

# Strategi LPP RRI dalam Mengembangkan Konten Digital di Era Konvergensi Media

William<sup>1</sup>, Lasmary RM Girsang<sup>2</sup>  
Universitas Bunda Mulia<sup>1</sup> Universitas Esa Unggul<sup>2</sup>  
Email: [lasmaryrmgirsang@gmail.com](mailto:lasmaryrmgirsang@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi LPP RRI dalam mengembangkan konten digital melalui RRI NET di tengah era konvergensi media. Dalam menghadapi perubahan perilaku konsumsi media masyarakat, khususnya generasi muda yang lebih memilih konten digital yang interaktif dan berbasis internet, RRI dituntut untuk melakukan transformasi strategis guna mempertahankan relevansi dan daya saingnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif pelaku media di RRI NET, serta bagaimana strategi digital dikembangkan, dijalankan, dan dimaknai oleh tim internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konvergensi media di RRI NET tercermin dalam lima aspek utama: konvergensi teknologi, industri, partisipasi audiens, media, serta strategi konten digital. Transformasi ini didukung oleh kepemimpinan yang adaptif, pemanfaatan data audiens, dan kolaborasi lintas divisi, meskipun masih dihadapkan pada tantangan keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur digital. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian konvergensi media di lembaga penyiaran publik dan menawarkan rekomendasi strategis untuk pengembangan konten digital yang inklusif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *RRI NET, Konvergensi Media, Strategi Digital, Penyiaran Publik, Konten Digital, Fenomenologi*

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai lembaga penyiaran publik di dunia telah menerapkan strategi konvergensi media untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Studi tentang strategi digital di lembaga penyiaran lain menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital bergantung pada kombinasi inovasi konten, optimalisasi platform digital, serta integrasi sistem distribusi berbasis data (Faizal Maghriza et al., 2024) Oleh karena itu, penting untuk meninjau strategi digital RRI dalam konteks yang lebih luas dan membandingkannya dengan tren global

dalam industri penyiaran.

Untuk merespons tantangan LPP RRI meluncurkan RRI NET, platform digital mengintegrasikan siaran radio dengan berbagai format digital seperti video, streaming online, dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. RRI NET hadir sebagai upaya RRI dalam mengadaptasi teknologi digital dan memperluas jangkauan audiens di era digital. Melalui berbagai strategi, RRI NET berusaha untuk menghadirkan konten yang lebih interaktif dan sesuai dengan preferensi audiens digital saat ini.

Salah satu isu utama yang

dihadapi RRI NET adalah kurangnya strategi konten yang efektif. Konten yang disajikan seringkali masih bersifat satu arah dan kurang interaktif, sehingga tidak mampu menarik minat audiens digital. Selain itu, minimnya pemahaman tentang preferensi audiens dan algoritma platform digital juga menjadi kendala dalam meningkatkan engagement.

Jika tidak segera diatasi, tantangan ini dapat berdampak serius pada keberlangsungan LPP RRI sebagai lembaga penyiaran publik. Rendahnya engagement dan jumlah pengguna RRI NET akan mengurangi kemampuan RRI dalam menjalankan fungsi edukasi, informasi, dan hiburan bagi masyarakat. Hal ini juga dapat memperlebar kesenjangan informasi, terutama bagi masyarakat yang masih bergantung pada media publik. Kemajuan teknologi digital telah mengubah lanskap industri media secara signifikan. Lembaga penyiaran, termasuk Radio Republik Indonesia (RRI), menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansinya di tengah perubahan pola konsumsi media masyarakat. Audiens kini lebih memilih konten yang dapat diakses secara fleksibel melalui perangkat digital, sehingga model penyiaran konvensional semakin tergerus (Nurhayati, 2021).

Perilaku audiens telah bergeser secara signifikan. Generasi muda, khususnya milenial dan Gen Z, lebih memilih mengakses informasi melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Mereka menginginkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga interaktif, kreatif, dan mudah diakses. Hal ini menuntut

lembaga penyiaran seperti RRI untuk mengembangkan strategi baru dalam memproduksi dan mendistribusikan konten. Salah satu tantangan utama dalam era konvergensi media adalah bagaimana lembaga penyiaran publik dapat mengembangkan konten digital yang sesuai dengan kebutuhan audiens modern. Generasi saat ini lebih banyak mengonsumsi informasi melalui media digital yang interaktif dan berbasis internet. Fenomena ini menuntut lembaga penyiaran untuk tidak hanya mempertahankan format siaran tradisional, tetapi juga mengadaptasi strategi digital yang mampu menarik dan mempertahankan audiens di berbagai platform online.

Sebagai lembaga penyiaran publik, LPP RRI memiliki tanggung jawab untuk menyediakan konten berkualitas dan mendidik masyarakat. Namun, di era konvergensi media, RRI menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan sumber daya manusia, anggaran, dan infrastruktur teknologi. Selain itu, persaingan dengan media swasta yang lebih lincah dalam mengadopsi teknologi digital semakin memperumit posisi RRI. (Sari et al., 2023). Kesenjangan inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian ini. Studi ini akan mengisi celah dengan menganalisis strategi LPP RRI dalam mengembangkan konten digital melalui RRI NET. Dengan fokus pada konteks lokal dan tantangan spesifik yang dihadapi RRI, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang relevan bagi pengembangan media publik di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi

digital yang diterapkan oleh LPP RRI dalam mengembangkan RRI NET di era konvergensi media. Adapun tujuan spesifik penelitian ini adalah:

1. Menganalisis strategi yang digunakan oleh LPP RRI dalam mengembangkan konten digital di era konvergensi media melalui RRI NET.
2. Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi RRI dalam mengadopsi strategi digital guna meningkatkan daya saing dan relevansi kontennya.
3. Mengevaluasi efektivitas strategi digital RRI NET dalam menarik dan mempertahankan audiens di berbagai platform digital.

#### **LANDASAN TEORITIS**

Teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Henry Jenkins (2006) menjelaskan bahwa konvergensi media adalah proses di mana batas antara media lama dan baru semakin kabur, menciptakan suatu ekosistem di mana berbagai format media saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain. Jenkins menekankan bahwa konvergensi media tidak hanya terjadi dalam aspek teknologi, tetapi juga mencakup aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang membentuk cara media diproduksi, dikonsumsi, dan didistribusikan. Konsep ini menjadi sangat relevan dalam analisis strategi digital Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI dalam mengembangkan konten digital melalui RRI NET, yang bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pola konsumsi media di era digital.

Dalam kerangka teori

konvergensi media, Jenkins mengidentifikasi tiga aspek utama yang menentukan dinamika perubahan media, yaitu konvergensi teknologi, konvergensi industri, dan konvergensi partisipasi. Konvergensi teknologi merujuk pada integrasi berbagai platform dalam satu perangkat atau sistem, seperti penyatuan siaran radio dengan media digital. Konvergensi industri menggambarkan perubahan model bisnis media akibat digitalisasi dan distribusi konten lintas platform, yang memungkinkan penyiaran publik beradaptasi dengan format baru. Sementara itu, konvergensi partisipasi menunjukkan pergeseran peran audiens dari sekadar konsumen pasif menjadi peserta aktif dalam produksi dan distribusi konten.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aziza et al., 2020) mengungkapkan bahwa konvergensi media memberikan dampak yang signifikan terhadap proses manajemen redaksi di instansi pemerintahan. Dalam penelitiannya menerapkan strategi konvergensi media terbukti tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi konten, tetapi juga memperluas jangkauan distribusi informasi melalui berbagai platform digital seperti videotron, media sosial, dan portal berita daring. Dalam penelitian tersebut menjelaskan konvergensi juga mendorong tim editorial dan jurnalis untuk menjadi multiplatform dan menciptakan sistem distribusi konten yang sesuai dengan tuntutan audiens digital.

Beberapa studi terbaru mengembangkan konsep ini dalam konteks digitalisasi media. (Aref et al., 2023) dalam penelitiannya tentang konvergensi budaya menemukan bahwa interaksi antara audiens dan media telah berkembang ke arah partisipasi aktif, sebagaimana terlihat dalam fenomena multimedia storytelling yang

memungkinkan audiens turut serta dalam proses kreatif. Selain itu, studi yang dilakukan oleh (Long et al., 2024) menyoroiti bagaimana interaksi antara media dan audiens semakin dinamis dalam lingkungan digital yang terus berkembang. Kajian ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berperan dalam pembentukannya melalui berbagai platform digital.

Tantangan utama dalam penerapan konvergensi media dalam penyiaran publik juga telah diidentifikasi oleh beberapa studi. (Nurcahyadi et al., 2024) dalam analisis mereka terhadap radio digital menemukan bahwa lembaga penyiaran publik sering mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan tren digital, terutama dalam hal adaptasi strategi konten untuk mempertahankan audiens. Selain itu, (Szwydky, 2023) mengeksplorasi bagaimana budaya konvergensi mempengaruhi pola konsumsi media dalam skala global, termasuk dalam konteks media penyiaran. Studi ini menekankan pentingnya lembaga penyiaran untuk mengembangkan strategi konten yang fleksibel dan berorientasi pada tren konsumsi digital.

### **Konvergensi Media dalam LPP RRI**

Konvergensi media telah menjadi tren utama dalam industri penyiaran, memungkinkan lembaga penyiaran publik untuk mengintegrasikan berbagai format konten dalam satu platform digital. Dalam konteks RRI, konvergensi ini tercermin dalam integrasi siaran radio dengan berbagai media digital, seperti video streaming, podcast, serta distribusi konten melalui media sosial dan aplikasi

RRI NET.

### **Strategi Digital dalam Penyiaran Publik**

Untuk tetap relevan di era digital, lembaga penyiaran publik perlu mengembangkan strategi digital yang inovatif. Beberapa strategi yang dapat diterapkan meliputi:

1. Pengembangan konten yang lebih interaktif dan berbasis partisipasi audiens.
2. Optimalisasi distribusi lintas platform, seperti YouTube, TikTok, dan Instagram.

### **Partisipasi Audiens dan Adaptasi Model Konsumsi Digital**

Perubahan pola konsumsi informasi oleh generasi muda menunjukkan bahwa audiens saat ini tidak hanya pasif dalam menerima informasi, tetapi juga aktif dalam berinteraksi dengan konten digital. Oleh karena itu, strategi digital RRI NET harus mempertimbangkan peran audiens sebagai produsen sekaligus konsumen konten (prosumer). Pemanfaatan fitur interaktif, seperti live streaming dan kolaborasi dengan content creator, dapat menjadi langkah strategis dalam menarik audiens digital.

### **METODOLOGI**

Paradigma konstruktivisme menekankan bahwa realitas sosial dibentuk melalui pengalaman subjektif individu dan interaksi sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan interpretif, yang berfokus pada pemahaman makna di balik fenomena sosial berdasarkan sudut

pandang subjek yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) sebagai metode utama. Wawancara dilakukan terhadap informan yang dipilih secara purposif, yaitu individu-individu yang memiliki peran langsung dalam pengembangan konten digital RRI NET, seperti manajer strategi digital, produser, tim kreatif, serta audiens aktif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif.

Proses analisis dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, kemudian dilanjutkan dengan proses transkripsi wawancara secara *verbatim* untuk menjaga keakuratan informasi. Triangulasi merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memastikan kepastian informasi dengan membandingkan data dari berbagai sumber, metode, atau waktu pengumpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi digital LPP RRI melalui RRI NET secara nyata mencerminkan prinsip-prinsip utama dari teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Henry Jenkins (2006). Teori ini menekankan bahwa konvergensi media tidak hanya terjadi dalam aspek teknologi, tetapi juga mencakup aspek sosial, budaya, dan ekonomi, di mana berbagai format media berinteraksi, berbaur, dan menciptakan ekosistem baru yang memengaruhi cara audiens mengonsumsi media. pentingnya pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan distribusi konten digital di RRI NET. Meskipun berasal dari latar

belakang peran yang berbeda, ketiganya menekankan bahwa transformasi teknologi menjadi fondasi utama dalam upaya modernisasi lembaga penyiaran publik.

Narasumber 1, sebagai Staf Program & Produksi, menggarisbawahi bahwa integrasi teknologi di RRI NET tidak lagi bersifat parsial, melainkan sudah menjadi bagian dari sistem kerja terstruktur yang menggabungkan siaran radio, video, dan distribusi daring dalam satu ekosistem terpadu. Ia menekankan bahwa kehadiran RRI di platform digital seperti YouTube dan Instagram bukan hanya soal keberadaan, tetapi menyangkut konsistensi dan relevansi konten yang ditayangkan.

Sementara itu, Narasumber 2 menjelaskan bagaimana teknologi telah memungkinkan laporan suara tradisional dari reporter dikembangkan menjadi produk berita yang menarik untuk kanal daring, seperti podcast, video pendek, dan artikel. Ia juga menyebutkan bahwa pemanfaatan alat bantu seperti Google Docs untuk transkrip otomatis dan pemrosesan berbasis AI sudah mulai diterapkan di ruang redaksi.

Narasumber 3, selaku editor konten digital, memperkuat pernyataan tersebut dengan menjelaskan bahwa proses editing kini tidak lagi sebatas teknis, melainkan memerlukan pemahaman terhadap karakteristik teknis setiap platform digital. Ia menyebut bahwa penggunaan rasio layar vertikal untuk TikTok dan Reels, subtitle otomatis, dan tempo visual yang cepat menjadi bagian penting dari pekerjaan sehari-hari. Ia juga menambahkan bahwa perangkat lunak berbasis AI sudah mulai digunakan untuk

mempercepat proses produksi, seperti auto-transkrip dan pemotongan otomatis konten.

Hasil wawancara mengungkap bahwa ketiga narasumber menyadari pentingnya keterlibatan audiens dalam membentuk arah konten dan strategi distribusi di RRI NET. Mereka melihat bahwa audiens kini tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, melainkan juga sebagai pemberi masukan, penentu tren, bahkan sebagai bagian dari proses produksi informasi.

Narasumber 1 menjelaskan bahwa RRI NET secara rutin memantau insight dari media sosial, termasuk komentar, reaksi, dan pola interaksi dari pengguna. Ia menyebut bahwa suara audiens dijadikan bahan evaluasi rutin untuk menentukan jenis program dan pendekatan naratif yang paling relevan. Selain itu, polling dan kuisioner online juga digunakan untuk merespons isu-isu yang berkembang.

Narasumber 2 menjelaskan bahwa program seperti *Halo RRI* menjadi contoh konkret partisipasi audiens yang diolah menjadi konten utama. Ia menyebut bahwa pesan-pesan dari masyarakat yang masuk melalui berbagai kanal menjadi bahan diskusi redaksi, dan banyak di antaranya diangkat menjadi isu utama dalam pemberitaan harian. Bagi Budi, partisipasi ini bukan sekadar bentuk interaksi, melainkan mekanisme penguatan jurnalisme publik berbasis kebutuhan nyata masyarakat.

Narasumber 3 juga membenarkan bahwa masukan dari audiens sangat membantu timnya dalam menyesuaikan bentuk penyajian visual dan gaya editing. Ia menyebut bahwa

komentar dari penonton menjadi indikator langsung apakah konten menarik, terlalu panjang, atau kurang informatif. Menurutnya, audiens saat ini sangat kritis dan ekspresif, sehingga penting bagi tim produksi untuk membaca dan meresponsnya secara aktif.

Narasumber 1 menjelaskan bahwa strategi digital yang dikembangkan bertujuan untuk menghadirkan satu pesan ke dalam berbagai bentuk media yang saling melengkapi. Misalnya, laporan suara dari radio akan diubah menjadi artikel untuk portal berita, potongan video pendek untuk media sosial, dan versi lengkapnya tayang di YouTube. Ia menyebut pendekatan ini sebagai strategi terpadu yang memanfaatkan kekuatan masing-masing platform untuk memperluas jangkauan dan memperkuat pesan. Narasumber 2 juga menjelaskan bahwa redaksi kini menyusun berita dengan mempertimbangkan kompatibilitas narasi untuk berbagai format media. Ia menyatakan bahwa gaya bahasa, kutipan, hingga judul berita kini dipersiapkan agar bisa dibagi ke lebih dari satu kanal tanpa mengubah substansi informasi. Menurutnya, konvergensi media memungkinkan satu kerja jurnalistik memiliki daya sebar dan dampak yang lebih besar.

Narasumber 3 menyampaikan bahwa dalam praktiknya, pengemasan konten di ruang produksi saat ini dilakukan dengan prinsip fleksibilitas media. Ia menyebut bahwa format vertikal disiapkan untuk Instagram dan TikTok, sedangkan versi horizontal disiapkan untuk YouTube dan website. Ia juga menyatakan bahwa satu konten

bisa melalui proses adaptasi beberapa kali sebelum dinyatakan layak tayang untuk kanal tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara, penulis menemukan bahwa strategi produksi konten digital di RRI NET dijalankan secara terstruktur dan adaptif, meskipun pendekatan setiap narasumber memiliki fokus yang berbeda. Ketiga narasumber sepakat bahwa keberhasilan konten tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara penyampaiannya yang sesuai dengan pola konsumsi audiens digital masa kini.

Narasumber 1 mengatakan dalam menyusun strategi konten, ia bersama tim mempertimbangkan tiga hal utama: relevansi isu, potensi keterlibatan audiens, dan kesesuaian dengan nilai-nilai publik RRI. Ia menyatakan bahwa topik-topik yang berkaitan dengan isu sosial, pelayanan publik, dan edukasi lebih diprioritaskan karena memiliki nilai strategis dan sekaligus memperkuat positioning RRI sebagai media yang peduli terhadap masyarakat.

Narasumber 2 melihat strategi konten dari sudut redaksional. Ia menekankan bahwa konten yang diproduksi harus mampu menjawab kebutuhan informasi masyarakat, namun tetap disampaikan dalam format yang komunikatif. Ia juga menjelaskan bahwa tim pengembangan berita kini menerapkan pendekatan *helicopter view*, yaitu melihat suatu isu dari berbagai sudut agar narasi yang dihasilkan dapat mencerminkan kompleksitas sosial dan menjadi lebih menarik bagi audiens digital.

Narasumber 3 menambahkan strategi konten juga sangat bergantung pada aspek visual dan struktur naratif.

Ia menyebut bahwa dalam praktik sehari-hari, timnya berupaya menyusun konten dengan gaya yang ringan, visual yang menarik, serta ritme narasi yang cepat untuk mempertahankan atensi penonton. Ia juga menyampaikan bahwa gaya konten dibuat sedekat mungkin dengan bahasa dan budaya digital anak muda, namun tetap mempertahankan kedalaman informasi.

Ketiga narasumber sepakat bahwa keberhasilan distribusi digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh pemahaman terhadap pola distribusi yang tepat waktu, berbasis segmentasi audiens, dan kompatibel dengan logika algoritma.

Narasumber 1 menjelaskan bahwa tim manajerial telah menyusun pola distribusi berbasis data, dengan mempertimbangkan waktu unggah, format konten, dan algoritma tiap platform. Ia menekankan pentingnya memahami karakter media seperti TikTok, Instagram, dan YouTube agar distribusi tidak dilakukan secara seragam, tetapi sesuai dengan perilaku audiens masing-masing kanal.

Narasumber 2 memberikan penjelasannya bahwa di tim redaksi, distribusi menjadi tanggung jawab bersama. Timnya bekerja sama dengan media baru untuk menyusun alur distribusi yang efisien. Ia mencontohkan bagaimana satu berita dari reporter dapat dibagikan dalam bentuk artikel daring, lalu dipromosikan lewat story Instagram dan disiapkan versi pendeknya untuk TikTok, sesuai dengan standar visual dan bahasa masing-masing platform.

Narasumber 3 mengungkapkan meskipun dirinya berperan sebagai editor, ia tetap mempertimbangkan

kemungkinan distribusi sejak awal proses penyuntingan. Ia menyampaikan bahwa konten harus fleksibel untuk dipotong ulang, diberi *caption* berbeda, dan disesuaikan tampilannya agar optimal ketika dipublikasikan di lebih dari satu kanal digital.

Narasumber 1 mengakui bahwa meskipun ia tidak menangani analisis data secara teknis, laporan dari tim media digital menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. Ia menyatakan bahwa data digunakan untuk melihat tren jangka menengah dan menyusun prioritas program ke depan. Ia juga menekankan perlunya peningkatan kapasitas SDM dalam literasi data agar penggunaan metrik digital tidak hanya bersifat simbolis, tetapi benar-benar dimanfaatkan dalam penyusunan kebijakan konten.

Narasumber 2 memberikan respon bahwa data tidak hanya digunakan secara kuantitatif, tetapi juga secara kualitatif. Ia mencontohkan bahwa masukan dari komentar pengguna, polling tema, dan keluhan yang masuk melalui program *Halo RRI* digunakan sebagai bahan untuk menyusun agenda redaksional. Ia percaya bahwa interaksi langsung dari audiens adalah indikator kuat mengenai apa yang dianggap relevan dan penting oleh publik.

Narasumber 3 juga menjelaskan ia secara rutin memantau performa konten yang sudah ditayangkan, termasuk jumlah tayangan, durasi tonton, jumlah like, dan komentar. Ia menyebut bahwa data tersebut digunakan untuk memperbaiki teknik penyuntingan, menyesuaikan gaya visual, serta mengidentifikasi topik-

topik yang paling diminati audiens.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi LPP RRI dalam mengembangkan konten digital melalui RRI NET di tengah tantangan konvergensi media. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tiga narasumber kunci—yakni Manajer Strategi Digital, Koordinator Pengembangan Berita, dan Editor Konten Digital—dapat disimpulkan bahwa RRI NET telah mengimplementasikan prinsip konvergensi media melalui lima aspek utama: teknologi, industri, partisipasi, media, dan strategi konten.

Secara umum, strategi digital RRI NET telah mencerminkan upaya adaptif dalam menjawab perubahan pola konsumsi informasi audiens modern, khususnya generasi muda. Strategi tersebut mencakup pemanfaatan teknologi digital untuk distribusi lintas platform, restrukturisasi kerja kolaboratif antarunit redaksional, pelibatan aktif audiens dalam proses produksi konten, dan pemanfaatan data untuk pengambilan keputusan editorial. Namun, tantangan tetap hadir, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan perlunya peningkatan literasi digital di lingkungan internal.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi digital RRI NET sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan yang responsif, inovasi konten yang berbasis audiens, serta integrasi fungsi media tradisional dengan kebutuhan dan tren digital masa kini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Triyono, W., & Iswardani Witarti, D. (2023). Banyuwangi Tv Media Convergence In Broadcasting Local Cultural Content In The Digital Media Era. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 03(03), 731–749. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i03.562>
- Aref, M., Mehr, A. A., & Pourkhatib, Z. B. (2023). An Examination of Jenkins' Theory of Cultural Convergence in the Context of Audience Participation: A Study of Multimedia Storytelling in the Harry Potter Film Series. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 3(5), 699–703. <https://www.multiresearchjournal.com/arclist/list-2023.3.5/id-1724>
- Aziza, E. N., Tresnawati, B., & Dulwahab, E. (2020). Strategi Manajemen Konvergensi Media Pada Redaksi Newsroom Diskominfoantik Kabupaten Bekasi. *ANNABA : Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 5(4), 387–406. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/view/22793>
- Faizal Maghriza, M., Sunarto, & Hasfi, N. (2024). Strategi Konvergensi Media Rri Semarang Dalam Mempertahankan Eksistensi Rri Semarang Di Era Digital. *Interaksi Online*, 12(2), 89–101. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/43545>
- Geni, G. L., Briandana, R., & Umarella, F. H. (2021). The strategies of television broadcast during the covid-19 pandemic: A case study on indonesian television. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 243–256. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3702-15>
- 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>
- Kouam Arthur William, F. (2024). Interpretivism or Constructivism: Navigating Research Paradigms in Social Science Research. *International Journal of Research Publications*, 143(1), 1. <https://doi.org/10.47119/ijrp1001431220246122>
- Long, T. J., LI YI, Kee, C. P., Nor, N. H. M. N., & Nie, K. S. (2024). A Systematic Literature Review on the Ontology of Media Convergence. *Akademika*, 94(03). <https://doi.org/10.17576/akad-2024-9403-10>
- Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Abdullah Sirodj, R., & Win Afgani, M. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445–4451. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5224>
- Nurchayadi, A., Regina, R., Bunga Suardi, S., Imawan, K., & Erawati,

- D. (2024). Digital Media Convergence Of Broadcast Radio. *Joss : Journal of Social Science*, 3(8), 1595–1605.  
<https://doi.org/10.57185/joss.v3i8.349>
- Nurhayati, M. (2021). Kebijakan Pemberitaan Kantor Berita Antara Di Era Konvergensi Media. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 242–254.  
<https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1723>
- Rahmat Gymnastiar, F., 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/rrj.v6i5>
- Saputra, A., & Intueri Mahendra, A. (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.dae ngku2430>
- Sari, R. A., Purwati, E., & Lestarini, 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.v11i1.2699>
- Szwydky, L. L. (2023). CODA: Transmedia Cultural History, Convergence Culture, and the Future of Adaptation Studies. In *Palgrave Studies in Adaptation and Visual Culture*(pp. 283–303). Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-031-09596-2\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-031-09596-2_13)
- Triana Amanda, G., Deannova Ginting, A., & Sofiyani, N. (2022). Lembaga Penyiaran Publik-Radio Republik Indonesia: Studi Produksi dan Distribusi Konten dalam Era Integrasi Media. *Publish: Basic and Applied Research Publication on Communications*, 1(2), 70–175.  
<https://doi.org/10.35814/publish.v1i2.4197>
- Zhang, X. (2021). Challenges, Opportunities and Innovations Faced by the Broadcasting and Hosting Industry in the Era of Convergence Media. *Advances in Journalism and Communication*, 09(03), 102–113.  
<https://doi.org/10.4236/ajc.2021.93008>





