

Manajemen Komunikasi RRI Pro-2 Makassar Pada Program Santai Siang Dalam Menarik Minat Pendengar Muda

Nurul Zakinah Alwi Rajab
ninazakinahawir@gmail.com
 Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin
andi.muttaqin@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Izki Fikriani Amir
izkiamir@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Program siaran yang dirancang dengan manajemen komunikasi yang tepat menjadi kunci penting dalam mempertahankan eksistensi radio di kalangan pendengar muda. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui Manajemen RRI Pro 2 Makassar terhadap program acara Santai Siang dalam menarik minat pendengar muda. (2) Untuk mengetahui Tantangan yang dihadapi oleh RRI Pro 2 Makassar dalam program Santai Siang terkait upaya menarik minat pendengar muda. Informan dalam penelitian ini berjumlah delapan orang yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan Teori AIDDA, Teori S-O-R dan Teori SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RRI Pro 2 Makassar menerapkan Manajemen komunikasi yang dilakukan melalui Perencanaan komunikasi program dalam rapat evaluasi rutin untuk menilai efektivitas program, strategi penyusunan dan penyajian program yang santai namun tetap terstruktur dan relevan dengan anak muda, serta kesiapan tim produksi dan pemanfaatan media sosial dengan optimal.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi, RRI Makassar, Pro 2, Radio, Pendengar.

***Abstract:** Broadcast programs designed with proper communication management are an important key in maintaining the existence of radio among young listeners. The aim of this research is (1) to find out the Management of RRI Pro 2 Makassar towards the Santai Siang program in attracting the interest of young listeners. (2) To find out the Challenges faced by RRI Pro 2 Makassar in the Santai Siang program related to efforts to attract the interest of young listeners. A total of eight informants participated in this study, selected according to predetermined criteria aligned with the research focus.. The type of research used was qualitative descriptive research with data collection techniques in the form of observation, in-depth interviews and documentation. This study employs the AIDDA, the S-O-R theory and the SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results of the study indicate that RRI Pro 2 Makassar implements communication management through structured program planning, which is carried out in routine evaluation meetings every three months to assess the effectiveness of the program. The management also includes the formulation and presentation of*

relaxed yet structured program content that remains relevant to young audiences, as well as the preparedness of the production team and the optimal use of social media platforms.

Keywords: *Communication Management, RRI Makassar, Pro 2, Radio, Listeners*

PENDAHULUAN

Sejarah keberhasilan media massa, radio termasuk sebagai lembaga kunci dalam masyarakat modern. Kegunaan radio ini tergantung pada masing-masing perspektif pendengar, misalnya ada pendengar yang membutuhkan informasi wisata, update berita, gaya hidup, informasi selebriti, kebutuhan remaja masa kini dan lain sebagainya yang bisa didapatkan di radio. Radio telah mengalami banyak perubahan yang menimbulkan persaingan yang signifikan antara stasiun radio. Yang mencakup aspek teknis, format konten, serta perubahan dalam kebiasaan pendengar. Saat ini persaingan semakin sengit dengan keterbatasan yang ada. Melalui teknologi baru, internet telah menggeser eksistensi teknologi-teknologi mainstream salah satunya radio. Baik secara iklan maupun programnya. Seperti Podcast, Spotify, Joox, Youtube, dan beragam media sosial (Instagram, Twitter, Facebook, dan lain-lain).

Dalam konteks pendengar muda, radio menghadapi tantangan besar. Data dari Lembaga riset Nielsen Indonesia menunjukkan bahwa tingkat pendengar muda terhadap radio menurun secara signifikan, khususnya di kota besar seperti Makassar. Berdasarkan survey fakta (sumber rri.co.id) bahwa pengguna radio memang perlahan menurun per Januari 2023 data orang yang mendengarkan radio menunjukkan pada urutan terbawah yaitu 51,1%. Di tengah menjamurnya konten digital yang bersifat personal, interaktif, dan *mobile-friendly*, radio harus melakukan rebranding dan inovasi agar tetap relevan, terutama dalam menyasar segmentasi generasi muda yang dinamis dan cepat berpindah minat. Salah satu stasiun radio yang mencoba menjawab tantangan ini adalah RRI Pro 2 Makassar. RRI Pro 2 dikenal sebagai kanal siaran yang menyasar segmen anak muda dengan menghadirkan konten hiburan dan musik.

Salah satu usaha yang dilakukan yakni dengan menghadirkan acara yang sesuai segmentasi yang dituju sesuai dengan visi dan misi radio itu sendiri dengan pola penyiaran yang menarik seperti pada program acara “Santai Siang” dari RRI Pro 2 Makassar pada frekuensi 96.8 FM. Namun, RRI Pro 2 Makassar masih belum sepenuhnya mampu menjangkau dan mempertahankan minat pendengar muda. Padahal Program “Santai Siang” memiliki potensi besar untuk menarik pendengar muda di Kota Makassar melalui pendekatan yang lebih kreatif, interaktif, dan relevan dengan tren serta kebutuhan mereka, semakin mempertegas urgensi pembenahan manajemen komunikasi di dalamnya.

Manajemen komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk merancang strategi yang tepat guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik program "Santai Siang" bagi audiens muda. Hal ini mencakup berbagai elemen, mulai dari pemilihan topik yang relevan dengan minat anak muda, penggunaan media sosial untuk promosi, hingga menciptakan atmosfer yang menyenangkan dalam siaran agar pendengar merasa lebih terhubung dan terlibat.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) pro 2 Makassar dalam membawakan program santai siang. Data tersebut didapatkan dari naskah hasil wawancara, observasi partisipatif, catatan lapangan, dokumentasi yang relevan, recorder, dan beberapa dokumen yang lain. Kemudian dianalisis secara kualitatif untuk memahami secara menyeluruh persepsi, pengalaman, dan tindakan subjek penelitian.

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Radio Republik Indonesia (RRI Pro 2 Makassar) Jl. Riburane No.3 Bulu Gading, Kecamatan Ujung Pandang, Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen Radio Republik Indonesia (RRI) pro 2 Makassar dalam membawakan program santai siang. Jumlah individu atau kelompok yang dianggap memiliki pengetahuan yang relevan terkait dengan permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti. Informan yang bersedia dan mampu memberikan wawasan dan informasi. Informan yang di wawancarai berkisar delapan (8) orang dan ditentukan berdasarkan

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Program Santai Siang yang disiarkan oleh RRI Pro 2 Makassar pada segmen siang hari. Jaringan ini menyiarkan music dan hiburan bagi anak muda dan remaja yang dimana memiliki slogan rri pro 2 yakni teman terbaik kamu. Program santai siang menawarkan berbagai segmen yang dirancang untuk menghibur dan memberikan informasi bagi pendengar, diantaranya ngulik (ngobrol umkm dan kuliner), acara sport, entertainment, lagu hitslist, dan lokin (lokal info) yang menyajikan informasi lokal dan nasional yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Program ini disiarkan setiap hari mulai dari pukul 11.00 hingga 16.00 WITA dengan tujuan untuk menciptakan suasana santai dan menyenangkan di siang hari bagi pendengar muda, program acara bisa didengar melalui web atau aplikasi RRI Digital dan pendengar juga bisa poling lagu kesukaan di Instagram untuk request. Program acara Santai Siang menjadi sarana promosi bagi mahasiswa yang sambil bisnis dan owner-owner muda berbakat. Narasumber yang diundang ke acara Santai Siang memiliki karakteristik tertentu, yaitu anak-anak muda yang dapat memberikan motivasi kepada pemuda yang mau memulai karirnya dengan berbisnis serta banyaknya program lainnya yang menarik. Program santai siang bisa di dengar di Aplikasi “RRI Digital” yang mencakup berbagai segmen menarik.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara jenis semistruktur yakni biasanya memiliki daftar pertanyaan tertulis tetapi memungkinkan penanya untuk mengajukan pertanyaan secara bebas yang berkaitan dengan masalah penelitian terkait program acara santai siang. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang terpilih sesuai kriteria, yaitu pendengar muda di Kota Makassar yang tertarik

dan mendengarkan program santai siang. Sehingga penulis dapat memperoleh data dan gambaran yang lebih jelas dan utuh tentang masalah yang diteliti. Jenis dokumentasi yang dapat digunakan berupa buku audiens, laporan berkala, jadwal kegiatan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka penulis akan mengambil dokumentasi berupa gambar umum mengenai RRI pro 2 Makassar, data pendengar, playlist pembendaharaan lagu, kerangka - kerangka struktur radio serta foto dan rekaman yang berkaitan langsung dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data adalah analisis kualitatif, yaitu menganalisis informasi berdasarkan reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan. Penulis dapat memperoleh pemahaman yang lebih rinci mengenai data dan informasi dari RRI Pro 2 lalu memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari pola dan tema, serta menghilangkan yang tidak perlu sesuai kebutuhan penelitian. Lalu menyajikan data secara keseluruhan informasi yang telah tersusun berupa bentuk naratif, bagan dan sebagainya sehingga dapat ditarik kesimpulan. Luas lengkapnya catatan lapangan, jenis metodologi yang digunakan dalam pengolahan data, serta pengalaman penulis akan memberi warna pada kesimpulan. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar benar valid dan mendukung fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Komunikasi RRI Pro 2 Makassar Pada Program Acara Santai Siang Dalam Menarik Minat Pendengar Muda

Berdasarkan hasil wawancara dengan delapan informan yang terdiri dari penyiar, produser, dan pendengar muda, ditemukan bahwa manajemen komunikasi dalam program *Santai Siang* dilakukan secara terstruktur melalui empat tahapan manajerial: perencanaan, strategi, pelaksanaan produksi, dan evaluasi. Perencanaan program dimulai dengan penentuan tema dan topik yang relevan dengan tren dan karakteristik anak muda, seperti musik, media sosial, dan gaya hidup. Strategi penyajian program acara dilakukan dengan branding yang konsisten dan konten yang menarik, lalu membangun kolaborasi dengan event dan komunitas anak muda, serta menghadirkan narasumber muda dan influencer lokal. Untuk produksi pelaksanaan program acara santai siang penanggung jawab utama produksi adalah penyiar yang sedang bertugas saat itu. Penyiar tidak hanya bertugas membawakan acara secara langsung, tetapi juga berperan dalam kegiatan pra-siaran seperti mencari informasi sesuai tema, membuat rundown acara, serta mengelola interaksi dengan pendengar melalui media sosial. Untuk respon yang didapatkan rri pro 2 makassar terhadap program acara santai siang mendapatkan beragam respon pendengar, ada yang menyampaikan kesan positif terhadap program, ada yang memuji, ada yang hanya mendengarkan lagunya saja dan ada juga yang memberikan saran.

Tantangan RRI Pro 2 Makassar Pada Program Acara “Santai Siang” Dalam Menarik Minat Pendengar Muda

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan yang dihadapi oleh RRI Pro 2 Makassar dalam menarik minat pendengar muda melalui program santai siang. Pertama, rendahnya minat pendengar muda terhadap siaran radio dibandingkan media digital seperti podcast dan YouTube. Kedua, persaingan ketat dari media digital yang lebih interaktif dan visual. Ketiga, keterbatasan inovasi

dalam format program Santai Siang yang masih cenderung monoton dan belum konsisten melibatkan kolaborasi dengan kreator muda atau komunitas lokal. Dan perubahan perilaku konsumen terkhusus anak muda yang memiliki karakteristik yang dinamis dan cepat berubah Secara keseluruhan, tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun Santai Siang memiliki potensi sebagai ruang ekspresi publik, perlu adanya inovasi format dan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebiasaan media generasi muda.

KESIMPULAN

RRI Pro 2 Makassar menerapkan manajemen komunikasi pada program Santai Siang yang dilakukan secara terstruktur melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Proses ini tampak dalam kegiatan rapat evaluasi rutin dalam penyusunan konsep, tema dan topik siaran yang disesuaikan dengan karakter pendengar muda, serta memanfaatkan media sosial untuk promosi. Penyajian program dirancang sesuai segmentasi anak muda. Pro 2 juga menghadirkan kolaborasi dengan berbagai event anak muda dan konser musik local, serta menghadirkan narasumber inspiratif seperti pengusaha muda. Respon pendengar terhadap program Santai siang Sebagian positif terutama dari kalangan pendengar yang telah lama mengikuti siaran pro 2 RRI. Mereka mengapresiasi gaya penyampaian yang sesuai serta pilihan musik yang sesuai dengan suasana siang hari. Namun, daya tarik program terhadap pendengar muda masih kurang maksimal. Terlihat masih banyak tantangan yang dihadapi oleh Program Santai siang pro 2 RRI Makassar, Oleh karena itu, Manajemen program harus mampu membaca tren, serta membuka ruang ruang komunikasi yang lebih interaktif agar tetap menjadi pilihan anak muda Sehingga, RRI Pro 2 Makassar perlu melakukan evaluasi menyeluruh dan penguatan strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap platform yang digunakan oleh generasi muda, agar program ini tetap relevan dan mampu menjangkau target pendengar muda secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus H, Hadawiah, M Idris (2024) Strategi Komunikasi Budaya Radio Suara Bone Beradat Dalam Membentuk Karakter Generasi Di Kabupaten Bone
- Didik Hariyanto,.(2021) “Buku Ajar Ilmu Komunikasi “ Hal 15-20 Fardiansyah H, Annisagita,dkk (2023) “Manajemen Komunikasi” hal 12
- Hasan Asy’ari (2012) “Radio Jurnalistik Radio : Kiat Menulis Berita” hal 133
- Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin. Dasar-Dasar Penyiaran. (Jakarta: Kencana, Prenada Media Group, 2011), 149
- Majid A, Ilham M, Afni Nur (2020) Strategi Program I-Radio Makassar Dalam Meningkatkan Minat Pendengar
- Majid A, Muttaqin A, Qalby Nur (2023) “Strategi Promosi Radio PRAMBORS Makassar Dalam Mempertahankan Segmentasi Iklan Di Era Digital”
- Hafifa Nurul (2024). Strategi Komunikasi Pro 2 Rri Makassar Melalui Program Siaran Gerakan Cerdas Memilih Dalam Mendorong Parsipasi Anak Muda Pada Pemilu 2024.
- Kustianl, W. Aini K, Maisarah, Muridayani, Afriansyah S (2022, Juli). Proses Produksi dan Pemasaran Program Media Radio dan Tv. Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital, Vol. 1 No, hal 319–326.
- Mahfudhoh, A. (2022). Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung Di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara

RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra UMI
Vol.7 No.1 2026
<https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/index>

- Lumajang Kabupaten Lumajang. 01-44.
- Musdalifah H.B (2023) "Strategi Penyiaran RRI Pro 2 Makassar Dalam Menarik Minat Pendengar Generasi Milenial" hal 8-51
- Nadira Tiara Z (2024) Komunikasi Penyiar Dalam Membawakan Program Sore Ceria Di Radio Republik Indonesia (Rri) Pro 2 Pekanbaru Hal 1-43
- Fathudin. (2021). Strategi Kreatif Rri Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Program Belajar Di Radio Republik Indonesia (Rri) Pekanbaru. 01-34.
- PPID LPP RRI (2020) Profil RRI. Diakses dari <https://ppid.rri.go.id/profil-rri> pada tanggal 20 Maret 2025
- RRI.co.id (2024) Perubahan Logo RRI. Diakses dari <https://rri.co.id/index.php/daerah/960956/perubahan-logo-rri> pada tanggal 20 Maret 2025