

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Referensi Jurnal :

- Akbar, Y., Muzakkir, M., & Samwil, S. (2023). RRI Play Go: Revolutionizing Radio Broadcasting Through Media Convergence. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 17(1), 1–10. <https://doi.org/10.24815/jsu.v17i1.30323>
- Ananda Prayogi, M. & M. H. (2023). The Indonesian Journal of Social Studies Konstruksionisme Sebagai Paradigma Epistemologi : Konsep. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 6(1), 28–39. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpips/index>
- Ganiem, L. M., Setiawati, R., Suardi, S., Nurhayai, N., & Ramdhani, R. (2024). Society in the Digital Era: Adaptation, Change, and Response to Communication Technology. *Journal International Dakwah and Communication*, 4(1), 123–135. <https://doi.org/10.55849/jidc.v4i1.639>
- Gymnastiar, F. R., Nugroho, E., & Fatimah, A. N. (2024). Konvergensi produksi media pada proses produksi radio multiplatform: Studi etnografi berbasis teori determinisme teknologi pada Radio Republik Indonesia. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1476–1485. <https://doi.org/10.38035/rrij.v6i5>
- Maghriza, M. F., Sunarto, S., & Hasfi, N. (2024). Strategi konvergensi media RRI Semarang dalam mempertahankan eksistensi. *Interaksi Online*, 12(2), 89–101. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/43545>
- Mukti, B. (2023). Media Convergence in Technology and Content Aspects in the Digital Communication Era. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 2(10), 2277–2288. <https://doi.org/10.55927/fjas.v2i10.6292>
- Nasution, C., & Madya, E. B. (2023). Communication Management of Republic of

- Indonesia Radio Broadcasters (Rri) Medan in Maintaining Its Existence in the Digitalization Era. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(2), 247–258. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19785>
- Palapah, M. A. O. (2020). Instagram Activation as a part of University Public Relations Social Media Orchestration. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 13(2), 217–232. <https://doi.org/10.29313/mediator.v13i2.6618>
- Pangestu, H. B., Yusuf, D., Sutisna, S., Handayani, A., & Yulianita, N. (2024). Konvergensi media radio dalam upaya mempertahankan eksistensi di era digital. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 10(1), 39–52. <https://doi.org/10.52434/jk.v10i1.3532>
- Rahmat Gymnastiar, F., Nugroho, E., & Nadia Fatimah, A. (2024). Konvergensi Produksi Media pada Proses Produksi Radio Multiplatform (Studi Etnografi Berbasis Teori Determinisme Teknologi pada Radio Republik Indonesia). *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1476–1485. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i5.938>
- Saputra, A., & Mahendra, A. I. (2024). Implementation of radio convergence of the Republic of Indonesia (RRI Pro 1 Yogyakarta) in maintaining existence in the digital era. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 4(2), 193–199. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku2430>
- Sari, R. A., Purwati, E., & Lestari, N. (2023). Konvergensi Media: Studi pada LPP RRI Madiun di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(1), 97. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i1.22699>
- Shinta, M. R., Raharjo, A., & Mutiah, T. (2020). Global komunika. *Global Komunika*, 1(2), 1–13.
- Sirait, A. Y., & Sukendro, G. G. (2025). Strategi Komunikasi pada Instagram dalam Mempertahankan Eksistensi “Rumpi (No Secret).” *Koneksi*, 9(1), 215–223. <https://doi.org/10.24912/kn.v9i1.33324>
- Supriadi, H., Langga'o, A., & Kusumaningtyas, I. T. (2025). Strategi konvergensi

digital Radio KISI 93.4 FM sebagai upaya meningkatkan pendengar dalam program “Music by Request”. *Konstitusi: Jurnal Hukum, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 251–265.  
<https://doi.org/10.62383/konstitusi.v2i3.880>

Yuliandari, N. W. E., & Widaswara, R. Y. (2023). Eksistensi Bentuk Komunikasi Penyiaran RRI Mataram di Era Digital. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 2(2), 140–150.  
<https://doi.org/10.53977/jsv.v2i2.1312>

Bowen, G. A. (2009). *Document analysis as a qualitative research method*. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40.  
<https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

Patton, M. Q. (1999). *Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis*. *Health Services Research*, 34(5 Pt 2), 1189–1208.

#### **Sumber Referensi Buku :**

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Martha, E., & Kresno, S. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: EGC.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.6

**Sumber Referensi website :**

DataReportal. (2023). Digital 2023: Indonesia (Kepios / We Are Social).  
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Pew Research Center. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.  
<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

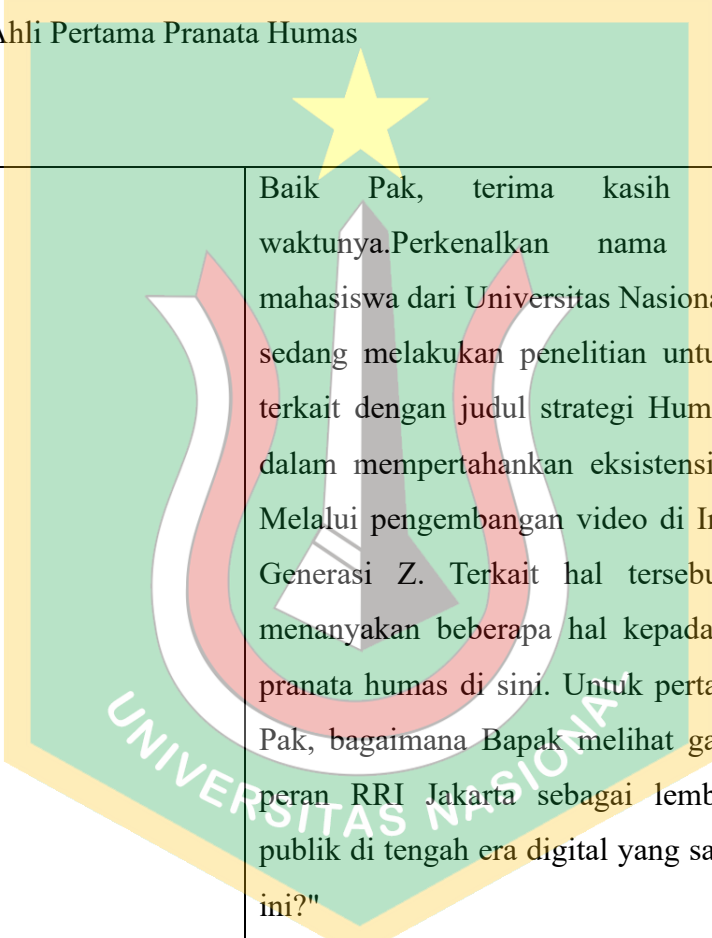


**LAMPIRAN LAMPIRAN**  
**LAMPIRAN 1**  
**TRANSKIP WAWANCARA**

**Identitas Key Informan**

KARYA Nama : Maulana Yusuf

Jabatan : Ahli Pertama Pranata Humas



	<p>Baik Pak, terima kasih banyak atas waktunya. Perkenalkan nama saya Ikhbal, mahasiswa dari Universitas Nasional. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya terkait dengan judul strategi Humas RRI Jakarta dalam mempertahankan eksistensi di era digital Melalui pengembangan video di Instagram untuk Generasi Z. Terkait hal tersebut, saya ingin menanyakan beberapa hal kepada Bapak selaku pranata humas di sini. Untuk pertanyaan pertama Pak, bagaimana Bapak melihat gambaran umum peran RRI Jakarta sebagai lembaga penyiaran publik di tengah era digital yang sangat masif saat ini?"</p>
<p>Pak Maulana</p>	<p>Oke, selamat siang Ikhbal. Jadi kalau kita bicara peran RRI Jakarta sebagai LPP ya, Lembaga Penyiaran Publik, di era digital ini kita tetap pada tugas pokok dan fungsi kita. Yaitu memberikan informasi, edukasi, dan hiburan yang sehat bagi masyarakat. Namun, tantangannya adalah bagaimana peran itu tidak hanya berhenti di radio</p>

	<p>konvensional saja. Saat ini, RRI Jakarta sudah menjadi media multiplatform. Artinya, informasi yang kita berikan itu harus bisa diakses di mana saja, kapan saja, dan oleh siapa saja, terutama melalui gadget. Jadi peran kita adalah menjadi sumber informasi yang terpercaya atau clear channel di tengah banyaknya informasi yang simpang siur di media sosial."</p>
	<p>Berarti sudah bertransformasi ke multiplatform ya Pak. Nah, kalau secara spesifik mengenai media sosial Instagram, sejak kapan RRI Jakarta ini mulai aktif dan serius mengembangkan platform digital khususnya Instagram ini Pak?"</p>
Pak Maulana	<p>Sebenarnya akun media sosial itu sudah ada cukup lama di RRI. Tapi, kalau kita bicara soal pengelolaan yang sangat masif, terstruktur, dan dilakukan secara harian atau daily dengan strategi yang matang, itu bisa saya katakan mulai sangat intens sejak tahun 2024, ketika saya masuk sebagai humas. Saya di sini memastikan bahwa pengelolaan multiplatform digital itu berjalan serentak. Tidak hanya Instagram, tapi kita juga kelola Facebook, TikTok, hingga YouTube secara harian untuk memastikan eksistensi RRI di ruang siber itu tetap terjaga</p>
	<p>Apa sebenarnya tujuan utama dari RRI Jakarta sendiri dalam menghadirkan dan mengelola akun Instagram ini dalam kaitannya dengan transformasi digital tersebut?</p>

Pak Maulana	Tujuan utamanya yang pasti adalah perluasan jangkauan informasi publik. Kita ingin informasi yang diproduksi oleh teman-teman wartawan RRI itu bisa sampai ke masyarakat yang mungkin sudah tidak punya radio lagi di rumahnya. Selain itu, tujuannya adalah membangun kedekatan atau engagement dengan masyarakat. Kita ingin mengubah stigma bahwa RRI itu kaku atau 'mediannya orang tua'. Melalui Instagram, kita ingin menunjukkan kalau RRI itu dinamis dan adaptif dengan zaman
	Mengapa dari sekian banyak platform, Instagram dipilih menjadi salah satu platform utama dalam strategi komunikasi digital RRI Jakarta?
Pak Maulana	Kenapa Instagram? Karena secara data dan demografis, Instagram ini pengunanya sangat besar dan karakternya sangat audio-visual oriented. Pengguna di sana lebih suka melihat visual yang kuat. Hal ini sangat cocok dengan visi kita untuk mengembangkan konten video. Selain itu, fitur di Instagram seperti Reels dan Stories itu sangat efektif untuk diseminasi informasi singkat yang cepat sampai ke audiens, terutama Generasi Z
	Lalu bagaimana Bapak melihat posisi konten video di Instagram ini dalam keseluruhan strategi digital RRI Jakarta? Apakah ini menjadi prioritas utama?
Pak Maulana	Bisa dibilang video itu sekarang adalah ujung tombak kami. Kenapa? Karena saat ini masyarakat cenderung malas membaca teks yang terlalu panjang. Mereka lebih suka menonton video

	<p>singkat. Algoritma Instagram pun sekarang lebih mendukung video (Reels). Jadi posisi video itu sangat tinggi tingkat kepentingannya untuk menarik perhatian audiens agar mereka mau berhenti scroll dan menyimak informasi yang kita sampaikan.</p>
	<p>Jenis konten video apa saja Pak yang dikembangkan oleh RRI Jakarta di Instagram sejauh ini?"</p>
Pak Maulana	<p>Cukup beragam ya. Konten harian kita itu ada berita singkat audio-visual, itu biasanya hasil dari liputan teman-teman wartawan di lapangan yang kita kemas ulang. Lalu ada konten edukasi publik, konten kebudayaan seperti budaya Betawi atau nasional, hingga dokumentasi kegiatan internal maupun eksternal RRI. Kadang kita juga buat konten hiburan ringan atau informasi yang lagi trending di masyarakat tapi tetap kita masukkan nilai-nilai edukasinya</p>
	<p>Untuk proses produksinya sendiri, bagaimana RRI Jakarta merencanakan dan memproduksi konten video tersebut?</p>
Pak Maulana	<p>Setiap hari kita ada koordinasi atau meeting kecil ya. Kita pantau isu apa yang lagi naik atau viral di media sosial. Misalnya ada berita yang lagi heboh, kita validasi dulu kebenarannya karena kita ini media publik, jadi kredibilitas nomor satu. Setelah valid, tim produksi (Humas) langsung mengolahnya. Kita sekarang pakai alat yang lebih praktis, bisa pakai Canva, aplikasi editing di HP,</p>

	atau PC, supaya produksinya cepat dan bisa segera diunggah saat isu tersebut masih hangat
	Terkait dengan target audiens, apakah Generasi Z memang menjadi salah satu target utama RRI Jakarta di Instagram?
Pak Maulana	Ya, tentu saja. Generasi Z adalah target yang sangat krusial bagi kami. Instagram sendiri kan secara pengguna didominasi oleh anak muda. Kami menyadari bahwa masa depan audiens RRI itu ada di mereka. Jadi, konten yang kami produksi di sana memang diarahkan untuk menarik perhatian mereka agar mereka tahu bahwa ada media publik bernama RRI yang bisa mereka percayai informasinya."
	Lalu karakteristik apa dari Generasi Z ini yang paling Bapak perhatikan saat mengembangkan konten video?
Pak Maulana	Gen Z itu karakternya mereka suka yang cepat, visualnya harus menarik atau estetik, dan bahasanya tidak boleh terlalu formal atau kaku seperti berita radio zaman dulu. Mereka lebih suka konten yang to the point. Makanya kami memperhatikan betul 3 detik pertama video kita, harus bisa bikin mereka tertarik. Kami juga perhatikan durasi, penggunaan musik yang lagi tren, serta gaya visual yang dinamis supaya mereka tidak bosan
	Bagaimana upaya spesifik RRI Jakarta dalam menyesuaikan gaya visual atau bahasa tersebut supaya benar-benar relevan dengan Gen Z?

Pak Maulana	Kami melakukan penyesuaian dari sisi bahasa, kita pakai bahasa yang lebih santai, komunikatif, tapi tetap edukatif ya. Dari sisi visual, kita ikuti tren editing yang ada sekarang. Dan yang paling penting, kita sering melibatkan anak-anak muda, termasuk mahasiswa magang seperti di sini, untuk kasih masukan. 'Eh, konten ini bagus nggak menurut kalian?' atau 'Lagi tren apa sih sekarang?'. Jadi kita tidak membuat konten berdasarkan selera kita yang senior, tapi selera mereka yang menjadi audiens kita.
	Selama proses ini, apa saja tantangan utama yang Bapak hadapi dalam mengembangkan konten video di Instagram
Pak Maulana	Tantangannya satu, algoritma Instagram itu dinamis sekali, sering berubah-ubah. Kedua, keterbatasan sumber daya manusia yang harus memproduksi konten masif setiap hari untuk banyak platform. Kita dituntut untuk selalu kreatif setiap saat dan tidak boleh ketinggalan momentum. Kalau kita telat sedikit, isunya sudah basi.
	Kalau hambatannya Pak, terutama dalam mempertahankan perhatian Gen Z di Instagram?
Pak Maulana	Hambatannya adalah persaingan konten. Di Instagram itu kan isinya jutaan konten dari influencer, media besar, hingga akun hiburan. Mempertahankan attention span Gen Z yang sangat pendek itu sulit. Tantangannya adalah bagaimana membuat mereka tidak sekadar lewat (scroll), tapi

	<p>mau menonton sampai habis dan memberikan respons seperti like atau komen</p>
	<p>Bagaimana RRI Jakarta mengevaluasi keberhasilan konten-konten tersebut?</p>
<p>Pak Maulana</p>	<p>Kita setiap hari pantau fitur Insight di Instagram. Kita lihat jangkauannya berapa, engagement-nya gimana, berapa banyak yang simpan (save) atau bagikan (share) konten kita. Dari data itu kita evaluasi, konten model apa yang mereka suka. Kalau konten A banyak yang lihat, berarti polanya akan kita pakai lagi untuk konten berikutnya</p>
	<p>Menurut Bapak langkah apa yang paling penting agar RRI Jakarta tetap relevan dan eksis di kalangan Gen Z di era digital ini?</p>
<p>Pak Maulana</p>	<p>Kuncinya adalah adaptasi dan inovasi tanpa henti. Jangan pernah merasa puas atau merasa sudah besar. Kita harus terus mendengarkan apa yang diinginkan audiens muda kita. RRI harus tetap menjaga integritasnya sebagai media publik yang benar, tapi kemasannya harus tetap modern dan mengikuti perkembangan teknologi. Kalau kita berhenti berinovasi, kita akan ditinggalkan.</p>

### Identitas Informan Pendukung

Nama : H. Supayardi. S.sos, M.I.Kom

Jabatan : Ahli Pertama Pranata Humas


	<p>Baik Pak, terima kasih banyak atas waktunya. Perkenalkan nama saya Ikhbal, mahasiswa dari Universitas Nasional. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya terkait dengan judul strategi Humas RRI Jakarta dalam mempertahankan eksistensi di era digital Melalui pengembangan video di Instagram untuk Generasi Z. Terkait hal tersebut, saya ingin menanyakan beberapa hal kepada Bapak selaku pranata humas di sini. Bagaimana upaya RRI Jakarta menyesuaikan gaya visual agar relevan dengan Gen Z</p>
<p>Pak Ary</p>	<p>Di zaman sekarang lebih dimanjakan apa-apa di handphone. Sehingga mau tidak mau, ya suka tidak suka kita harus mengikuti trennya. Makanya yang terkait dengan pengelolaan konten media baru, ini</p>


	<p>adalah anak-anak Gen Z juga atau anak-anak muda juga ya. Mas kalau melihat saya dengan Pak Maulana pasti tentu beda. Usia saya dua tahun lagi sudah pensiun di RRI. Jadi yang lebih tadi, pas untuk mengelola konten media baru adalah seperti teman-teman dari anak-anak muda juga. Jadi feel-nya dapat, frekuensinya juga dapat, seperti itu."</p>
Ikhbal	<p>Berarti kalau kayak anak magang, mereka juga memberikan ide juga berarti ya Pak?</p>
Pak Ary	<p>Iya, anak-anak magang ini seperti ini sudah siap nih, sudah standby untuk nanti ada yang kunjungan, untuk membantu membuat video rekamannya, bahkan membantu membuat konten untuk di Instagram-nya. Jadi merekalah yang lebih dapat feel-nya. Dan saya yakin penguasaan mereka tentang digital jauh lebih mumpuni ya dibanding orang-orang seumuran saya. Karena lebih update. Kalau saya dulu editing audio menggunakan Cool Edit, editing foto pakai Photoshop, editing video pakai Sony Vegas, sekarang pakai Canva kan sudah lebih familier, lebih gampang diterapkan</p>

	oleh anak-anak Gen Z sekarang. Nah, seperti itu kira-kira.
Ikhbal	Tantangan utamanya apa Pak yang dihadapi RRI dalam mengembangkan konten video?
Pak Ary	Ya, kalau tantangan tentu kembali ke masing-masing personil dari yang mengelola konten media baru. Karena semua itu ibarat ada senjata, tergantung the man behind the gunnya. Tergantung orang yang mengoperasikan senjatanya itu. Kalau dikasih senjata canggih tapi tidak mampu mengoperasikan juga percuma. Atau dikasih senjata apa adanya tapi karena dia kreatif, dia bisa mengembangkan ide-idenya, hasilnya jauh lebih bagus. Nah sama, tools-tools yang dipakai untuk mengembangkan atau membuat fitur-fitur di Instagram kan tentu sama ya, tapi kan kembali ke masing-masing orang yang mengerjakannya
	Lalu selanjutnya, ada tidak Pak hambatannya yang paling dirasakan untuk menjangkau dan mempertahankan perhatian Gen Z di platform Instagram?

<p>Pak Ary</p> 	<p>Ya, ini kembali ke konsep konsistensi. Kekonsistenan dari para pengelola di konten media baru. Dunia terus berubah, peristiwa-peristiwa banyak sekali yang di luar dugaan ya, yang membutuhkan perhatian kita semua. Sehingga bagaimana tadi masing-masing sumber daya manusia tadi bisa mengembangkan keterampilannya, kreativitasnya, ide-idenya, sehingga bisa menjangkau semua pendengar. Jadi bukan hanya Gen Z saja, bahkan orang-orang yang sudah lama pun juga butuh perhatian kan? Mereka juga ingin ada pelestarian budaya, makanya ada Pro 4. Anak-anak muda yang berkaitan dengan Gen Z ada Pro 2. Untuk semua target audiens dan semua konten lokal itu ada Pro 1. Seperti itu Mas."</p>
<p>Ikhbal</p>	<p>Proses evaluasi untuk membuat konten video itu apa saja Pak yang dilakukan dari RRI-nya?</p>
<p>Pak Ary</p>	<p>Ya, kalau ini tentu yang terkait dengan timnya di konten media baru. Kalau saya kan ranahnya bukan di situ. Tapi saya yakin mereka juga ada evaluasi-evaluasi, bisa harian, bisa mingguan, bisa bulanan. Jadi itu</p>

	ada di timnya Pak Maulana, ada Bu Indi Yusuf, ada Talia juga. Itu yang ada di konten media baru."
Ikhbal	Apakah ke depannya ada rencana Pak untuk pengembangan strategi konten video untuk memperkuat eksistensi RRI Jakarta?
Pak Ary	Iya, itu tentu tadi, yang pas juga di ranahnya Pak Maulana ya. Kalau saya sebagai di komunikasi publik, tentu untuk pengembangannya disesuaikan dengan target audiens kita. Video-video yang dibuat juga mencerminkan RRI sebagai lembaga penyiaran publik yang sifatnya independen, netral, dan apapun yang disampaikan itu harus kredibel. Video-video yang dibuat juga harus mencerminkan Tri Prasetya-nya RRI. Mas kalau mau lihat lebih detail Tri Prasetya nanti bisa difoto itu di pintu dekat lift, itu ada Tri Prasetya. Jadi baik berita, baik siaran, maupun konten-konten yang ada di media sosial itu harus mencerminkan itu, Tri Prasetya. Dan yang pasti apapun yang dimuat harus melalui check and re-check juga.
	Kalau misalnya Mas di komunikasi belajar teori komunikasi Harold

	<p>Lasswell, itu ada lima komponen utama dalam unsur komunikasi Harold Lasswell. Ada Who, Says What, In Which Channel, To Whom, and With What Effect. Nah kaitannya dengan Who, ada komunikator, ada penyiar, ada reporter, ada yang membuat konten media barunya di Instagram. Says What, ini isi pernyataan, isi kontennya apa. In Which Channel, menggunakan saluran apa, medianya elektronik, cetak, radio, atau media sosial. Kemudian To Whom, kepada siapa, kepada komunikan, baik pendengar, penonton, pembaca. Dan dengan dampak apa, Effect apa. Nah kalau kita belajar ini semua, maka riset kita membuat konten-konten video tadi harus menghasilkan dampak yang positif. Jangan sampai dampaknya negatif. Seperti itulah pertimbangan strategi ke depan yang mungkin menurut saya kita harus mempertimbangkan semua aspek tadi.</p>
<p>Ikhbal</p>	<p>"Menurut Bapak, langkah apa yang penting agar RRI Jakarta tetap relevan dan eksis di kalangan khususnya generasi Z di era digital ini Pak?"</p>

<p>Pak Ary</p> 	<p>Ya itu tadi, membuat konten-kontennya sesuai dengan Tri Prasetya. Kemudian kalau dikaitkan dengan teori komunikasi harus memperhatikan dampak juga. Untuk kaitannya dengan kalangan Gen Z, maka konten-kontennya harus sesuai juga, seirama, senada, sefrekuensi dengan anak-anak muda sekarang. Kalau saya yang membuat, versi saya pasti beda dengan versinya Pak Maulana. Karena yang lebih paham anak-anak Gen Z sekarang ya Pak Maulana. Kalau saya pasti versinya akan beda, tampilannya pun juga akan beda, karena gaya yang saya punya pasti berbeda. Saya siaran dari tahun '93. Siaran saya dulu di tahun '97 di Pro 2 untuk pendengar profesional muda, tapi kalau saya siaran sekarang untuk Pro 2 sekarang dengan targetnya anak muda, pasti sudah tidak cocok, sudah berbeda juga."</p>
<p>Ikhbal</p>	<p>Sekarang sudah di penutup Pak. Mungkin ada yang Bapak ingin sampaikan yang belum dibahas dalam wawancara ini Pak?</p>
	<p>Ya saya berharap, baik untuk lembaga RRI ataupun siapapun</p>

	<p>teman-teman mahasiswa, jadilah trendsetter, jangan jadi follower. Jadilah pelopor, jangan jadi pengekor. RRI menjadi trendsetter karena apa? Karena lebih awal, lebih dulu setiap ada perkembangan teknologi apapun, RRI yang lebih dulu. Kalau jadi trendsetter maka jadi pusat perhatian, menjadi pusat percontohan. RRI Jakarta ada di ibu kota negara jadi percontohan buat RRI-RRI yang ada di daerah. Kita sebagai pelopor bukan pengekor, ya kita pelopor ya apa pun yang bisa kita lebih dulu untuk memeloporinya, ya kita kerjakan. Sama nih buat teman-teman mahasiswa seperti Mas juga. Pada saat mendapatkan tugas kuliah apapun, kerjakanlah yang terbaik. Karena kalau mau jadi trendsetter maka dia harus menjadi yang terbaik. Seperti itu kira-kira.</p>
---	--

## Generasi Z

	<p>Sejak kapan Anda menggunakan Instagram dan seberapa sering Anda mengaksesnya dalam sehari?</p>
<p>Diki</p>	<p>Saya sudah menggunakan Instagram sejak beberapa tahun lalu, kurang lebih sejak masih sekolah. Dalam sehari saya cukup sering membuka Instagram, bisa beberapa kali, terutama saat waktu luang atau ketika ingin mencari hiburan dan informasi.</p>
	<p>Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram RRI Jakarta dan apa alasan utama Anda memfollow akun tersebut?</p>
<p>Diki</p>	<p>Saya mulai mengikuti akun Instagram RRI Jakarta karena ingin mengetahui aktivitas RRI sekarang. Saya penasaran bagaimana RRI sebagai media radio beradaptasi di media sosial, khususnya Instagram.</p>
	<p>Jenis konten video apa dari RRI Jakarta yang paling sering Anda</p>

	tonton atau menarik perhatian Anda?
Diki	Konten video yang singkat, padat, dan informatif paling menarik perhatian saya. Biasanya video yang langsung ke inti pembahasan.
	Menurut Anda, bagaimana tampilan visual dan gaya penyampaian konten video RRI Jakarta di Instagram?
Diki	Menurut saya tampilan visualnya sudah oke dan tidak ketinggalan zaman. Gaya penyampaiannya juga cukup santai dan tidak terlalu formal, jadi masih nyaman untuk ditonton anak muda.
	Apakah konten video RRI Jakarta mudah dipahami dan informatif bagi Anda sebagai generasi muda? Mengapa?
Diki	Iya, kontennya cukup mudah dipahami karena informasinya disampaikan secara jelas dan tidak bertele-tele.
	Elemen apa yang paling membantu Anda memahami isi video RRI Jakarta (visual, audio, teks, atau kombinasi)?
Diki	Visual dan teks sangat membantu saya memahami isi videonya,

	apalagi kalau teksnya jelas dan tidak terlalu banyak.
	Apakah durasi dan format video RRI Jakarta sudah sesuai dengan kebiasaan Anda menonton konten di Instagram?
Diki	Sudah cukup sesuai. Kalau durasinya terlalu panjang biasanya saya skip, tapi video dari RRI Jakarta masih tergolong singkat dan padat.
	Apakah Anda pernah berinteraksi dengan konten RRI Jakarta (like, komentar, atau share)? Apa yang mendorong Anda melakukan interaksi tersebut?
Diki	Saya pernah like dan kadang komentar. Biasanya saya berinteraksi kalau topik videonya menarik atau relevan dengan yang sedang saya alami atau lihat.
	Menurut Anda, seberapa penting interaksi dari akun RRI Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pengikutnya?
Diki	Menurut saya cukup penting. Kalau akun RRI Jakarta aktif membalas komentar, jadi terasa lebih dekat dan tidak berjarak dengan pengikutnya.

	Apakah kehadiran RRI Jakarta di Instagram membuat RRI tetap relevan di era digital menurut Anda? Jelaskan pendapat Anda.
Diki	Iya, dengan adanya Instagram, RRI jadi kelihatan tidak ketinggalan zaman dan bisa mengikuti perkembangan media digital.
	Dibandingkan akun media lain yang Anda ikuti, bagaimana daya tarik konten video Instagram RRI Jakarta?
Diki	Konten RRI Jakarta lebih serius dan informatif dibandingkan media lain, tapi itu justru menjadi ciri khasnya sebagai media informasi.
	Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari konten video Instagram RRI Jakarta agar lebih menarik bagi Generasi Z?
Diki	Menurut saya bisa lebih kreatif lagi dari sisi visual dan mengikuti tren konten yang sedang ramai di Instagram, tapi tetap menjaga isi informasinya.
	Sejak kapan Anda menggunakan Instagram dan seberapa sering Anda mengaksesnya dalam sehari?
Naufal	Saya sudah menggunakan Instagram sejak SMP. Sampai

	<p>sekarang Instagram masih menjadi salah satu media sosial yang sering saya buka setiap hari. Biasanya saya gunakan untuk melihat konten visual, hiburan, dan informasi ringan, bukan untuk mencari berita secara khusus.</p>
	<p>Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram RRI Jakarta dan apa alasan utama Anda memfollow akun tersebut?</p>
Naufal	<p>Saya mulai mengikuti akun Instagram RRI Jakarta karena tertarik dengan konten kegiatan dan acara yang mereka tampilkan. Awalnya bukan karena berita atau radio, tapi karena melihat RRI Jakarta aktif membagikan aktivitas dan event melalui Instagram.</p>
	<p>Jenis konten video apa dari RRI Jakarta yang paling sering Anda tonton atau menarik perhatian Anda?</p>
Naufal	<p>Konten yang paling menarik buat saya adalah video kegiatan, event, dan aktivitas RRI Jakarta. Konten seperti itu terasa lebih ringan dan mudah diterima dibandingkan video berita yang terlalu serius.</p>

	Menurut Anda, bagaimana tampilan visual dan gaya penyampaian konten video RRI Jakarta di Instagram?
Naufal	Menurut saya visualnya sudah rapi dan informatif. Gaya penyampaiannya memang masih cenderung serius, tapi tetap enak ditonton dan tidak terlalu kaku.
	Apakah konten video RRI Jakarta mudah dipahami dan informatif bagi Anda sebagai generasi muda? Mengapa?
Naufal	Iya, cukup mudah dipahami karena informasinya disampaikan dengan jelas dan langsung ke inti. Walaupun saya tidak selalu menonton sampai selesai, saya tetap bisa menangkap pesan utamanya.
	Elemen apa yang paling membantu Anda memahami isi video RRI Jakarta (visual, audio, teks, atau kombinasi)?
Naufal	Yang paling membantu adalah kombinasi visual dan teks. Dengan visual kegiatan dan teks penjelas, saya lebih mudah memahami isi videonya.
	Apakah durasi dan format video RRI Jakarta sudah sesuai dengan

	kebiasaan Anda menonton konten di Instagram?
Naufal	Secara umum sudah sesuai karena durasinya tidak terlalu panjang. Kalau videonya singkat, saya masih mau menonton. Tapi kalau terlalu panjang, biasanya saya skip.
	Apakah Anda pernah berinteraksi dengan konten RRI Jakarta (like, komentar, atau share)? Apa yang mendorong Anda melakukan interaksi tersebut?
Naufal	Saya jarang berkomentar, tapi pernah memberikan like kalau kontennya menarik secara visual atau kegiatannya terlihat seru.
	Menurut Anda, seberapa penting interaksi dari akun RRI Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pengikutnya?
Naufal	Menurut saya interaksi itu penting, tapi bukan faktor utama bagi saya. Yang penting kontennya konsisten dan informatif.
	Apakah kehadiran RRI Jakarta di Instagram membuat RRI tetap relevan di era digital menurut Anda? Jelaskan pendapat Anda.
Naufal	Iya, dengan adanya Instagram, RRI Jakarta jadi terlihat masih aktif dan

	<p>mengikuti perkembangan zaman. Walaupun saya tidak mendengarkan radio, dari Instagram saya jadi tahu bahwa RRI masih eksis.</p>
	<p>Dibandingkan akun media lain yang Anda ikuti, bagaimana daya tarik konten video Instagram RRI Jakarta?</p>
Naufal	<p>Daya tariknya ada pada informasi dan kegiatan yang ditampilkan. Memang tidak sehiburan akun lain, tapi dari sisi informasi dan citra lembaga, RRI Jakarta cukup kuat.</p>
	<p>Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari konten video Instagram RRI Jakarta agar lebih menarik bagi Generasi Z?</p>
Naufal	<p>Menurut saya bisa lebih banyak konten kegiatan, event, atau kolaborasi yang lebih dekat dengan anak muda, supaya kesannya tidak terlalu formal.</p>
	<p>Sejak kapan Anda menggunakan Instagram dan seberapa sering Anda mengaksesnya dalam sehari?</p>
Abdullah	<p>Saya pakai Instagram dari SMP, dan sampai sekarang hampir tiap hari buka.</p>
	<p>Sejak kapan Anda mengikuti akun Instagram RRI Jakarta dan apa</p>

	alasan utama Anda memfollow akun tersebut?
Abdullah	Awalnya saya tahu RRI itu dari radio, sering dengar siarannya, terus kenal juga sama beberapa penyiar RRI.
	Jenis konten video apa dari RRI Jakarta yang paling sering Anda tonton atau menarik perhatian Anda?
Abdullah	Kalau yang menampilkan penyiar, kesannya lebih santai dan dekat.
	Menurut Anda, bagaimana tampilan visual dan gaya penyampaian konten video RRI Jakarta di Instagram?
Abdullah	Kalau yang menampilkan penyiar, kesannya lebih santai dan terasa lebih dekat dibandingkan konten berita yang lebih formal.
	Apakah konten video RRI Jakarta mudah dipahami dan informatif bagi Anda sebagai generasi muda? Mengapa?
Abdullah	Karena saya sudah dengar siarannya di radio, jadi pas lihat videonya lebih mudah ngerti dan mengikuti isinya.
	Elemen apa yang paling membantu Anda memahami isi video RRI

	Jakarta (visual, audio, teks, atau kombinasi)?
Abdullah	Kalau suara penyiar digabung sama visual studio, jadi lebih hidup dan lebih mudah dipahami.
	Apakah durasi dan format video RRI Jakarta sudah sesuai dengan kebiasaan Anda menonton konten di Instagram?
Abdullah	otongan siaran yang pendek itu menurut saya sudah pas buat Instagram
	Apakah Anda pernah berinteraksi dengan konten RRI Jakarta (like, komentar, atau share)? Apa yang mendorong Anda melakukan interaksi tersebut?
Abdullah	Kalau kontennya soal penyiar atau siaran, biasanya saya like.
	Menurut Anda, seberapa penting interaksi dari akun RRI Jakarta dalam membangun kedekatan dengan pengikutnya?
Abdullah	Kalau adminnya aktif, jadi kayak lebih dekat antara pendengar sama RRI.
	Apakah kehadiran RRI Jakarta di Instagram membuat RRI tetap relevan di era digital menurut Anda? Jelaskan pendapat Anda.

Abdullah	Sekarang kan banyak yang sudah jarang dengar radio, tapi lewat Instagram RRI masih bisa dikenal.
	Dibandingkan akun media lain yang Anda ikuti, bagaimana daya tarik konten video Instagram RRI Jakarta?
Abdullah	Saya lebih tertarik pada konten yang menampilkan penyiar dan suasana siaran karena terasa lebih dekat dibandingkan hanya berita biasa.
	Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari konten video Instagram RRI Jakarta agar lebih menarik bagi Generasi Z?
Abdullah	Mungkin bisa lebih sering menampilkan penyiar atau kegiatan di studio supaya lebih dekat sama anak muda.

## LAMPIRAN 2

### DOKUMENTASI WAWANCAWARA

Wawancara dengan **Maulana Yusuf**



Wawancara dengan **H. Supayardi. S.sos, M.I.Kom**



Wawancara dengan Gen Z



## LAMPIRAN 3

### BUKTI TURNITIN

#### Ikhbal Multin Hidayah\_Ilkom.pdf

Universitas Nasional

##### Document Details

Submission ID

trn:oid::3618:127956267

133 Pages

Submission Date

Feb 11, 2026, 1:42 AM GMT+7

27,358 Words

Download Date

Feb 11, 2026, 6:21 AM GMT+7

187,068 Characters

File Name

Ikhbal Multin Hidayah\_Ilkom.pdf

File Size

5.7 MB

✓ iThenticate

Page 1 of 143 - Cover Page

Submission ID: trn:oid::3618:127956267

✓ iThenticate

Page 2 of 143 - Integrity Overview

Submission ID: trn:oid::3618:127956267




#### 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

##### Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Cited Text
- ▶ Small Matches (less than 10 words)
- ▶ Abstract
- ▶ Methods and Materials
- ▶ Crossref database
- ▶ Crossref posted content database

##### Top Sources

- 5%  Internet sources
- 1%  Publications
- 6%  Submitted works (Student Papers)

##### Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.