ANALISIS PROSES PRODUKSI SIARAN MULTIPLATFORM PROGRAM SORE CERIA DI RRI BOGOR (MULTIPLATFORM BROADCAST PRODUCTION ANALYSIS OF THE SORE CERIA PROGRAM AT RADIO REPUBLIK INDONESIA BOGOR)

Dede Renaldi[1], Ratih Siti Aminah[2], Muhammad Reza[3]
[1,2,3]Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan
Korespondensi: e-mail: **barendo36@gmail.com**
Kronologi Naskah:dikirim 16 Mei 2026; direvisi; 18 Juni 2026; diputuskan 24 Juni 2026

Abstract
This study analyzes the multiplatform broadcast production process of the Sore Ceria *program at RRI Pro 2 Bogor. Although internet penetration in Indonesia reached 80.66% in 2025, research on radio's digital adaptation has focused mainly on institutional strategy, while program-level production workflows in local public radio remain underexplored. Using a descriptive qualitative single-case design, data were collected through participant observation, in-depth interviews, and documentation, and analyzed thematically with source and technique triangulation. Informants comprised the head of LPP RRI Bogor, the producer, announcers, technicians, the New Media Content (KMB) team, and active listeners. The findings show that production run through pre-production, production, and post-production stages, with multiplatform integration strongest in the phase first, ad two. In pre-production, editorial meetings that include the digital team plan themes, guests, playlists, rundowns, and distribution across platforms. Production takes the form of a live talk show that is simulcast on FM, streaming, Instagram, and YouTube, enabling two-way interaction with networked listeners. Post-production is dominated by performance and technical evaluation, while content re-versioning and audience analytics are not yet systematic. The study contributes a program-level model of multiplatform production for local public radio and identifies post-production as the critical point for strengthening multiplatform strategy.*

Keywords: Digital Radio; Media Convergence; Multiplatform; Broadcast Production; Public Service Media

Abstrak
Penelitian ini menganalisis proses produksi siaran multiplatform pada program *Sore Ceria* di RRI Pro 2 Bogor. Penetrasi internet Indonesia telah mencapai 80,66% pada 2025, namun kajian adaptasi digital radio sejauh ini lebih banyak menyoroti strategi kelembagaan, sedangkan alur kerja produksi pada tingkat program di radio publik lokal masih jarang diteliti. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal. Data dikumpulkan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, lalu dianalisis secara tematik dengan triangulasi sumber dan teknik. Informan terdiri atas Kepala LPP RRI Bogor, produser, penyiar, teknisi, tim Konten Media Baru (KMB), dan pendengar aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi berlangsung melalui tahap pra-produksi, produksi, dan Pada pra-produksi, rapat redaksi yang melibatkan tim digital merencanakan tema, narasumber, *playlist*, *rundown*, dan distribusi lintas platform. Produksi berbentuk *live talkshow* yang disiarkan serentak melalui FM, *streaming*, Instagram, dan YouTube sehingga memungkinkan interaksi dua arah dengan pendengar berjejaring. Pascaproduksi masih didominasi evaluasi performa dan teknis, sedangkan pengemasan ulang konten dan pemanfaatan data analitik audiens belum sistematis. Penelitian ini menawarkan model produksi multiplatform pada tingkat program radio publik local

dan menunjukkan bahwa pascaproduksi merupakan titik kritis penguatan strategi multiplatform.

Kata kunci: Konvergensi media; Multiplatform; Produksi Siaran; Radio Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan digitalisasi telah mendorong transformasi signifikan dalam industri penyiaran radio di Indonesia. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat jumlah pengguna internet nasional pada 2025 mencapai 229,43 juta jiwa atau 80,66% dari total populasi, naik dari 79,50% pada 2024 (APJII, 2025). Perubahan infrastruktur ini diikuti pergeseran pola konsumsi media. Data We Are Social (2025) yang dikutip Maydita dan Jamil (2026) menunjukkan bahwa pendengar radio melalui gelombang siaran hanya sekitar 52,0% pengguna dengan rata-rata 32 menit per hari, jauh di bawah durasi penggunaan internet yang mencapai 7 jam 22 menit per hari. Meski demikian, radio publik masih memiliki modal kepercayaan yang besar. RRI, misalnya, menjadi rujukan bagi 46,4% pendengar dalam pemberitaan Pemilu 2024, sementara radio swasta tidak lebih dari 5% (Maydita & Jamil, 2026).

Kondisi tersebut menempatkan radio pada situasi paradoksal. Radio masih dipercaya, tetapi harus bersaing memperebutkan perhatian audiens, khususnya generasi muda, yang semakin terbiasa mengakses konten melalui *streaming*, podcast, dan media sosial. Survei terhadap 223 pendengar radio digital di Indonesia menegaskan bahwa akses radio kini juga berlangsung melalui *live streaming* dan aplikasi seluler (Muslikhin, 2025). Karena itu, radio dituntut beradaptasi melalui konvergensi media, yaitu integrasi siaran terestrial dengan platform digital untuk memperluas jangkauan sekaligus memperdalam keterlibatan audiens (Damayanti et al., 2024; Jenkins, 2004).

Konvergensi media tidak hanya mengubah cara distribusi konten, tetapi juga merekonstruksi relasi antara media dan audiens. Pendengar radio tidak lagi bersifat pasif. Mereka menjadi publik berjejaring (*networked publics*) yang merespons, mengomentari, dan menyebarkan konten melalui berbagai kanal digital (Bonini et al., 2016). Di tingkat global, kajian radio dalam era platform menyoroti integrasi video, podcast, dan strategi menjangkau audiens muda oleh radio publik (Monclús & Scifo, 2024). Bagi lembaga penyiaran publik, tantangan ini juga menyangkut misi pelayanan publik, yakni bagaimana tetap relevan bagi audiens muda di tengah persaingan media (Lowe & Maijanen, 2019).

Di Indonesia, sejumlah penelitian telah mengkaji transformasi digital RRI. Gymnastiar et al. (2024) mendokumentasikan perubahan RRI dari model konvensional ke multiplatform pada aspek teknis, strategis, dan manajerial. Ali dan Azizah (2025) menunjukkan bagaimana RRI Sumenep menyesuaikan konten siaran untuk YouTube, laman rri.co.id, aplikasi RRI Digital, dan media sosial. Wulandari dan Wahyudin (2024) menemukan bahwa gaya siaran yang formal dan ketidaksesuaian konten dengan selera anak muda menjadi kelemahan utama RRI Jawa Tengah dalam menarik audiens muda. Studi lain di RRI Madiun, Yogyakarta, dan Jakarta juga menyoroti konvergensi pada tingkat kelembagaan (Gusna et al., 2021; Maydita & Jamil, 2026; Sari et al., 2023).

Dari kajian tersebut tampak sebuah celah penelitian (*research gap*). Pertama, mayoritas penelitian berfokus pada strategi transformasi di tingkat lembaga atau stasiun. Kajian pada tingkat program memang ada, misalnya tentang strategi manajemen program Dunia Dongeng di RRI Purwokerto (Murbaningsih et al., 2020), tetapi fokusnya adalah mempertahankan eksistensi program, bukan alur kerja produksi multiplatform. Kedua, penelitian tentang audiens radio digital di Indonesia banyak menggunakan survei perilaku pendengar (Muslikhin, 2025), sehingga belum

menjelaskan bagaimana keterlibatan audiens dirancang dan dikelola di dalam proses produksi. Ketiga, literatur internasional tentang partisipasi pendengar umumnya berangkat dari stasiun nasional berskala besar (Bonini et al., 2016; Bonini & Sellas, 2014), sementara praktik radio publik lokal dengan sumber daya terbatas masih jarang dikaji. Dengan demikian, analisis mendalam mengenai bagaimana tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi dijalankan secara multiplatform pada program radio publik lokal yang menyasar anak muda masih terbatas.

Dalam konteks ini, Program *Sore Ceria* di RRI Pro 2 Bogor menjadi kasus yang relevan. Program ini memadukan siaran FM dengan *live streaming* di Instagram dan YouTube dalam format *talkshow* interaktif yang menyasar pendengar muda, serta melibatkan tim Konten Media Baru (KMB) dalam proses produksinya. Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana proses produksi siaran multiplatform pada Program *Sore Ceria* di RRI Bogor pada tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi?

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, penelitian ini menggeser unit analisis dari strategi lembaga ke alur kerja produksi tingkat program. Kedua, penelitian ini memadukan model tahapan produksi siaran dengan perspektif konvergensi media (Jenkins, 2004) dan strategi multiplatform berbasis pengemasan ulang konten atau *re-versioning* (Doyle, 2010) untuk membaca di tahap mana integrasi lintas platform benar-benar terjadi. Ketiga, penelitian ini menghadirkan perspektif radio publik lokal yang menyasar audiens muda, sehingga melengkapi temuan sebelumnya yang berpusat pada stasiun besar. Secara akademis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian komunikasi media dengan menempatkan proses produksi sebagai faktor strategis keterlibatan audiens. Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan bagi pengembangan model produksi siaran radio publik di era digital.

KAJIAN TEORI

Radio dalam Ekosistem Media Digital

Media massa pada awalnya dipahami sebagai sarana komunikasi satu arah yang menyampaikan pesan kepada khalayak luas secara seragam (McQuail, 2010). Radio memiliki karakter auditif yang mengandalkan suara sehingga mampu menciptakan kedekatan emosional dengan pendengar. Perkembangan teknologi digital mengubah karakter tersebut. Radio internet menambahkan dimensi visual pada medium yang sebelumnya hanya dapat didengar, sehingga perpaduan konten audio dengan teks, gambar, dan video semakin lazim (Laor, 2022). Dengan pendekatan *uses and gratifications*, Laor (2022) juga menemukan bahwa pengguna lebih cenderung membagikan konten radio yang bersifat visual dibandingkan arsip audio. Temuan ini menunjukkan bahwa radio kini bersaing dalam ekosistem konten yang lebih luas, bukan sekadar di antara stasiun radio.

Pergeseran ini juga dipahami sebagai platformisasi radio dan audio. Distribusi, format, dan relasi dengan audiens makin ditentukan oleh logika platform digital (Monclús & Scifo, 2024). Konsekuensinya, radio bergerak menuju pola mendengarkan yang beragam dan multiplatform (Martínez-Costa & Prata, 2017), dan stasiun radio di Indonesia pun menempuh diversifikasi digital melalui Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, WhatsApp, dan situs web (Kurnia et al., 2023).

Konvergensi Media dan Budaya Partisipatif

Jenkins (2004, 2006) menegaskan bahwa konvergensi bukan semata penyatuan teknologi, melainkan pergeseran logika budaya. Konten mengalir lintas platform, industri media bekerja sama, dan audiens berpindah-pindah kanal untuk mencari pengalaman yang mereka inginkan. Konvergensi juga melahirkan budaya partisipatif, yakni audiens yang tidak lagi hanya menerima tetapi juga berinteraksi dan ikut menyebarkan konten. Deuze (2007) menambahkan bahwa di

industri kreatif, konvergensi mengaburkan batas antara produksi dan konsumsi serta menuntut pola kerja yang lebih kolaboratif di dalam organisasi media.

Dalam kajian radio, konsep ini diwujudkan dalam gagasan publik berjejaring. Ketika pendengar terorganisasi dalam jaringan media sosial, mereka memiliki sifat, perilaku, dan nilai yang berbeda dari audiens massa tradisional (Bonini et al., 2016). Bagi radio publik, media sosial menjadi arena untuk memperluas layanan dan mengubah hubungan dengan pendengar (Bonini & Sellas, 2014; Steinfeld & Laor, 2019).

Strategi Multiplatform dan Pengemasan Ulang Konten

Doyle (2010) menunjukkan bahwa peralihan media konvensional ke strategi multiplatform menuntut investasi pada sumber daya manusia dan pengemasan ulang (*re-versioning*) konten. Pendekatan "360 derajat", yakni merancang produksi dan distribusi lintas platform sejak awal, dapat meningkatkan nilai dari setiap konten karena memperpanjang peluang konsumsi. Pendekatan ini juga memungkinkan preferensi audiens terbaca kembali oleh produsen melalui keterlibatan di platform digital. Kerangka ini relevan untuk membaca proses produksi radio, karena keberhasilan multiplatform tidak hanya ditentukan pada saat siaran berlangsung, tetapi juga pada perencanaan dan pascaproduksi.

Di ranah radio, integrasi siaran terestrial dengan radio visual menjadi salah satu wujud strategi tersebut (Harliantara & Mulyanadi, 2024). Pada RRI, praktik serupa terlihat dalam pembentukan tim khusus konten digital dan pengemasan ulang siaran audio menjadi artikel daring dan video pendek (Ali & Azizah, 2025; Maydita & Jamil, 2026).

Proses Produksi Siaran Radio Multiplatform

Proses produksi siaran radio meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi (Effendy, 2006). Pra-produksi mencakup perencanaan ide, penyusunan naskah, dan koordinasi teknis. Produksi merupakan pelaksanaan siaran secara langsung maupun rekaman yang melibatkan penyiar, produser, dan teknisi. Pascaproduksi meliputi evaluasi serta pengemasan ulang konten. Dalam kerangka multiplatform, setiap tahap mendapat tambahan fungsi. Pra-produksi juga merencanakan distribusi lintas kanal, produksi juga mengelola interaksi audiens secara *real-time*, dan pascaproduksi juga mencakup *re-versioning* serta pembacaan data audiens (Doyle, 2010; Gymnastiar et al., 2024). Kerangka inilah yang digunakan sebagai lensa analisis penelitian ini.

Lembaga Penyiaran Publik dan Audiens Muda

RRI sebagai lembaga penyiaran publik memiliki mandat menyampaikan informasi, pendidikan, dan hiburan yang sehat kepada masyarakat (Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002). Lowe dan Maijanen (2019) menunjukkan bahwa media publik menghadapi tantangan khusus dalam memaknai misi pelayanan publik ketika berhadapan dengan audiens muda dan persaingan pasar. Dalam konteks Indonesia, Wulandari dan Wahyudin (2024) merekomendasikan agar RRI beralih ke gaya siaran yang lebih santai dan interaktif, memanfaatkan RRI Digital dan RRI Play Go, serta berkolaborasi dengan komunitas kreatif. Transformasi digital RRI juga ditempuh melalui pembaruan teknologi dan kerja sama (Ismandianto et al., 2022). Dengan demikian, adaptasi digital lembaga penyiaran publik tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga upaya menjaga fungsi sosial radio sebagai ruang komunikasi publik yang inklusif dan partisipatif.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus tunggal. Studi kasus dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam sebuah fenomena kontemporer dalam konteks nyatanya, yaitu proses produksi satu program siaran, dengan memanfaatkan beragam sumber data (Harrison et al., 2017). Kasus yang dikaji adalah Program *Sore Ceria* di RRI Pro 2 Bogor. Program ini dipilih karena (1) menyasar audiens muda, (2) disiarkan secara simultan melalui FM, *streaming*, dan media sosial, dan (3) melibatkan tim KMB dalam proses produksinya.

Penelitian dilaksanakan di Kantor LPP RRI Bogor pada Agustus 2025 sampai Februari 2026. Objek penelitian adalah proses produksi siaran multiplatform yang mencakup perencanaan, pelaksanaan siaran, evaluasi, serta distribusi konten melalui FM, *streaming* digital, situs web, Instagram, TikTok, dan YouTube. Informan dipilih secara *purposive*, yaitu berdasarkan keterlibatan langsung dan pengetahuan yang relevan dengan fokus penelitian (Campbell et al., 2020). Kriteria informan internal adalah terlibat langsung dalam produksi *Sore Ceria* minimal 12 bulan. Kriteria informan eksternal adalah pendengar yang mengikuti program minimal 12 bulan dan pernah berinteraksi melalui telepon, WhatsApp, atau media sosial. Penentuan jumlah informan didasarkan pada kecukupan informasi pada setiap tahap produksi. Informasi dari informan internal dihentikan peneliti Ketika informan tidak lagi mampu memberikan informasi baru yang signifikan. Wawancara akan dihentikan. Informasi dari pendengar diperoleh melalui wawancara dari dua pendengar, satu laki-laki dan satu perempuan. Pertimbangan memilih dua informan pendengar dengan asumsi bahwa penjelasan yang diberikan akan saling melengkapi. Pendengar perempuan akan memberikan penjelasan dari perspektif pemahaman perempuan, demikian pula pendengar laki-laki akan mempersepsi berdasarkan pengalaman mendengarkannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan terhadap rapat redaksi, pelaksanaan siaran di studio dan ruang kontrol, serta aktivitas tim manajemen program radio selama siaran berlangsung. Hasil observasi dicatat dalam catatan lapangan terstruktur. Kedua, wawancara mendalam semi-terstruktur dengan durasi 30 menit per informan. Wawancara direkam atas persetujuan informan, kemudian ditranskripsi secara verbatim. Pedoman wawancara disusun berdasarkan tiga tahap produksi dan aspek distribusi multiplatform. Ketiga, dokumentasi berupa *rundown*, *playlist*, arsip siaran, unggahan Instagram dan YouTube, serta data insight media sosial periode tiga bulan sesuai kebutuhan penelitian. Data dianalisis secara tematik melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengodean dilakukan dalam dua lapis. Lapis pertama bersifat deduktif, berdasarkan kategori tahapan produksi dan dimensi konvergensi (distribusi lintas platform, partisipasi audiens, dan *re-versioning*). Lapis kedua bersifat induktif untuk menangkap tema yang muncul dari lapangan. Selain itu, peneliti melakukan *member checking* dengan mengonfirmasi ringkasan temuan kepada informan kunci dan melakukan wawancara dengan penyiar radio senior dari Kota Bogor. Seluruh informan memberikan persetujuan tertulis. Identitas pendengar disamarkan, sedangkan nama pengelola program dicantumkan atas izin yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kerangka konvergensi media Jenkins (2004, 2006) dan strategi multiplatform Doyle (2010) untuk membaca proses produksi Program *Sore Ceria*. Hasil penelitian

disajikan mengikuti tiga tahap produksi, dilengkapi uraian distribusi dan pengemasan ulang konten sebagai bagian dari pascaproduksi.

Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan fondasi utama dalam proses produksi siaran. Pada tahap ini, tim produksi RRI Bogor melakukan rapat redaksi untuk menentukan konsep, tema, *rundown*, *playlist* lagu, narasumber, serta kebutuhan teknis siaran. Kegiatan ini melibatkan produser, penyiar, teknisi, dan tim digital guna memastikan keselarasan konsep siaran multiplatform.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nurlita selaku produser, rapat redaksi menjadi tahap awal dalam menyusun tema yang relevan dengan isu terkini dan minat audiens muda, seperti tren, kegiatan inspiratif, dan fenomena viral. Pemilihan tema ini bertujuan agar siaran tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga informatif dan edukatif. Produser menjelaskan bahwa pada tahap praproduksi, penentuan tema pada program Sore Ceria juga menjadi bagian dari agenda rapat redaksi. Penentuat tema juga menyesuaikan dengan isu-isu hangat di masyarakat. Untuk playlist lagu, produser program menjelaskan, RRI memiliki bank lagu dengan lebih dari seribu lagu. Selain itu pembaruan lagu juga dilakukan secara intensif. Penentuan *playlist* dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan karakter pendengar Pro 2 yang didominasi anak muda. Lagu yang dipilih umumnya bergenre pop dan *easy listening*, serta memberi ruang bagi musisi lokal sebagai bentuk dukungan terhadap kreativitas daerah.

Dalam tahap ini juga ditentukan penggunaan elemen audio seperti *bumper* dan iklan. *Bumper* berfungsi sebagai identitas program sekaligus penanda transisi antarsegmen, sedangkan iklan, terutama iklan layanan masyarakat, digunakan sebagai sarana edukasi, seperti ajakan menggunakan internet secara bijak.

Pemilihan narasumber dilakukan berdasarkan kesesuaian tema dan kedekatan dengan audiens muda, seperti pelajar berprestasi, komunitas kreatif, atau tokoh inspiratif. Narasumber dapat hadir langsung di studio atau melalui sambungan telepon, menyesuaikan kondisi dan jaringan siaran RRI. Tahap pra-produksi ditutup dengan penyusunan *rundown* sebagai pedoman utama jalannya siaran, yang mengatur urutan segmen dari pembukaan hingga penutup secara sistematis.

Produksi

Tahap produksi merupakan implementasi dari perencanaan yang telah disusun pada pra-produksi. Program *Sore Ceria* diproduksi dalam format *live talkshow* yang santai dan interaktif, serta disiarkan secara multiplatform melalui radio dan media digital.

Pada tahap ini, teknisi berperan memastikan kesiapan peralatan siaran, seperti mikrofon, *mixer* audio, komputer *playout*, dan koneksi internet. Teknisi juga menjaga kualitas audio agar tetap stabil dan jernih selama siaran berlangsung, serta menyiapkan perangkat cadangan untuk mengantisipasi gangguan teknis. Penyiar sebagai aktor utama siaran mempersiapkan naskah, tema, dan *playlist* sebelum siaran dimulai, melakukan pemanasan vokal, serta mengikuti *briefing* dengan tim produksi untuk memastikan kesiapan teknis dan alur siaran.

Selama siaran berlangsung, penyiar menjaga ritme bicara, intonasi, serta interaksi dengan pendengar melalui telepon, WhatsApp, dan media sosial. Penyiar juga menghindari jeda lebih dari dua detik agar siaran tetap dinamis. Tim Konten Media Baru (KMB) mendistribusikan siaran ke Instagram dan YouTube melalui *live streaming* serta mengelola interaksi audiens secara daring. Produser mengawasi jalannya siaran dari ruang kontrol (MCR), memastikan setiap segmen berjalan sesuai *rundown*, serta memberikan arahan kepada penyiar dan teknisi.

Pascaproduksi

Tahap pascaproduksi berfokus pada evaluasi dan perbaikan kualitas siaran. Evaluasi dilakukan oleh produser bersama penyiar dan teknisi dengan meninjau aspek performa, teknis, dan alur acara secara keseluruhan. Dalam evaluasi performa, produser menilai intonasi, artikulasi, tempo bicara, serta pengaturan napas penyiar. Kesalahan seperti jeda terlalu panjang atau tempo yang tidak stabil menjadi bahan perbaikan untuk siaran berikutnya.

Evaluasi teknis dilakukan dengan memeriksa kualitas audio dan video, termasuk keseimbangan volume, gangguan *noise*, serta kestabilan jaringan saat *live streaming*. Kendala yang ditemukan dicatat sebagai bahan perbaikan. Tim juga mengevaluasi kesesuaian *playlist* dengan tema siaran serta kelancaran transisi antarsegmen. Hasil evaluasi didokumentasikan sebagai bahan pembelajaran untuk produksi selanjutnya.

PEMBAHASAN

Pra-Produksi: Perencanaan Konten Sekaligus Perencanaan Platform

Tahap pra-produksi *Sore Ceria* menunjukkan perencanaan yang sistematis. Penentuan tema yang mengikuti isu terkini mencerminkan nilai aktualitas dan kedekatan (*proximity*) dengan audiens muda, sedangkan pemilihan narasumber dari kalangan pelajar dan komunitas kreatif menghadirkan nilai *human interest*. Temuan ini sejalan dengan rekomendasi Wulandari dan Wahyudin (2024), yang menyarankan RRI beralih ke gaya siaran yang lebih santai serta berkolaborasi dengan komunitas kreatif agar relevan bagi anak muda. Perbedaannya, penelitian Wulandari dan Wahyudin (2024) merumuskan strategi pada tingkat stasiun melalui analisis SWOT, sedangkan penelitian ini menunjukkan bagaimana rekomendasi serupa sudah dioperasionalkan dalam rutinitas redaksi sebuah program.

Keterlibatan tim digital sejak rapat redaksi juga penting dicermati. Dalam kerangka Doyle (2010), integrasi distribusi sejak tahap perencanaan merupakan ciri pendekatan "360 derajat" yang memungkinkan satu konten bernilai di banyak platform. Temuan ini memperkuat temuan Gymnastiar et al. (2024) bahwa transformasi RRI ke multiplatform tidak hanya teknis, tetapi juga menyentuh struktur manajerial. Pada *Sore Ceria*, perubahan itu tampak dalam komposisi rapat redaksi. Dengan demikian, pra-produksi tidak hanya berfungsi sebagai perencanaan teknis, tetapi juga sebagai strategi konten untuk memastikan relevansi dan keterlibatan audiens.

Produksi: Siaran Langsung sebagai Ruang Partisipasi Lintas Platform

Pada tahap produksi, *Sore Ceria* mengintegrasikan siaran FM dengan *live streaming* di Instagram dan YouTube serta saluran interaksi melalui telepon dan WhatsApp. Pola ini mencerminkan konvergensi dalam pengertian Jenkins (2004), yaitu konten yang mengalir lintas platform disertai budaya partisipatif. Pendengar yang berkomentar di Instagram atau mengirim pesan WhatsApp sekaligus merupakan publik berjejaring yang memiliki karakter berbeda dari audiens massa (Bonini et al., 2016). Penyiar berperan sebagai mediator yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan audiens di berbagai kanal secara bersamaan.

Hadirnya *live streaming* video menunjukkan bahwa *Sore Ceria* bergerak ke arah radio visual. Temuan ini sejalan dengan Laor (2022), yang menegaskan bahwa radio internet menambahkan dimensi visual dan bahwa konten visual lebih mudah dibagikan pengguna, serta dengan praktik integrasi radio terestrial dan radio visual pada M Radio (Harliantara & Mulyanadi, 2024). Namun, aturan menghindari jeda lebih dari dua detik masih berakar pada logika siaran audio. Dalam siaran visual, penyiar juga dinilai dari penampilan dan bahasa tubuh, sehingga kompetensi penyiar perlu

diperluas.

Pola kerja ini juga menunjukkan kolaborasi lintas fungsi antara penyiar, teknisi, produser, dan tim KMB. Temuan ini sejalan dengan Deuze (2007), yang menyebut konvergensi menuntut pola kerja kolaboratif, dan dengan praktik di RRI Jakarta yang membentuk tim KMB untuk mengoptimalkan distribusi multiplatform (Maydita & Jamil, 2026). Jika dibandingkan dengan radio swasta di Bandung yang mendiversifikasi kanal secara luas, mulai dari Facebook hingga TikTok dan WhatsApp (Kurnia et al., 2023), interaksi *Sore Ceria* masih bertumpu pada telepon, WhatsApp, Instagram, dan YouTube.

Pascaproduksi: Titik Kritis Strategi Multiplatform

Tahap pascaproduksi *Sore Ceria* menunjukkan pentingnya evaluasi rutin sebagai bagian dari peningkatan kualitas berkelanjutan (*continuous improvement*). Evaluasi tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga performa penyiar dan kesesuaian konten dengan audiens, sehingga menjaga konsistensi kualitas dan profesionalisme tim.

Meski demikian, jika dibaca dengan kerangka Doyle (2010), pascaproduksi multiplatform semestinya juga mencakup dua fungsi lain, yaitu pengemasan ulang konten agar memperpanjang umur dan jangkauannya, serta pembacaan data keterlibatan audiens sebagai umpan balik bagi produksi berikutnya. Pada *Sore Ceria*, evaluasi masih berorientasi pada kualitas siaran dan belum memanfaatkan data analitik platform secara sistematis. Kondisi ini berbeda dengan RRI Jakarta, yang mengemas ulang siaran audio menjadi artikel di rri.co.id dan video pendek di media sosial, serta menggunakan data analitik untuk menentukan kesesuaian konten dan platform (Maydita & Jamil, 2026). Hal serupa juga terlihat pada RRI Sumenep yang memproduksi video pendek dan grafis interaktif sesuai karakter YouTube dan Instagram (Ali & Azizah, 2025).

Perbedaan ini dapat dipahami dari temuan Doyle (2010) bahwa strategi multiplatform menuntut investasi sumber daya manusia untuk *re-versioning*. Bagi stasiun lokal dengan tim terbatas, pascaproduksi menjadi titik kritis. Pada tahap inilah nilai tambah multiplatform paling mudah hilang, sekaligus paling besar peluang penguatannya. Temuan ini merupakan kontribusi utama penelitian, yaitu bahwa integrasi multiplatform pada program radio publik lokal sudah kuat pada tahap pra-produksi dan produksi, tetapi belum sepenuhnya mencapai tahap pascaproduksi.

Tabel 1. Perbandingan Temuan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian	Lokus	Temuan Utama	Posisi Penelitian Ini
Gymnastiar et al. (2024)	RRI (etnografi)	Perubahan teknis, strategis, dan manajerial menuju multiplatform	Fokus pada tingkat lembaga, bukan alur kerja satu program
Wulandari & Wahyudin (2024)	RRI Jawa Tengah	Strategi menarik audiens muda: gaya santai, interaktif, kolaborasi komunitas	Sore Ceria menunjukkan strategi tersebut sudah dijalankan pada tingkat program
Ali & Azizah (2025)	RRI Sumenep	Adaptasi konten ke YouTube, rri.co.id, RRI Digital, video pendek	Pengemasan ulang di Sore Ceria belum sistematis
Maydita & Jamil (2026)	RRI Jakarta	Tim KMB, repurposing audio→artikel→video, data analitik	Sore Ceria sudah memiliki peran KMB, tetapi analitik belum masuk evaluasi
Kurnia et al. (2023)	PRFM, Delta, Dahlia	Diversifikasi digital radio swasta lintas banyak kanal	Konteks radio publik lokal dengan kanal lebih terbatas
Bonini et al. (2016)	Radio3 Rai, Radio Deejay	Pendengar sebagai publik berjejaring	Interaksi berjejaring dibaca dari sisi proses produksi

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, temuan ini menunjukkan bahwa konvergensi pada tingkat program tidak berlangsung merata di semua tahap produksi. Model tahapan produksi konvensional (Effendy, 2006) perlu diperluas dengan menambahkan fungsi distribusi lintas platform pada pra-produksi, manajemen partisipasi *real-time* pada produksi, serta *re-versioning* dan analitik audiens pada pascaproduksi. Perluasan ini menjembatani kajian konvergensi yang cenderung bersifat makro (Jenkins, 2004) dengan praktik kerja harian redaksi radio publik lokal.

SIMPULAN

Program *Sore Ceria* RRI Bogor menjalankan proses produksi siaran multiplatform melalui tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Pada tahap pra-produksi, rapat redaksi yang melibatkan tim digital menentukan tema, narasumber, *playlist*, dan *rundown* yang relevan dengan audiens muda. Tahap produksi berbentuk *live talkshow* interaktif yang disiarkan serentak melalui FM dan *live streaming* di Instagram dan YouTube, dengan kolaborasi antara penyiar, produser, teknisi, dan tim KMB. Tahap pascaproduksi didominasi evaluasi performa dan teknis, sedangkan pengemasan ulang konten dan pemanfaatan data analitik audiens belum berjalan sistematis.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi multiplatform pada program radio publik lokal paling kuat terjadi pada tahap perencanaan dan siaran langsung, sedangkan pascaproduksi menjadi titik kritis yang menentukan apakah nilai multiplatform dapat dimaksimalkan. Temuan ini memperluas model tahapan produksi siaran dengan dimensi konvergensi dan *re-versioning*, serta melengkapi penelitian sebelumnya yang berfokus pada strategi kelembagaan RRI.

SARAN

Secara praktis, RRI Bogor disarankan untuk (1) menetapkan alur pengemasan ulang yang baku untuk setiap episode, misalnya potongan video pendek dan kutipan narasumber, beserta penanggung jawab dan jadwalnya; (2) memasukkan data *insight* media sosial ke dalam rapat evaluasi pascasiaran; dan (3) mengembangkan kompetensi penyiar untuk siaran visual. Secara akademis, penelitian ini terbatas pada satu program yang mengukur keterlibatan audiens secara kuantitatif. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan beberapa program atau stasiun RRI daerah, serta memadukan analisis produksi dengan data analitik platform atau survei pendengar untuk menguji kontribusi setiap tahap produksi terhadap keterlibatan audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, A. Z., & Azizah, N. (2025). Strategi RRI Sumenep dalam menghadapi era konvergensi media. *Public Policy: Jurnal Ilmu Sosial dan Kebijakan, 2*(1), 94–101. https://doi.org/10.61166/policy.v2i1.27

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet Indonesia 2025*. APJII.

Bonini, T., Caliandro, A., & Massarelli, A. (2016). Understanding the value of networked publics in radio: Employing digital methods and social network analysis to understand the Twitter publics of two Italian national radio stations. *Information, Communication & Society, 19*(1), 40–58. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1093532

Bonini, T., & Sellas, T. (2014). Twitter as a public service medium? A content analysis of the Twitter use made by Radio RAI and RNE. *Communication & Society, 27*(3), 125–146.

https://doi.org/10.15581/003.27.35998

Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing, 25*(8), 652–661. https://doi.org/10.1177/1744987120927206

Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum, 41*(5), 545–547. https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547

Damayanti, R., Santoso, T. S. I., & Tecoalu, M. (2024). Eksistensi radio melalui konvergensi siaran di era digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 7*(1), 125–135. https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3592

Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies, 10*(2), 243–263. https://doi.org/10.1177/1367877907076793

Doyle, G. (2010). From television to multi-platform: Less from more or more for less? *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 16*(4), 431–449. https://doi.org/10.1177/1354856510375145

Effendy, O. U. (2006). *Radio siaran: Teori dan praktik*. Mandar Maju.

Gusna, S. S., Fatih, A. M., & Salsabila, T. (2021). Konvergensi digital Radio Republik Indonesia Yogyakarta di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens, 3*(1), 161–170. https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.12017

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). https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.938

Harliantara, & Mulyanadi, D. (2024). Integration of terrestrial radio and visual radio: A case study of M Radio. *Edelweiss Applied Science and Technology, 8*(6), 3011–3021. https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2641

Harrison, H., Birks, M., Franklin, R., & Mills, J. (2017). Case study research: Foundations and methodological orientations. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 18*(1), Art. 19. https://doi.org/10.17169/fqs-18.1.2655

Ismandianto, I., Suyanto, S., Latifah, K., & Muchid, M. (2022). Transformation of radio technology in the digital age. *Nyimak: Journal of Communication, 6*(1), 115–130. https://doi.org/10.31000/nyimak.v6i1.5547

Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International Journal of Cultural Studies, 7*(1), 33–43. https://doi.org/10.1177/1367877904040603

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Kurnia, S. S., Firmansyah, Ahmadi, D., Cakranegara, D. I., Karsa, S. I., & Kustiman, E. (2023). Digital diversification to expand the Indonesian radio industry: A case study of PRFM, Delta, and Dahlia stations. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 39*(3). https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3903-11

Laor, T. (2022). Radio on demand: New habits of consuming radio content. *Global Media and*

Communication, 18(1). https://doi.org/10.1177/17427665211073868

Lowe, G. F., & Maijanen, P. (2019). Making sense of the public service mission in media: Youth audiences, competition, and strategic management. *Journal of Media Business Studies, 16*(1), 1–18. https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1553279

Martínez-Costa, M. P., & Prata, N. (2017). The radio in search of its audience: Towards diversified and multiplatform listening. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 40*(3), 109–128. https://doi.org/10.1590/1809-5844201737

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

Monclús, B., & Scifo, S. (2024). Radio and sound ecosystems in the platform age. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media, 22*(2), 141–144. https://doi.org/10.1386/rjao_00106_2

Murbaningsih, A. M., Purwanto, & Wahyudin, A. (2020). Strategi manajemen dalam mempertahankan eksistensi program siaran Dunia Dongeng di RRI Purwokerto. *Jurnal Heritage, 8*(2), 153–169. https://doi.org/10.35891/heritage.v8i2.2393

Muslikhin. (2025). Future of radio broadcasting and audience behavior in streaming and apps. *Jurnal Pustaka Komunikasi, 8*(1). https://doi.org/10.32509/pustakom.v8i1.5162

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods, 16*(1). https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Sari, R. A., Purwati, E., & Lestarini, N. (2023). Konvergensi media: Studi pada LPP RRI Madiun di era digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna, 11*.https://doi.org/10.30659/jikm.v11i1.22699

Steinfeld, N., & Laor, T. (2019). New arenas or more of the same? Public and commercial radio stations on Facebook. *Journal of Radio & Audio Media, 26*(2), 194–209. https://doi.org/10.1080/19376529.2018.1431890

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Wulandari, Y., & Wahyudin, A. (2024). The transformation strategy of Radio Republik Indonesia in attracting interest of the youth: Case study of RRI Central Java. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 40*(2). https://doi.org/10.17576/JKMJC-2024-4002-05