondisi ini menyebabkan popularitas radio analog semakin menurun, karena dianggap kurang mampu memenuhi kebutuhan gaya hidup generasi digital yang serba cepat, dinamis, dan praktis (Hussein, 2018).

Perubahan lanskap media tersebut menuntut lembaga penyiaran untuk melakukan inovasi agar tetap relevan. Radio Republik Indonesia (RRI), sebagai lembaga penyiaran publik yang berdiri sejak tahun 1945, memiliki mandat penting untuk menyebarkan informasi, pendidikan, hiburan, sekaligus memperkuat identitas budaya bangsa. Dalam menghadapi perkembangan teknologi serta perubahan preferensi audiens, RRI dituntut untuk bertransformasi mengikuti arus digitalisasi. Salah satu bentuk nyata dari transformasi ini adalah hadirnya aplikasi RRI Digital, yang menyediakan berbagai kanal siaran secara daring, termasuk kanal yang khusus berfokus pada musik anak muda, yakni Programa 2 RRI Jakarta (Munthe et al., 2022).

Transformasi digital yang dilakukan RRI bukan hanya sekadar langkah adaptif, tetapi juga strategi untuk mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi ketat media digital global. Generasi muda masa kini lebih akrab dengan layanan digital populer seperti Spotify, Joox, dan YouTube Music, yang memungkinkan mereka menikmati musik secara on-demand sesuai preferensi pribadi. Dalam situasi ini, aplikasi RRI Digital hadir sebagai alternatif media musik dengan beberapa keunggulan, antara lain akses yang gratis, bebas iklan, serta penyajian konten yang menyesuaikan karakteristik dan kebutuhan anak muda. Hal ini menjadikan RRI Digital tidak hanya sebagai sarana modernisasi penyiaran, tetapi juga sebagai upaya strategis untuk menjembatani generasi digital dengan lembaga penyiaran publik.

Programa 2 RRI Jakarta atau yang lebih dikenal dengan RRI Pro 2 menjadi salah satu kanal yang dirancang khusus untuk menjangkau audiens muda, terutama dari kalangan Gen Z dan milenial. Dengan slogan “Teman Terbaik Kamu,” Pro 2 menghadirkan beragam musik populer, baik dari musisi lokal maupun internasional, yang disesuaikan dengan tren dan selera generasi muda. Selain itu, gaya penyiarannya yang santai, interaktif, dan akrab menjadikan kanal ini mampu menciptakan kedekatan emosional

dengan pendengarnya. Tidak hanya sekadar menyuguhkan musik, Pro 2 juga sering mengangkat tema-tema gaya hidup, hiburan, dan isu sosial yang relevan dengan kehidupan anak muda. Program-program interaktif seperti voting lagu, berbagi pengalaman, hingga sesi tanya jawab langsung menjadi nilai tambah yang membuat audiens merasa dilibatkan secara aktif dalam isi siaran (Harliantara, 2016).

Keberadaan aplikasi RRI Digital semakin memperkuat posisi Pro 2 sebagai media musik anak muda. Melalui aplikasi ini, pendengar dapat mengakses siaran secara mobile kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda yang cenderung digital dan serba praktis. Tidak hanya itu, fitur-fitur interaktif seperti request lagu, playlist personal, hingga ruang interaksi virtual diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperluas jangkauan pendengar. Dengan demikian, RRI Digital berperan penting dalam mendukung reposisi RRI sebagai media yang tidak hanya informatif, tetapi juga relevan dengan gaya hidup generasi baru (Erwin Mulyadi, 2019).

Kendati demikian, tantangan yang dihadapi tidaklah ringan. Di tengah dominasi platform musik internasional yang telah mapan, aplikasi RRI Digital harus mampu menawarkan nilai unik dan diferensiasi. Hal ini penting agar RRI tidak hanya menjadi sekadar pelengkap, melainkan benar-benar menjadi pilihan utama bagi audiens muda. Tantangan tersebut mencakup aspek promosi aplikasi, desain antarmuka yang ramah pengguna, kualitas konten yang konsisten, serta strategi interaktivitas yang mampu menarik perhatian generasi digital. Jika tidak dikelola secara optimal, RRI Digital berpotensi kalah bersaing dengan platform global yang sudah memiliki basis pengguna besar dan fitur canggih (Harfiah, 2018).

Fenomena pergeseran konsumsi musik generasi muda dari media konvensional ke media digital menjadi isu penting dalam kajian komunikasi dan media. Radio sebagai media tradisional dituntut untuk mampu melakukan rebranding, tidak hanya untuk mempertahankan audiens lama, tetapi juga untuk menarik perhatian generasi baru yang lebih kritis, selektif, dan menuntut inovasi. Dalam konteks ini, aplikasi RRI Digital dan kanal Programa 2 RRI Jakarta menjadi objek penelitian yang menarik sekaligus relevan, karena mencerminkan bagaimana lembaga penyiaran publik berusaha bertransformasi dalam menghadapi era digital (Nurprabandari, 2015).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengeksplorasi bagaimana pemanfaatan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta, serta strategi yang dilakukan oleh RRI dalam mempertahankan relevansi dan daya tariknya di tengah persaingan media digital global (Sapari et al., 2022).

Rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana pemanfaatan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pemanfaatan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta.

Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua. Pertama, manfaat praktis, yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi praktisi penyiaran, khususnya pihak RRI, pengelola Programa 2, serta pengembang aplikasi RRI Digital dalam merancang strategi konten dan fitur yang lebih sesuai dengan preferensi anak muda. Kedua, manfaat akademis, yakni penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian akademik di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai transformasi media tradisional ke media digital, pemanfaatan aplikasi penyiaran digital, serta strategi lembaga penyiaran publik dalam menghadapi tantangan era digital.

Dengan demikian, pendahuluan ini menegaskan bahwa pemanfaatan aplikasi RRI Digital, khususnya melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta, merupakan salah satu wujud nyata dari upaya transformasi media tradisional menjadi digital. Fenomena ini bukan hanya penting untuk ditelaah dalam konteks perkembangan media, tetapi juga untuk melihat bagaimana lembaga penyiaran publik berupaya tetap relevan, adaptif, dan kompetitif di tengah arus globalisasi media digital yang semakin cepat.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk menggambarkan secara menyeluruh fenomena pemanfaatan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta. Pendekatan kualitatif deskriptif dipandang relevan karena mampu mengeksplorasi pengalaman, persepsi, serta pemaknaan dari informan terhadap aplikasi tersebut, baik dari sisi pengelola maupun audiens muda. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berupaya memahami data secara tekstual, tetapi juga menggali makna yang terkandung di balik praktik penggunaan media digital oleh generasi muda (Chun & Keenan, 2006).

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Paradigma ini menekankan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang tunggal dan objektif, melainkan terbentuk melalui interaksi, pengalaman, serta interpretasi individu. Oleh karena itu, penelitian ini memandang pengetahuan sebagai hasil konstruksi bersama antara peneliti dan informan. Paradigma konstruktivis memungkinkan peneliti memahami bagaimana RRI mengadaptasi teknologi digital, membangun inovasi, serta mempertahankan relevansi sebagai lembaga penyiaran publik di tengah perubahan pola konsumsi media generasi muda yang semakin digital dan mobile.

Lokasi penelitian ditetapkan di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Radio Republik Indonesia, khususnya di kantor pusat RRI di Jalan Medan Merdeka Barat Nomor 4–5 Jakarta Pusat. Fokus penelitian diarahkan pada kanal Programa 2 RRI Jakarta sebagai subjek utama, dengan periode penelitian berlangsung selama April hingga Juni 2025. Unit analisis mencakup strategi pemanfaatan aplikasi RRI Digital oleh pengelola Programa 2, serta pengalaman dan preferensi audiens muda yang menjadi pendengar aktif kanal tersebut.

Definisi konseptual penelitian ini dijabarkan dalam tiga pokok utama. Pertama, pemanfaatan aplikasi RRI Digital diartikan sebagai penggunaan fitur dan layanan aplikasi tersebut oleh kalangan muda untuk tujuan hiburan musik. Kedua, media musik dipahami sebagai sarana penyebaran dan konsumsi musik melalui platform digital yang memungkinkan akses instan dan personalisasi. Ketiga, kanal Programa 2 RRI Jakarta diposisikan sebagai wadah konten musik populer yang dikemas secara fleksibel dan dirancang untuk menjangkau audiens muda.

Pemilihan informan dilakukan secara purposive, yakni berdasarkan pertimbangan keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Informan utama adalah pengelola

aplikasi sekaligus produser Pro 2 Jakarta, sedangkan informan pendukung terdiri dari pendengar aktif aplikasi RRI Digital di kalangan anak muda. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur, observasi langsung, serta dokumentasi arsip dan konten digital. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman pengguna dan strategi pengelola, observasi dilakukan untuk mengamati praktik siaran serta interaksi audiens, sementara dokumentasi membantu memperkuat data melalui catatan program, arsip siaran, maupun konten digital aplikasi.

Data yang terkumpul dianalisis dengan metode analisis kualitatif melalui tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi relevan yang sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang terstruktur untuk memudahkan pemahaman. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus memberikan gambaran mengenai strategi RRI dalam memanfaatkan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghadirkan deskripsi komprehensif mengenai transformasi media tradisional ke digital dalam konteks penyiaran publik di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian mengenai transformasi digital di LPP RRI Samarinda, khususnya Programa 2, menemukan bahwa proses adaptasi lembaga penyiaran publik ini terhadap perkembangan media digital sudah berjalan cukup signifikan meskipun menghadapi berbagai keterbatasan. Berdasarkan wawancara dengan pejabat struktural, diketahui bahwa RRI Samarinda memiliki komitmen untuk memperluas jangkauan audiens, terutama kalangan anak muda, melalui pemanfaatan kanal digital seperti streaming website, aplikasi RRI Play Go, serta media sosial Instagram, YouTube, dan TikTok. Upaya ini dimaksudkan agar konten siaran tidak lagi terbatas pada jangkauan frekuensi FM, tetapi dapat diakses secara lintas platform dan tanpa batas geografis.

1. Awal Perkembangan Programa 2 Sebagai Media Musik Anak Muda

Berdasarkan hasil penelitian, awal perkembangan Programa 2 RRI Jakarta menunjukkan adanya pergeseran strategi segmentasi dari kalangan eksekutif muda menuju anak muda perkotaan. Pada awalnya, Programa 2 hadir dengan gaya siaran yang santai dan kasual tanpa fokus khusus pada segmen remaja. Namun, sejak tahun 2010–2011, terjadi reposisi strategi yang menempatkan Programa 2 sebagai radio anak muda untuk merespons kompetisi dengan radio swasta seperti Trax FM dan Prambors yang lebih dulu menguasai pasar. Transformasi ini tidak hanya sebatas perubahan genre siaran, melainkan juga mencerminkan strategi adaptasi terhadap dinamika industri radio yang semakin kompetitif. Dalam perspektif Teori New Media, reposisi ini menunjukkan kemampuan RRI memanfaatkan perkembangan digital untuk mendekatkan diri dengan generasi muda melalui konten interaktif, mudah diakses, dan relevan dengan gaya hidup audiens. Perubahan tersebut terbukti berhasil karena hingga kini Programa 2 mampu bertahan bahkan masuk dalam 20 besar radio dengan jumlah pendengar terbanyak di Jakarta. Hal ini menandakan bahwa reposisi strategis RRI melalui Programa 2 menjadi langkah efektif dalam mempertahankan eksistensi radio publik di tengah dominasi media komersial serta perubahan pola konsumsi media generasi muda.



Gambar 1. Jumlah Pendengar Programa 2 Jakarta

2. Jenis Konten Musik dalam Aplikasi RRI Digital

Jenis konten musik dalam aplikasi RRI Digital menunjukkan adanya strategi adaptasi yang dilakukan RRI untuk mempertahankan relevansi di tengah persaingan media digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizky Ifnafiar, konten musik yang ditayangkan melalui aplikasi bersifat linear, yakni sama persis dengan siaran radio Pro 2. Komposisi musik terdiri dari sekitar 60% lagu Indonesia dan 40% lagu Barat, sehingga mampu menghadirkan keseimbangan antara identitas budaya lokal dan tren global. Pemilihan komposisi ini mencerminkan upaya RRI untuk menampilkan musik yang dekat dengan audiens muda, sekaligus menegaskan peran radio publik dalam mendukung karya musik nasional.

Jika dikaji melalui perspektif Teori New Media, keberadaan aplikasi RRI Digital menunjukkan transformasi penting dalam pola produksi dan distribusi konten. RRI tidak hanya mengandalkan siaran radio tradisional, tetapi juga memperluas jangkauan melalui platform digital yang lebih mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Hal ini menjadi langkah strategis untuk bersaing dengan layanan streaming musik yang semakin populer. Dengan menghadirkan konten musik yang variatif dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda, RRI berhasil memadukan karakteristik radio konvensional dengan fleksibilitas media digital. Inovasi ini membuktikan bahwa RRI mampu beradaptasi dengan perubahan pola konsumsi musik, sekaligus menjaga eksistensinya di era digital.



Gambar 2. Tampilan Channel pada Aplikasi RRI Digital dan Profil Penyiar

3. Strategi RRI dalam Menarik Minat Anak Muda melalui Aplikasi RRI Digital

Strategi RRI dalam menarik minat anak muda melalui aplikasi RRI Digital dilakukan dengan pendekatan yang tidak hanya mengandalkan siaran, tetapi juga promosi langsung melalui berbagai event off air. Berdasarkan wawancara dengan Rizki Ifnafiar, RRI kerap mengadakan aktivasi di lapangan dengan memberikan promosi khusus untuk memperkenalkan aplikasi RRI Digital. Strategi ini menunjukkan bahwa RRI memahami pentingnya membangun kedekatan secara langsung dengan audiens muda agar mereka lebih familiar dan tertarik untuk menggunakan aplikasi.

Jika dikaitkan dengan Teori New Media, strategi ini selaras dengan karakteristik media digital yang interaktif, fleksibel, dan mampu menghadirkan pengalaman personal. Anak muda saat ini cenderung mengakses media bukan hanya untuk hiburan, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup yang mobile dan berbasis teknologi. Dengan menghadirkan aplikasi yang ringan, mudah diakses, dan dipromosikan secara aktif melalui kegiatan off air, RRI berhasil menyesuaikan diri dengan kebutuhan generasi muda yang menginginkan media cepat, personal, dan menyenangkan.

Sejalan dengan pandangan Ismed et al. (2020), inovasi radio di era digital tidak cukup hanya melalui teknologi, tetapi juga harus dibarengi dengan upaya membangun engagement. Dengan demikian, kombinasi promosi digital dan interaksi langsung menjadi kunci keberhasilan RRI dalam mempertahankan relevansinya di tengah dominasi platform digital lain.



Gambar 3. Tampilan Fitur Live Chat dan UMKM

4. Efektivitas Aplikasi RRI Digital dalam Menjangkau Anak Muda

Efektivitas aplikasi RRI Digital dalam menjangkau anak muda dapat dilihat dari keberhasilannya memperluas audiens hingga ke luar Jakarta. Berdasarkan wawancara dengan Rizky Ifnafiar, aplikasi ini dinilai sangat efektif karena mampu menghadirkan siaran Programa 2 tidak hanya bagi pendengar di ibu kota, tetapi juga bagi masyarakat dari berbagai daerah. Hal ini dibuktikan dengan data penggunaan aplikasi, di mana siaran Pro 2 Jakarta telah didengarkan oleh lebih dari 137 ribu pengguna. Angka tersebut menunjukkan bahwa RRI berhasil menyesuaikan diri dengan pola konsumsi generasi muda yang kini lebih banyak mengakses konten melalui perangkat digital, khususnya ponsel.

Jika dikaitkan dengan Teori New Media, keberadaan aplikasi RRI Digital mencerminkan karakteristik media baru yang interaktif, fleksibel, dan mudah diakses. Anak muda yang terbiasa dengan gaya hidup mobile dapat menikmati siaran radio kapan saja dan di mana saja, sehingga keterjangkauan RRI semakin luas. Temuan ini juga sejalan dengan pandangan Ismed et al. (2020) yang menekankan pentingnya inovasi radio publik agar tetap relevan di tengah dominasi layanan streaming musik dan hiburan digital. Dengan demikian, tingginya jumlah pendengar serta respon positif dari audiens menjadi indikator bahwa aplikasi RRI Digital merupakan langkah strategis dan efektif dalam mempertahankan eksistensi RRI di era digital, khususnya di kalangan generasi muda.

5. Proses Pemilihan Lagu di Programa 2 RRI Jakarta

Proses pemilihan lagu di Programa 2 RRI Jakarta menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan relevansi di kalangan pendengar muda. Berdasarkan wawancara dengan Rizky Ifnafiar, pemilihan musik dilakukan melalui kurasi yang terstruktur oleh tim internal dengan peran utama seorang music director. Lagu-lagu yang diputar tidak ditentukan secara acak, melainkan melalui diskusi dan pertimbangan mendalam, mulai dari genre, tren populer, hingga kesesuaian dengan segmen sosial-ekonomi pendengar. Dengan demikian, kurasi musik di Programa 2 memperhatikan segmentasi audiens, baik kelas A, B, maupun C, agar konten yang disajikan tetap sesuai dengan selera dan gaya hidup target pendengar.

Jika dianalisis melalui Teori New Media, strategi ini menunjukkan bagaimana media penyiaran publik seperti RRI memanfaatkan pendekatan personalisasi dalam menghadirkan konten. Melalui aplikasi RRI Digital, musik yang dipilih tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai representasi identitas siaran dan jembatan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens muda. Di era digital, pendengar tidak lagi sekadar penerima pasif, melainkan bagian dari ekosistem interaktif yang dapat menilai dan mengonstruksi pengalaman mendengarkan sesuai identitas mereka. Dengan strategi kurasi ini, Programa 2 mampu menjaga relevansi sekaligus memperkuat posisinya di tengah persaingan media digital yang semakin ketat.

6. Interaksi dan Umpan Balik Pendengar Muda Melalui Aplikasi RRI Digital

Interaksi dan umpan balik pendengar muda melalui aplikasi RRI Digital menjadi salah satu aspek penting dalam menjaga relevansi siaran. Berdasarkan wawancara dengan Rizky Ifnafiar, pendengar aktif memberikan tanggapan melalui saluran digital seperti WhatsApp dan live chat. Kehadiran fitur ini menunjukkan bahwa RRI berusaha membangun ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi lebih aktif dalam program siaran. Anak muda dapat menyampaikan request lagu, memberikan komentar, atau merespons jalannya acara secara real-time, sehingga pengalaman mendengarkan terasa lebih personal dan interaktif.

Jika dikaitkan dengan Teori New Media, interaksi ini menandai pergeseran media dari model komunikasi satu arah menjadi ruang partisipatif. Aplikasi RRI Digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi konten, tetapi juga sebagai platform keterhubungan sosial yang mendukung ekspresi diri dan keterlibatan audiens. Bagi generasi muda, interaktivitas semacam ini sangat penting karena sesuai dengan karakter mereka yang terbiasa dengan budaya digital, partisipasi sosial, serta kebutuhan akan konektivitas instan. Dengan adanya ruang interaksi ini, pendengar tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan turut berperan dalam membentuk dinamika

siaran. Hal ini memperkuat posisi RRI Digital sebagai media publik yang adaptif terhadap perubahan pola konsumsi dan budaya komunikasi generasi muda.

7. Alasan Memilih Programa 2 di Aplikasi RRI Digital sebagai Media Musik

Di tengah maraknya platform musik digital seperti Spotify, Joox, atau YouTube Music, kehadiran Programa 2 melalui aplikasi RRI Digital tetap mendapat tempat di hati sebagian anak muda. Berdasarkan wawancara dengan Arief Budiman, alasan utama mereka memilih Pro 2 adalah karena kanal ini konsisten menghadirkan musik yang relevan dengan tren terkini, termasuk lagu-lagu dari musisi yang sedang naik daun atau viral di media sosial. Hal ini membuat pendengar merasa selalu update dengan perkembangan musik terbaru, baik lokal maupun internasional. Selain itu, Pro 2 juga rutin menghadirkan artis yang baru merilis single, video klip, maupun karya yang populer sebagai backsound di TikTok atau Instagram. Faktor relevansi inilah yang menjadikan Pro 2 berbeda, karena mampu menjembatani selera musik generasi muda dengan gaya hidup digital mereka.

Jika dikaitkan dengan Teori New Media, pilihan anak muda terhadap Pro 2 mencerminkan bagaimana media tradisional seperti radio mampu bertransformasi menjadi media yang interaktif, adaptif, dan terhubung dengan budaya digital. Tidak hanya menghadirkan musik, Pro 2 juga membangun interaksi melalui penyiar yang akrab, santai, dan komunikatif. Kombinasi antara konten musik yang up-to-date dan kedekatan emosional inilah yang membuat Pro 2 tetap relevan, bahkan di tengah persaingan ketat platform musik digital global.

8. Pengalaman Menggunakan Aplikasi RRI Digital untuk Pertama Kali

Pengalaman pertama menggunakan aplikasi RRI Digital pada umumnya menghadirkan kesan campuran antara kebingungan dan antusiasme. Sebagian pengguna, seperti disampaikan Arief Budiman, mengaku awalnya sempat bingung karena platform ini masih baru dan belum banyak dikenal oleh anak muda. Namun, setelah digunakan beberapa kali, aplikasi tersebut dinilai menarik karena menawarkan fitur yang lengkap dan bervariasi. Tidak hanya memungkinkan pendengar menikmati siaran radio dari Jakarta, aplikasi ini juga memberikan akses ke seluruh kanal RRI di Indonesia, mulai dari Pro 1, Pro 2, Pro 3, Pro 4, Pro 5 Voice of Indonesia, hingga kanal tematik seperti Jazz Channel dan Channel Kenangan.

Selain konten siaran, aplikasi RRI Digital juga menghadirkan fitur interaktif seperti kolom chat antarpendengar, akses podcast, berita yang terhubung ke RRI.co.id, hingga informasi media sosial penyiar. Kehadiran fitur ini memberikan pengalaman yang lebih kaya dibandingkan radio konvensional. Dari perspektif Teori New Media, aplikasi ini mencerminkan konvergensi media yang memadukan hiburan, informasi, interaksi sosial, dan personalisasi dalam satu platform. Hal ini memungkinkan audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif berpartisipasi, berinteraksi, bahkan membangun kedekatan dengan penyiar. Dengan demikian, pengalaman menggunakan aplikasi RRI Digital memperlihatkan bentuk nyata transformasi radio tradisional menuju ekosistem media digital yang partisipatif dan relevan bagi generasi muda.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan aplikasi RRI Digital sebagai media musik anak muda melalui kanal Programa 2 RRI Jakarta, dapat disimpulkan bahwa transformasi yang dilakukan RRI telah berjalan secara signifikan dan relevan dengan tuntutan perkembangan zaman. Programa 2 RRI Jakarta berhasil beralih dari model radio konvensional ke arah media digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup pendengar muda. Pergeseran segmen audiens dari eksekutif muda ke kalangan anak muda menunjukkan adanya strategi adaptif yang diterapkan oleh manajemen siaran, sehingga tetap kompetitif di tengah ketatnya persaingan dengan radio swasta maupun platform musik digital lainnya.

Pemanfaatan aplikasi RRI Digital memberikan berbagai keuntungan, baik dari sisi teknis maupun interaktif. Dari sisi teknis, aplikasi ini mempermudah akses siaran dengan kualitas audio yang lebih baik dan stabil. Dari sisi interaksi, aplikasi menghadirkan fitur yang memungkinkan audiens berkomunikasi dengan penyiar maupun sesama pendengar, sehingga menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih partisipatif. Hal ini menjawab kebutuhan anak muda yang tidak hanya ingin menjadi pendengar pasif, tetapi juga terlibat aktif dalam ruang digital yang mereka konsumsi.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi Teori New Media yang menekankan transformasi media dari model tradisional menuju ekosistem digital yang interaktif, konvergen, dan fleksibel. Kehadiran aplikasi RRI Digital membuktikan bahwa media penyiaran publik mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta pola konsumsi audiens generasi muda. Inovasi ini tidak hanya menjaga keberlangsungan eksistensi RRI sebagai lembaga penyiaran publik, tetapi juga memperluas jangkauan audiens melalui strategi digitalisasi. Dengan demikian, aplikasi RRI Digital menandai pergeseran peran radio dari sekadar media penyiaran satu arah menjadi bagian dari ekosistem media digital yang dinamis, partisipatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

Baoill, A. (2008). Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. In *Social Science Computer Review* (Vol. 26, Issue 2). https://doi.org/10.1177/0894439307306088

Chun, W. H. K., & Keenan, T. (2006). New media, old media: a history and theory reader. In *reader*.

Erwin Mulyadi. (2019). Industri Media Televisi Di Tengah Era Digitalisasi Dan Konvergensi Media Baru. *Journal Visioner: Journal of Television*, *04*(July 2019).

Gąsiorowska, B. (2012). The New Media and Technocultures Reader. *Zagadnienia Informacji Naukowej - Studia Informacyjne*, *50*(2(100)). https://doi.org/10.36702/zin.623

Harfiah, Y. (2018). Peran Media Online Terhadap Kinerja Lembaga Penyiaran Publik Di Era Konvergensi Media (Studi Kasus : LPP RRI Madiun). *Jurnal Revitalisasi*, *7*(2).

Harliantara, Mr. (2016). KOMUNIKASI SIARAN INTEGRASI MEDIA KONVENSIONAL DAN INTERNET PADA PENYIARAN RADIO SWASTA. *Jurnal Komunikasi*, *10*(2). https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol10.iss2.art4

Hasan, A. F., Sarwani, S., & Ramadhani, M. M. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI RADIO dBs 101,9 FM BANJARMASIN DALAM MENARIK PARTISIPASI PENDENGAR PADA PROGRAM REQUEST LAGU. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(1). https://doi.org/10.31602/jm.v4i1.4939

Hussein, E. E. (2018). Journalism Ethics, Attitude on New Media Journalism and the New Media Readers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *8*(6). https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i6/4256

Munthe, R. A., Saidin, OK., Leviza, J., & Harris, Abd. (2022). Analisis Yuridis Penyedia Layanan Konten Penyiaran Berbasis Internet dengan Layanan Konten Melalui Spectrum Televisi dan Radio. *Locus Journal of Academic Literature Review*. https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i3.61

Muzykant, V. L., Ponomarenko, E. B., Barabash, V. V., Denisenko, V. N., & Shlykova, O. V. (2019). New media: Invective language transformation of global communication. *XLinguae*, *12*(1). https://doi.org/10.18355/XL.2019.12.01.06

Nurprabandari, A. (2015). Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Banten Dalam Membangun Eksistensi Sebagai Lembaga Penyiaran Publik. In *Jurnal Signal*.

Sapari, Y., Manshur, M. I., & Kamaludin, M. (2022). STRATEGI PROGRAM RRI PLAY GO DALAM MEMBANGUN INOVASI DIGITAL SEBAGAI RADIO VISUAL “Tonton Apa yang Anda Dengar” (Studi deskriptif : Radio Republik Indonesia “RRI”). *JURNAL SIGNAL*, *10*(2). https://doi.org/10.33603/signal.v10i2.7305