

STRATEGI RRI PRO2 DALAM MENINGKATKAN PENDENGAR MILENIAL DI KOTA PALEMBANG

RRI PRO2 STRATEGY IN INCREASING MILENNIAL LISTENERS IN THE CITY OF PALEMBANG

¹Dwi Nur Alim ²Rina Pebriana

Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia
Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

¹2010701030@radenfatah.ac.id

²rinapebriana_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

Nowadays, radio broadcast programs continue to strive to maintain their existence by trying several strategies to increase listeners, especially the millennial generation. However, young people today are starting to lose interest in listening to radio and are more interested in listening to music or looking for news using applications on smartphones such as YouTube, Instagram and other applications. LPP RRI Palembang as a forum for broadcasting information, news, and entertainment services for all levels of society throughout the South Sumatra region has 4 programs, including Pro 1, Pro 2, Pro 3, and Pro 4. LPP RRI Pro 2 is a broadcast center for young people's creativity which is also one of the radio broadcasters that has a strategy in increasing the existence of millennial listeners. The purpose of this study was to find out the strategy carried out by RRI Palembang in increasing the interest of millennial listeners in RRI PRO 2. This research method was descriptive qualitative, which was used to understand directly based on the facts how the RRI PRO 2 strategy in increasing the interest of millennial listeners in Palembang City. The results of this study show that there are various strategies used by RRI Palembang in increasing millennial listening interest in Palembang City towards Pro2 broadcasts, namely by broadcasting off air and on air, packaging interesting programs, and through streaming broadcasts on social media.

Keyword : Strategy, Radio, Millennials

ABSTRAK

Di masa sekarang ini, program siaran radio terus berusaha untuk tetap mempertahankan eksistensinya dengan mencoba beberapa strategi dalam meningkatkan pendengar khususnya generasi milenial. Namun, anak muda saat ini mulai berkurang minatnya mendengarkan radio dan lebih tertarik mendengarkan musik atau mencari berita menggunakan aplikasi di *smartphone* seperti youtube, instagram dan aplikasi lainnya. LPP RRI Palembang sebagai wadah pelayanan siaran informasi, berita, dan hiburan seluruh lapisan masyarakat di seluruh wilayah Sumatera Selatan memiliki 4 program, antara lain Pro 1, Pro 2, Pro 3, dan Pro 4. LPP RRI Pro 2 merupakan pusat siaran kreatif anak muda yang juga menjadi salah satu siaran radio yang memiliki strategi dalam meningkatkan eksistensi pendengar milenial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tau strategi yang dilakukan oleh RRI Palembang dalam meningkatkan minat pendengar milenial di RRI PRO 2. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang digunakan untuk mendalami langsung berdasarkan fakta bagaimana strategi RRI PRO 2 dalam meningkatkan minat pendengar milenial di Kota Palembang. Hasil penelitian ini terdapat berbagai strategi yang digunakan pihak RRI Palembang untuk meningkatkan minat pendengar milenial di Kota Palembang terhadap siaran Pro 2 yaitu dengan melaksanakan siaran secara *off air* dan *on air*, melakukan pengemasan program acara yang menarik, serta melalui siaran *streaming* di media sosial.

Kata kunci : Strategi, Radio, Milenial

1. PENDAHULUAN

Radio merupakan salah satu dari berbagai media massa satu arah yang misinya memberikan pesan (berita, informasi dan hiburan) kepada public secara besar-besaran. Radio telah melewati perjalanan jauh dari sebuah media komunikasi massa sekarang ini. Dari 3 ahli yang memiliki wawasan yang luas, diantaranya seorang ahli ilmiah yang bernama James Maxwell berhasil mendapatkan formula yang dianggap dapat membentuk gelombang elektromagnetik, yaitu gelombang yang bertanggung atas gelombang radio dan televisi yang digunakan (1865). RRI merupakan satu-satunya radio yang menggunakan nama negara yang siarannya ditunjukkan untuk kebutuhan bangsa dan negara Indonesia. RRI merupakan Lembaga Penyiaran Publik yang tidak berpihak, non komersial, dan independen yang memiliki misi menyampaikan siaran berita, pendidikan, hiburan, *control social*, serta menjaga nama baik bangsa Indonesia.

Melihat Radio Republik Indonesia (RRI) tak bisa kita lepaskan dari perjuangan bangsa Indonesia terhadap kemerdekaan. Ini juga diperlihatkan oleh RRI (Radio Republik Indonesia) Palembang yang saat ini telah bertumbuh menjadi sebuah Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang beralamat di Jalan Radio no. 2 Km 4 Kelurahan D IV 20 Ilir Kecamatan Iir Timur 1 Palembang. Awalnya RRI ini berasal dari sebuah gang kecil yang ada dikawasan 9 Ilir. Pada gang ini, tahun 1946 RRI Palembang pertama kali mengudara. RRI Palembang memiliki 4 progama salah satu nya RRI Pro 2 padasiaranprogram RRI Pro2ini,merekamemberikan berita,informasi mengenai banyak hal yang diminati oleh kalangan generasi muda (milenial)baik itu dari pembahasan mengenai berita, kesehatan, musik,serta juga banyak memberikan tempat bagi generasi muda (milenial) yang ingin menunjukkan keahlian yang dimilikinya.

RRI Pro 2jugamenyampaikan berita atauinformasiaktifitas mahasiswa di sekitar kampus merekadan RRI pro2 juga mengajak para mahasiswa ini untuk mengikuti produksi siaran karena RRI Pro2 berharapacara atau program ini mampumewadahi aspirasi-aspirasi positif mahasiswa. Program yang ada di RRI Pro 2 juga tidak jarang mengundang tamu-tamu kalangan anak muda yang memiliki bakat atau prestasi, diharapkan kedatangan tamu ini agar memberikan pengalaman yang mereka miliki. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, radio yang mana kita ketahui dulunya mempunyai peran yang sangat penting dalam menyampaikan berita atau informasi terkhusus bagi anak muda di Indonesia, perlahan-lahan mulai tersingkirkan. Anak muda ini lebih senang untuk mendengarkan musik melalui aplikasi yang ada di *Smartphone* seperti *spotify*, *joox*, dan aplikasi musik lainnya. Alhasil, mereka malah lebih suka membaca berita dan informasi trending di media sosial meliputi Instagram, Twitter atau menontonnya di youtube. Mungkin inilah salah satu penyebab menurunnya minat mendengarkan anak muda (milenial) terhadap radio. Berdasarkan studi tahun 2014 oleh Nielsen, radio mengalami penurunan pendengar atau penikmat dengan jumlah sebesar 3% setiap tahunnya. Sementara itu untuk media promosi, radio hanya mempunyai tingkat penetrasi 30% di khalayak, kalau kita bandingkan dengan majalah, televisi ataupun media lainnya. Oleh karena itu, anak mudasaatinilebihseringmenghabiskan waktunya mereka untuk hal-hal yang membuat mereka senang daripada mengikuti lomba atau kompetisi yang bisa meningkatkan kemampuan mereka. Sementara generasi muda menjadi sasaran dari strategi yang diterapkan pihakRRI,khususnyaolehPro2FM91,6Mhz.Strategi yangdigunakan oleh Pro 2 itu dapat dibilang cukupmaksimal yaitu melalui *on air* dan *off air*, bukan hanya itu sejak media massa yang sangat canggih pada era ini, mereka juga melakukannya melalui web resmi RRI, aplikasi RRI *play go* dan Youtube.

Dalam konteks masalah yang ada, maka dari itu rumusan masalah yang diambil adalah “ Strategi apa yang sebaiknya dilakukan RRI Pro2 kota Palembang dalam meningkatkan minat pendengar milenial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dan mengetahui strategi yang diterapkan oleh RRI Palembang untuk meningkatkan minat pendengar milenial RRI Pro2. Dalam tesis Abdul Kohar (2019)

tentang daya tarik radio dakwah bagi generasi milenial dia menyebutkan Pemilihan tema yang tepat, juga harus dibarengi dengan cara penyajian yang tepat. Bagi pendengar millennial, gaya penyampaian pesan yang menarik itu harus mewakili sifatnya yang dinamis, kreatif dan kasual, serta seringkali penuh dengan candaan sehingga tidak membuat pendengar bosan. Kombinasi keduanya pemilihan subjek yang tepat dan cara penyajian yang baik adalah konten yang menarik bagi generasi muda atau milenial

1.1 Kerangka Teori

a. Komunikasi Massa

Banyak yang berpendapat komunikasi massa ialah komunikasi yang memakai media massa, memang benar komunikasi massa memerlukan media massa seperti majalah, surat kabar, televisi atau radio. Komunikasi massa yang mungkin mudah dipahami disampaikan oleh Bittner (Rakhmat dalam Romli, 2016), bahwa komunikasi massa merupakan pesan yang dikirimkan kepada banyak orang melalui media massa (*mass communication are messages that are communicated to a large number of people through a means of mass communication*). Oleh karena itu, kita dapat melihat bahwa komunikasi massa itu harus memakai media massa. (Romli 2016:1).

Pengertian komunikasi massa disampaikan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) Komunikasi massa merupakan penerapan dan penyebaran informasi yang didukung secara teknologi dan institusional dari peredaran informasi yang terus menerus tersebar luas dalam khalayak industri. Melihat dari pengertian yang disampaikan Gerbner mengenai komunikasi massa dapat membuat suatu produk berupa sebuah pesan komunikasi. Produk terus disalurkan ke masyarakat yang besar pada jeda waktu yang ditetapkan, seperti harian, mingguan atau bahkan bulanan. Pembuatan sebuah berita tidak bisa dilakukan oleh seseorang sendirian, tetapi harus dilakukan oleh institusi dan memerlukan beberapa teknologi, sehingga komunikasi massa banyak dilakukan oleh perusahaan industri. (Ardianto, 2007).

b. Media Massa

Mengutip dari Hafied Cangara, media merupakan sebuah alat yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada publik, selain itu pengertian media massa itu sendiri merupakan sarana yang dipakai untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke publik menggunakan sarana komunikasi meliputi radio, film, surat kabar, majalah dan televisi. Sebuah media dapat disebut media massa jika mempunyai ciri-ciri tertentu.

Menurut Cangara media massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a) Bersifat organisasi, artinya pihak yang dapat mengelola media berlangsung dari beberapa orang, yakni mulai dari mengumpulkan, mengelola hingga menyajikan informasi atau berita.
- b) Mempunyai sifat satu arah, artinya komunikasi yang digunakan tidak ada dialog antara komunikator atau orang yang mengirim pesan terhadap penerimanya. Kalau memang terjadi umpan balik akan tertunda atau memerlukan waktu.
- c) Melebar dan sesama, artinya dapat melewati rintangan dari jarak dan waktu, karena media massa ini mempunyai kecepatan bergerak secara menyeluruh dan cepat, dimana informasi atau berita yang dikirimkan dapat diterima oleh publik dalam waktu yang bersamaan.
- d) Menggunakan perangkat teknis atau mekanis surat kabar, televisi, radio dan lain sebagainya
- e) Bersifat terbuka, artinya pesan dari media massa ini dapat diterima siapapun tanpa melihat usia, jenis kelamin ataupun ras.

c. Radio

Radio merupakan salah satu media massa dengan ciri khas tersendiri karena hanya memancarkan suara. Radio mendapat logo komunikasi yang berbunyi dan hanya bisa ditangkap oleh telinga, sehingga radio termasuk dalam jenis media berupa ujaran atau suara. (*the spoken*

words), Arifin (1994:27). Dalam Romli Rahanatha menyampaikan definisi radio merupakan sebuah teknologi yang dapat dipakai untuk mengirimkan sebuah sinyal dengan modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan ini, yang di maksud dengan sebutan radio tidak hanya dimaksudkan bentuk fisiknya saja, tetapi anatara bentuk fisik dengan aktivitas radio saling bergantung dan tidak dapat di pisahkan satu dengan lainnya. (Romli 2016:77)

d. *Strategi*

Strategi mempunyai beberapa definisi berbeda yang disampaikan para ahli, Definisi strategi melihat kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu rencana kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Efendy (1999:31) strategi pada hakikatnya terdiri dari perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan. Rangkuti (2013:183) menyampaikan pendapat mengenai strategi adalah rencana intiyang menyeluruh, mendefinisikan bagaimana suatu perusahaan akan sampai dengan segala tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan apa yang telah direncanakan pada awalnya. Sementara itu, dalam bukunya Trout On Strategy, Jack Trout memaparkan esensi strategi, bagaimana bertahan di dunia persaingan, bagaimana menciptakan tanggapan yang baik di otak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kelebihan serta kekurangan kompetitor, mengkhususkan diri, menawarkan bimbingan dan mempelajari fakta pasar dengan menjadi yang terbaik bukan yang terburuk. Dari bermacam pengertian diatas, dapat saya simpulkan bahwa pengertian strategi adalah sesuatu yang ingin dilaksanakan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk menggapai suatu tujuan dengan rencana yang matang dan telah ditetapkan sebelumnya.

e. *Strategi Penyiaran Radio*

Strategi merupakan suatu bentuk persiapan dan pelaksanaan siaran secara holistik, yang meliputi pengertian perencanaan dan acara penyiaran dari sebuah stasiun radio. Menurut Onong Uchyana Effendy, strategi merupakan rencana rinci kegiatan untuk menggapai suatu tujuan tertentu. Proses penyiaran radio adalah proses yang lama dan ribet, tetapi harus bekerja pada keadaan pikiran dan perbuatan yang fleksibel, jitu, dinamis, cepat dan berkualitas. Strategi dalam radio untuk mendapatkan penyiaran dengan kualitas yang baik dan mendapatkan minat para pendengar meliputi :

1. *Strategi Konsistensi atau kesesuaian (Compatibility)*

Strategi kesesuaian ialah kesesuaian atau konsistensi dalam menjadwalkan dan memilih program dan kebutuhan khalyak atau pendengar. Stasiun radio harus melihat para pendengar yang dituju, sesuai apa tidak dengan apa yang telah dirancang.

2. *Strategi Pembentukan Kebiasaan (Habit Formation)*

Pembentukan kebiasaan yang ada disini melibatkan pembentukan kebiasaan mendengar suara yang didapat dari perencanaan acara melalui perhitungan yang cermat. Pendengar akan melihat semua bagian menakjubkan dari serial favorit mereka, sehingga mereka tidak akan melewatkan episode selanjutnya.

3. *Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control Of AudienceFlow)*

Efektivitas media radio bergantung kepada sejauh mana pendengar menghargai dan mengikuti program radio. Tidak ada sistem pengiriman yang bertahan tanpa penonton. Kontrol aliran pendengar dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendengar yang berjalan dari satu program ke program lain dan meminimalisir total pendengar yang akan mengalir ke semua musuh.

4. *Strategi penyimpanan sumber daya Program (Strategy for saving Program Resources)*

Penyimpanan sumber daya program disini dimaksudkan untuk menggunakan kembali program-program itu suatu hari nanti, tetapi jelas dalam cara yang berbeda untuk

menyajikannya. Kesiapan materi dan sumber daya lain untuk mendukung program harus diperhatikan karena jadwal siaran tidak boleh terputus sepanjang hari. Materi yang dipakai pada siang hari atau pengemasan kembali materi dengan pendekatan dan metode penyampaian yang berbeda. Konservasi sumber daya program dimaksudkan untuk menggunakan kembali program ini suatu hari nanti, tetapi jelas dengan versi yang lain.

5. Strategi menarik Massa (*Mass Apped*)

Efek massa sangat penting untuk dilihat karena lembaga penyiaran mendapat manfaat dari menarik perhatian sebanyak mungkin pemirsa dengan menyesuaikan program siaran dengan kebutuhan mereka dengan cara yang paling menarik. Kepentingan dan preferensi pendengar yang berbeda harus diakomodasi dalam siaran radio. Sehingga semuanya dapat diselesaikan untuk program yang telah disajikan.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif, yang mana pada metode penelitian ini menggunakan pengamatan, penelaan dokumen, jurnal, website-website serta buku yang sesuai dengan judul penelitian ini. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di LPP RRI Palembang di Jalan Radio no. 2 KM 4 Kelurahan D IV 20 Ilir Kecamatan Iir Timur 1 Palembang. Menurut Moleong (2011:6) penelitian kualitatif ialah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari tanda yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perbuatan, tanggapan, kelakuan dan sejenisnya, dengan cara holistik dan melwatideskripsi dalam perkataan dan bahasa, dalam konteks alam tertentu dan menggunakan metode pemahaman alam yang berbeda. Sedangkan pendekatan kualitatif menurut Sugiyono (2011:9) menyampaikan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode yang didasarkan pada filosofi postpositivisme, sementara itu untuk penelitian pada objek alam dimana peneliti sebagai alat kunci, teknik yang digunakan adalah pengumpulan data (gabungan) triangulasi. Analisis data ini bersifat induktif atau kualitatif, dan temuan penelitian lebih mengutamakan signifikansi daripada generalisasi.

Berdasarkan kedua definisi yang bisa kita lihat di atas bahwa pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang dilakukan secara keseluruhan terhadap subjek penelitian dimana suatu peristiwa terjadi dimana peneliti menjadi sarana penelitian yang utama, demikian pula hasil penelitiannya. Pendekatan dijelaskan dalam kalimat tertulis yang menekankan makna daripada generalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Republik Indonesia (RRI) Program 2 atau Pro2 Palembang merupakan bagian dari RRI yang menyajikan sebuah program hiburan dan musik yang ditujukan kepada pendengar anak muda atau milenial. RRI Pro 2 Palembang mempunyai Slogan *Suara Kreativitas*. Umumnya RRI Pro2 Palembang Menyajikan informasi yang sedang *viral*, informasi terkait gaya hidup anak muda dan menyajikan playlist lagu anak muda terbaru oleh musisi dalam dan luar negeri. Berikut ini adalah profil dari RRI Pro2.

PROFIL RRI PRO 2

NO	ASPEK	SEBUTAN
1	Visi Program	Pusat Kreativitas Anak Muda
2	Format Program	Musik dan Informasi
3	Tag Line	Suara Kreatifitas
4	Call Station	Pro 2 RRI + Kota
5	Simbol Institusi	Sekali di udara tetap di udara
6	Segmentasi	12 hingga 25 tahun
7	Pendidikan	SMP hingga Sarjana S1
8	Jenis Kelamin	Laki-laki dan Perempuan
9	S E S (Strata Ekonomi Sosial)	B – C (Menengah)
10	Sasaran Wilayah	Perkotaan
11	Sapaan	Sahabat Kreatif
12	Pronomina Persona Orang Kedua	Sahabat
13	Pola Program	Pola Blok dan Kapsul dengan pendekatan Narrowcasting(segmentasi)
14	Kategori dan Penyajian Siaran	Berita dan Informasi (30 %) Hiburan (40 %) Kebudayaan (10 %) Pendidikan (10 %) Iklan dan Penopang (10 %)
15	Musik	Indonesia 70 % Label= 90 %=144 lagu perhari indie = 10 %=16 lagu perhari Barat= 30 %=68 lagu perhari
16	Waktu Siaran	19 jam

Sumber : Pusdatin.rri.co.id.2022

Bisa kita lihat pendengar Pro2 menurut kelas sosial adalah (B,C) yang di mana itu adalah milenial atau anak yang seharusnya selalu ingin berubah, meningkatkan diri dalam dunia pendidikan dan pengetahuan, mengikuti perkembangan teknologi, kultur, dan selalu menginginkan tentang hal baru.

Berikut ini adalah beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak RRI pada Pro2 untuk meningkatkan pendengar anak muda atau milenial di Palembang.

- 1) Dengan melaksanakan acara atau program informasi yang tepat dengan kebutuhan anak muda atau milenial masa kini. RRI Pro 2 merupakan pusat siaran kreativitas generasi muda atau milenial dimana program-programnya ramah untuk anak muda, Pro2 juga diadakan berdasarkan pangsa pasar yang diminati dan sesuai dengan segmen audience anak muda, RRI Pro 2 ini dibentuk untuk memenuhi keperluan generasi muda atau milenial di Palembang. Agar anak muda tidak bosan saat mendengarkan siaran RRI Pro2 Palembang. Beberapa program yang ada di RRI Pro2 seperti morning live chat , numpang numpang dan dokter kita. Dan RRI Pro 2 Palembang juga sering mengadakan acara Pro2 goes to campus atau school
- 2) Saat siaran berlangsung, penyiar RRI Pro2 memakai bahasa kekinian yang sering digunakan oleh anak muda saat ini yang sesuai . Dalam menyampaikan berita atau informasi saat siaran, mereka memakai bahasa yang dimengerti dan sesuai, dengan bahasa anak muda saat ini. Penyiar juga saat

berkomunikasi dengan pendengar harus memakai bahasa yang sopan dan bersikap ramah.

- 3) Pihak RRI mencari dan mempekerjakan penyiar yang berkompeten di bidang penyiaran radio. Para penyiar RRI pro2 berusia rata-rata antara 20 sampai 30 tahun dan juga lulusan berbagai universitas di kota Palembang, pengalaman kerja penyiar di dunia penyiaran tidak terbantahkan. Karena seperti yang kita ketahui mereka sangat kompeten dalam hal komunikasi dengan audience.
- 4) Memanfaatkan teknologi dengan menciptakan saluran streaming agar mempermudah anak muda untuk mencari dan mendengarkan siaran RRI Pro2. Siaran streaming ini bisa dilihat melalui youtube , aplikasi RRI Play go dan Web resmi milik RRI.
- 5) Menyiarkan berita yang sesuai dengan anak muda. Dalam siaran RRI Pro 2 Palembang ada warta berita yang disiarkan setiap jam 10.00, 15.00, 19.00 WIB masing-masing jam menyiarkan 3 berita, dalam berita tersebut divisi pemberitaan harus membuat berita yang lagi viral bagi anak muda atau milenial, seperti berita mengenai film-film baru yang segera tayang di bioskop, lagu-lagu baru dari musisi Indonesia atau berita anak muda lainnya.

Pesan yang disampaikan dalam siaran RRI Programa 2 Palembang mermbentuk pesanyangmencakup kreatifitas generasimuda,dimanapesan tersebut adalah informasi tentang kesehatananak muda,informasimengenai prestasi seseorang baikituprestasi akademik atau prestasi non akademik, informasi seputar kampus atau sekolah, informasi tentangberitayangsedang viral di instagram, twiter, youtube,membuat talkshow dengan anak mudadanjugahiburansepertimusik yang sedang tren bagi anak muda.

Salah satu strategi yang digunakan oleh pihak RRI Pro2 adalah dengan menggunakan teknologi yang digunakan untuk medianya. Sebagai bagian dari komunikasi. Ada 4 faktor yang harus dilakukan untuk mengembangkan strategi komunikasi, yaitu:

- 1) Mengetahui khalayak

Khalayak atau pendengar itu aktif dan suka merespon sehingga antara penyiar dengan pendengar tidak hanya terjadi ikatan, tetapi mereka juga saling mempengaruhi. Cara yangdilakukanradioRRI Pro2 Palembanguntukmengetahuikhalayakpendengaryaitu: penyiar menelpon para pendengar untuk memberi kebebasan pendengar dengan kirim-kirimsalam,atau hanya untukrequestlagu favorityanginginmerekadengar.Karenaketerlibatandari para pendengar ini yang diharapkan untuk perkembangan radio. Denganmenelpon para pendengarbisadiketahui jugadarimana asal dan usiapendengarRRI Pro2.

- 2) Menyusun pesan

Kualitas pesan berpengaruh untuk menentukan topikdan entitas. Syarat wajib untuk mempengaruhi pesan khalayak adalah mampu mendapatkan perhatian. Awal dari efektifitas dalam komunikasi adalah meningkatnya perhatian publik terhadap pesan yang disampaikan. Dalam penyusunan pesan RRI Pro2 Palembang memilihtema berita tentang kreatifitas generasi muda. Tema acara secara sistematis dalam informasi tentangdunia anakmuda, juga memberikan informasi dan berita yang sedang hangat, serta menyuguhkan lagu-lagu atau musik yang layak dikonsumsi generasi muda atau. Maka hal itu diharapkan generasi muda atau milenial dapat menyukai siaran radioRRI Pro 2 Palembang, karena acara atau program pro2 ini dibungkus dengan cara yang baik, sertapenyampaian penyiarnya yang menggunakan bahasa yang biasa di pakai anak muda saat ini. Serta penyiar yang bersikap ramah dan bahasa yang sopan dalammenanggapisetiappendengar yang menelpon.

- 3) Metode

Menentukan metode, disini metode yang disampaikan dapat kita lihat dari 2 aspek: menurut cara pelaksanaan dan menurut bentuk isinya. Metode penyajian yang dipakai RRI Pro 2 Palembang dari2aspek tersebut adalah:

Pertama, menurut metode pelaksanaannya. Semua acara atau program yang disajikan oleh radio RRI Palembang Pro 2 baik secara on air maupun off air seluruhnya bersifat streaming. Fasilitas yang dapat

digunakan di web radio RRI Pro 2 Palembang adalah kotak obrolan atau chat box, di mana pendengar dapat mengirim pesan ke penyiar melalui telepon di 0711372333. Kedua, menurut isinya. Radio RRI Pro 2 Palembang memakai metode yang lain tergantung pada programnya, seperti: metode informatif, metode yang dimanfaatkan untuk menyampaikan berita yang terkandung dalam wujud hiburan, budaya, pendidikan dan berita ataupun informasi. Metode edukatif, metode ini dipakai untuk memberikan bimbingan dan pemahaman.

4) Pemilihan Media

Kita bisa untuk memilih salah satu atau kombinasi dari banyak media, tergantung dari apa yang ingin kita capai, teknik yang dapat digunakan beserta pesan yang ingin disampaikan, karena masing-masing media mempunyai kelebihan dan kekurangannya tersendiri. Dalam hal ini RRI Pro 2 Palembang memakai 2 media yaitu radio konvensional dan radio streaming internet. RRI Pro2 mencoba mendapatkan pendengar sebanyak mungkin melalui frekuensi radio dan radio streaming Internet.

4. PENUTUP

Melihat hasil penelitian diatas yang telah dilakukan penulis mengenai strategi RRI Pro2 dalam meningkatkan pendengar milenial di kota Palembang. Maka dari itu peneliti dapat menarik kesimpulan Strategi apa saja yang telah dipakai oleh pihak RRI Pro2 Palembang dalam meningkatkan pendengaran anak muda atau milenial di kota Palembang melalui siaran Pro2 yaitu dengan melaksanakan siaran off air dan on air, serta mengemas program acara semenarik mungkin dan dengan kemajuan teknologi yang saat ini semakin maju maka dari itu pihak dari RRI Pro2 Palembang juga melakukan siaran streaming dengan menggunakan media sosial seperti youtube dan website resmi RRI, dan pihak RRI Pro2 juga melakukan promosi siarannya di instagram agar mudah dijangkau oleh anak muda. Yang paling penting yaitu cara penyiar RRI Pro2 Palembang dalam menyampaikan pesan siaran itu sendiri, merupakan sesuatu hal yang utama dalam meningkatkan pendengar anak muda di kota Palembang, karena dengan semakin baiknya sikap dan bahasapenyiar kepada khalayak atau audience mereka maka semakin banyak audience yang ingin mendengarkan siaran tersebut. Dan untuk strategi yang dilakukan oleh RRI Pro2 Palembang, apakah sudah berhasil atau belum, jawabannya ya. Karena tidak dapat dipungkiri betapa banyaknya anak muda yang mengikuti baik acara off air maupun on air yang telah dibuat oleh RRI Pro2 Palembang, yang menunjukkan bahwa banyak anak muda yang tertarik dengan siaran radio RRI Pro2 Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadilah, F. (2017). Rendahnya Minat Masyarakat untuk Mendengarkan Radio. Diakses: 29 Agustus 2022 dari website: <https://www.kompasiana.com/fanifadillah/596e97b2ed967e3be9584332/rendahnya-minat%0A masyarakat-untuk-mendengarkan-radio%0A>
- Hamidah, E. W. (2018). *Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Banten Dalam Meningkatkan Kualitas Penyiar (Studi Pada RRI Banten)*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Hasanah, G. M. (2019). *Strategi Komunikasi Program 2 Radio Republik Indonesia (RRI) Dalam Meningkatkan Minat Dengar Remaja Di Palembang*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Kohar, A. (2019). *Daya Tarik Radio Dakwah Bagi Generasi Millennial*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi Ed. Revisi*. Jakarta: Prenada Media.
- Palit, J. B. P., Mingkid, E., & Onsu, R. R. (2019). Strategi RRI Manado Dalam Meningkatkan Minat



Jurnal Studi Ilmu Komunikasi

Volume 01, Nomor 02, Oktober 2022

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

ISSN: -

- Pendengar Program 2 (Pro 2) Di Kota Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 8(2).
- Profil RRI. (n.d.). Diakses: 28 Agustus 2022 dari PPID RRI website: <https://ppid.rri.co.id/profil-rri>
- Qibtiyah, M. (2020). *Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru)*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Romli, K. (2017). *Komunikasi massa*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.