

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi RRI Jakarta dalam mempertahankan eksistensi di era digital melalui pengembangan video di Instagram untuk Generasi Z, dapat disimpulkan bahwa transformasi komunikasi digital menjadi langkah strategis yang dilakukan sebagai respons terhadap pergeseran konsumsi media pada generasi muda. Perubahan perilaku audiens, khususnya Generasi Z yang lebih aktif mengakses media sosial dibandingkan mendengarkan radio konvensional, menjadi latar belakang utama adaptasi yang dilakukan oleh RRI Jakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas RRI Jakarta diwujudkan melalui pengembangan konten video reels pada akun Instagram @rri_jakarta. Dalam periode Oktober 2025 hingga Februari 2026, RRI Jakarta telah memproduksi sebanyak 45 video yang menyasar Generasi Z. Konten tersebut dikemas dalam format visual yang menarik, berdurasi singkat, serta menggunakan gaya bahasa yang lebih santai dan komunikatif. Program seperti VoxPop Ramadhan menjadi salah satu bentuk konten tematik yang dirancang untuk meningkatkan interaksi dan kedekatan dengan audiens muda. Produksi konten dilakukan secara terencana, mulai dari perencanaan ide, proses produksi, hingga evaluasi berdasarkan respons audiens berupa jumlah tayangan, like, dan komentar.

Temuan wawancara dengan informan Generasi Z menunjukkan bahwa meskipun mereka tidak secara rutin mendengarkan radio, keberadaan RRI tetap dikenal melalui konten Instagram. Hal ini menandakan bahwa eksistensi RRI Jakarta di era digital tidak lagi hanya bergantung pada siaran radio sebagai media utama, tetapi juga pada kemampuan membangun

kehadiran digital yang relevan dengan karakteristik audiens. Dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai media strategis dalam menjaga keberadaan dan citra RRI Jakarta di kalangan Generasi Z.

Apabila dianalisis menggunakan Teori Media Richness, strategi pengembangan video Instagram oleh RRI Jakarta menunjukkan kesesuaian dengan karakteristik media yang kaya. Instagram, khususnya dalam format video reels, memiliki kemampuan menyediakan umpan balik secara cepat melalui fitur interaksi, menyampaikan berbagai isyarat komunikasi secara simultan melalui kombinasi visual, audio, dan teks, memungkinkan penggunaan variasi bahasa yang lebih fleksibel, serta menghadirkan unsur personal yang membangun kedekatan emosional dengan audiens. Keempat kriteria tersebut mendukung efektivitas penyampaian pesan dan membantu mengurangi ambiguitas dalam komunikasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan video reels di Instagram merupakan bentuk adaptasi komunikasi yang efektif dalam mempertahankan eksistensi RRI Jakarta di era digital. Pemanfaatan media dengan tingkat kekayaan tinggi sebagaimana dijelaskan dalam Teori Media Richness terbukti mampu mendukung penyampaian pesan yang lebih jelas, interaktif, dan relevan dengan karakteristik Generasi Z, sehingga RRI Jakarta tetap dikenal dan memiliki posisi di tengah persaingan media digital saat ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

RRI Jakarta disarankan untuk terus mengembangkan strategi digital yang berorientasi pada pemahaman karakter audiens, khususnya Generasi Z, sebagai kelompok audiens strategis di era digital. Pengembangan konten video di Instagram perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan menyesuaikan tren komunikasi digital yang berkembang, tanpa

mengesampingkan nilai-nilai dasar lembaga penyiaran publik, seperti kredibilitas informasi, netralitas, dan tanggung jawab sosial.

Selain itu, RRI Jakarta disarankan untuk terus melibatkan sumber daya manusia muda dalam pengelolaan media digital. Keterlibatan generasi muda dinilai penting untuk menjaga relevansi konten dengan dinamika media sosial serta karakter audiens sasaran. Evaluasi konten secara rutin dan berkelanjutan juga perlu dipertahankan sebagai bagian dari proses refleksi dan penyempurnaan strategi komunikasi digital agar RRI Jakarta tetap adaptif terhadap perubahan ekosistem media.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji strategi digital lembaga penyiaran publik dari perspektif yang lebih luas, misalnya melalui studi perbandingan antar stasiun RRI di berbagai daerah atau perbandingan antar platform media sosial. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggali pengalaman dan persepsi audiens Generasi Z secara lebih mendalam untuk memahami proses pembentukan makna, persepsi, serta hubungan audiens dengan media publik di era digital. Pendekatan kualitatif lain atau kombinasi dengan metode berbeda juga dapat digunakan untuk memperkaya kajian mengenai eksistensi media publik di tengah perkembangan media digital.