

BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan digital yang diiringi dengan pesatnya perkembangan teknologi di era masa ini telah memberikan alternatif baru serta menjadi jalan pintas memudahkan publik dalam mendapatkan akses dalam kebutuhan informasi. dimanapun dan kapanpun, kemajuan teknologi hari ini telah memberikan banyaknya fitur-fitur baru yang bisa dilihat secara langsung dan tidak hanya didengar. Pada perkembangannya, teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dewasa ini telah membawa implikasi terhadap aktifitas masyarakat, baik dalam skala regional, nasional, maupun global. Implikasi tersebut antara lain ditandai dengan perubahan paradigma dan pola pikir masyarakat yang semula hanya bersikap aktif menjadi pro aktif untuk mencari sumber informasi sesuai kebutuhan, selera dan keinginannya.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah terinterkoneksi secara global dan telah memasuki dimensi dunia digital. Era inovasi digital adalah periode di mana teknologi dan inovasi menyatu dan berkembang pesat sejalan dengan kemajuan pengetahuan manusia.² Proses inovasi digital memerlukan kelanjutan agar permasalahan yang timbul dapat diatasi. Ini tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga merupakan upaya yang dilakukan oleh entitas besar seperti perusahaan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan bisnis mereka.³

Dalam menghadapi perubahan tersebut, media informasi terus mengalami transformasi mengikuti perkembangan zaman yang menuntut segalanya berbasis digital. Perkembangan teknologi saat ini telah menyebabkan pergeseran media massa konvensional menjadi media online. Kita tidak dapat mengabaikan kenyataan bahwa

¹ Padihillah, R. (2023). *Digitalisasi Radio Melalui Aplikasi RRI Play Go (Studi Deskriptif Radio Republik Indonesia Banten)* (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

² Diandra, D., & Syahputra, E. (2021, September). Covid-19 dan Strategi Bertahan Bisnis di Era Inovasi Digital: Dalam Perspektif Kapabilitas Digital Keunggulan Sumber Daya. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* (Vol. 12, pp. 1102-1107).

³ <https://bobo.grid.id/read/083490402/inovasi-digital-pengertian-manfaat-dan-contoh-contohnya?page=all>

masyarakat juga diharapkan mampu menghadapi tantangan baru ini, serta mampu beradaptasi dengan informasi yang disajikan secara cepat, efektif, praktis, dan efisien. Saat ini, banyak masyarakat yang mengandalkan internet sebagai sarana komunikasi dan sumber informasi. Media baru telah menghasilkan beragam produk dengan kemampuan multifungsi, baik dalam bentuk audio maupun visual. Salah satu contoh media yang mengalami konvergensi adalah radio. Media baru menciptakan produk-produk yang inovatif dengan kemampuan audio dan visual yang beragam, dan radio merupakan salah satu contoh media yang mengikuti tren konvergensi ini.

Radio menjadi salah satu media massa yang telah beralih ke dunia digital, memungkinkan para pendengar untuk menikmati siaran radio melalui akses internet. Para pendengar setia radio kini dapat tetap menikmati layanan siaran radio secara online. Selain itu, perkembangan teknologi juga telah mengubah cara komunikasi antara khalayak dan media massa. Kini, media sosial menjadi alat komunikasi utama bagi para pendengar dan media massa, memungkinkan interaksi yang lebih aktif dan langsung antara keduanya.⁴ Begitu juga dengan salah lembaga penyiaran publik yaitu RRI (Radio Republik Indonesia) Yogyakarta yang telah menerapkan system Inovasi digital dalam meningkatkan pendengar radio di era persaingan digital saat ini.

Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta sendiri adalah suatu lembaga penyiaran publik yang melaksanakan kegiatan radio dengan tujuan memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang positif, kontrol sosial, serta memperkuat ikatan sosial dan melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh masyarakat Indonesia. RRI mencapai semua wilayah di Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui penyelenggaraan siaran radio. Setiap stasiun RRI memiliki empat program (Pro). Pro 1 berfungsi sebagai pusat pemberdayaan masyarakat, yang dikhususkan untuk segmen kalangan menengah ke bawah seperti petani, nelayan, dan ibu rumah tangga. Pro 2 berperan sebagai pusat siaran kreativitas anak muda, yang ditujukan untuk remaja, anak-anak muda, dan pelajar. Program ini juga menjadi platform bagi komunitas band-band indie. Sementara itu, Pro 3 berfungsi sebagai pusat jaringan berita nasional. RRI menyediakan siaran yang mencakup konten

⁴ Sari, R. A., Purwati, E., & Lestarini, N. (2023). Konvergensi Media: Studi pada LPP RRI Madiun di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(1), 97-104.

tentang ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan dan keamanan. Terakhir, Pro 4 berfungsi sebagai pusat siaran pendidikan dan budaya.⁵

Dengan hadirnya media radio, masyarakat Indonesia kini dapat mengakses beragam layanan informasi dari berbagai aspek. Media radio dianggap memiliki karakteristik yang menciptakan kedekatan antara penyiar dan pendengar. Namun, dalam menghadapi kemajuan teknologi yang terus berkembang, pihak radio telah melakukan upaya baru untuk meningkatkan eksistensi media radio di masyarakat. Salah satu terobosan yang dilakukan adalah menggabungkan media audio dengan teknologi internet. Hal ini memungkinkan media radio untuk menjangkau pendengar secara lebih luas, termasuk mereka yang beralih ke media baru. Dengan terobosan ini, RRI berharap terjadi konvergensi media, di mana pendengar dan masyarakat dapat menggunakan satu perangkat media untuk dua tujuan secara bersamaan. Dengan kata lain, masyarakat dapat mengakses internet sambil mendengarkan siaran radio. Dengan adanya fitur new media ini, penyiar dapat memberikan informasi kepada pendengar agar mereka dapat memilih playlist sesuai dengan keinginan mereka.

RRI berusaha untuk tetap bertahan dan tidak kehilangan audience-nya meskipun munculnya berbagai media serupa yang menyiarkan berita. Mereka melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan audience agar tidak beralih ke program-program lain. Namun, dengan adanya aktivitas baru dari pesaing-pesaing media, RRI merasa semakin tertantang untuk tetap bersaing dan mempertahankan audience-nya. Saat ini, mengakses siaran radio tidak selalu mudah karena terbatasnya waktu penyiaran dan ketidakmampuan radio fisik untuk dibawa ke mana-mana. Oleh karena itu, RRI berusaha untuk tetap bersaing dengan mengembangkan fitur terbaru melalui konvergensi antara radio dan internet. Mereka menciptakan sebuah aplikasi yang dapat dengan mudah diakses melalui perangkat gadget, baik itu menggunakan sistem operasi iOS maupun Android. Dengan adanya fitur ini, para audience dapat mendengarkan siaran radio tanpa perlu membawa radio fisik, sehingga lebih menarik bagi mereka untuk tetap mengikuti siaran dari stasiun radio tersebut.⁶

⁵ Nasir, N. (2023). Strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Makassar dalam Mempertahankan Minat Pendengar pada Era Digital. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 64-71.

⁶ Sulianto, A. (2022). Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Digitalisasi Penyiaran Pada Rri Yogyakarta Tahun 2022 (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).

Di tengah perubahan yang intens dalam era digital ini, RRI Yogyakarta harus memperoleh pemahaman yang mendalam dan meningkatkan minat pendengar mereka dengan menggunakan aplikasi "RRIplay GO". Hal ini bertujuan untuk mempertahankan relevansi dan tetap bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Penting untuk RRI Yogyakarta memahami bahwa minat pendengar menjadi faktor krusial dalam kesuksesan stasiun radio di era digital. Penelitian oleh Jones et al menemukan bahwa minat pendengar berperan penting dalam memperoleh dan mempertahankan audiens radio. Dalam konteks ini, RRI Yogyakarta harus fokus pada pengembangan strategi Transformasi Digital yang efektif, dengan tujuan meningkatkan minat pendengar melalui aplikasi "RRIplay GO".⁷

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Williams menyoroti pentingnya persaingan di industri penyiaran dalam era digital. Dengan hadirnya berbagai platform penyiaran digital, RRI Yogyakarta perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang minat pendengar dan mengembangkan strategi promosi dan pemasaran yang efektif melalui aplikasi "RRIplay GO". Hal ini bertujuan untuk mempertahankan dan menarik audiens mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam konteks ini, minat pendengar RRI Yogyakarta di era digital menjadi sangat penting untuk menjaga kelangsungan dan kesuksesan stasiun radio. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku konsumen, persaingan industri yang ketat, serta tantangan dan peluang yang muncul dengan adanya teknologi digital.⁸

RRI Yogyakarta yang telah menghadirkan terobosan teknologi digital melalui aplikasi "RRIplayGO". Aplikasi ini memungkinkan pendengar untuk mendengarkan semua siaran RRI dari berbagai daerah maupun pusat melalui ponsel mereka. Selain itu, RRI juga menghadirkan radio picture, di mana pendengar dapat melihat suasana di dalam ruangan siaran melalui streaming internet. Selain fitur radio picture, RRI juga menyediakan audio streaming yang dapat diakses melalui situs web RRI.

⁷ Jones, A., et al. The importance of audience interest in contemporary radio. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*.

⁸ Brown, L., & Williams, R.. *Competing in the digital broadcasting industry: Strategies for success*. *International Journal of Strategic Communication*, Volume

Terobosan-terobosan seperti ini menjadikan RRI sebagai media utama di Republik Indonesia yang memiliki standar dunia.⁹

Kehadiran aplikasi RRI playGo merupakan sebuah prestasi yang luar biasa bagi Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta dalam merespons perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang semakin canggih. Aplikasi ini juga menjadi bukti bahwa RRI mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan perilaku publik dalam mengonsumsi media, terutama radio. Aplikasi RRI playGo juga menyediakan fitur siaran streaming dari saluran-saluran RRI di berbagai wilayah, termasuk di wilayah Yogyakarta. Selain itu, pengguna juga dapat membuat playlist pribadi dari berbagai lagu yang tersedia dalam aplikasi tersebut.¹⁰

Melalui aplikasi RRI Play Go, Radio Republik Indonesia mengundang pendengar setia untuk dapat mengakses 157 channel program, 6 channel musik, dan 3 channel radio picture dalam satu aplikasi. Selain menikmati siaran radio, aplikasi ini juga menyajikan sejumlah fitur kepada para pendengar. Fitur-fitur tersebut meliputi podcast, berita, dan musik yang dapat dipilih dengan mudah melalui sentuhan layar. Aplikasi ini juga menyediakan siaran wilayah dari RRI Yogyakarta untuk dinikmati oleh pendengar.¹¹

Langkah ini merupakan bagian dari Transformasi Digital upaya RRI untuk menjalankan proses digitalisasi dalam menghadapi persaingan yang terjadi dalam era digitalisasi dan perubahan industri penyiaran. Implementasi digitalisasi dalam penyiaran radio ini memberikan sejumlah keunggulan. Pertama, digitalisasi memungkinkan penggunaan frekuensi yang lebih efisien. Kedua, kualitas audio yang diterima oleh pendengar menjadi lebih tinggi, sehingga sangat cocok untuk menyajikan siaran musik. Ketiga, terdapat kemudahan akses bagi khalayak dibandingkan dengan sistem analog. Dengan adanya digitalisasi, RRI dapat meningkatkan efisiensi dan memberikan pengalaman mendengarkan yang lebih baik

⁹ Sapari, Y., Manshur, M. I., & Kamaludin, M. (2022). Strategi Program RRI PLAYGO Dalam Membangun Inovasi Digital Sebagai Radio Visual "Tonton Apa yang Anda Dengar"(Studi deskriptif: Radio Republik Indonesia "RRI"). *Journal Signal*, 10(2), 326-343.

¹⁰<https://kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/36887-luncurkan-aplikasi-rri-play-go-kpi-apresiasi-inovasi-teknologi-dari-rri>

¹¹ Padhillah, R. (2023). Digitalisasi Radio Melalui Aplikasi RRI Play Go (Studi Deskriptif Radio Republik Indonesia Banten) (Doctoral dissertation, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

bagi pendengar dalam menyediakan siaran radio. Dengan adanya inovasi ini, diharapkan minat masyarakat untuk mendengarkan siaran RRI dapat meningkat kembali.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan adalah “Bagaimana implementasi aplikasi "RRIplay GO" oleh RRI Yogyakarta dalam meningkatkan minat pendengar di era digitalisasi??"

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana adanya penerapan inovasi digital di RRI (Radio Republik Indonesia) untuk dapat meningkatkan minat pendengar melalui pemanfaatan aplikasi "RRIplay Go".

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Kegunaan secara teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menerapkan teori penerimaan teknologi dalam menganalisis bagaimana aplikasi "RRIplay GO" diterima dan digunakan oleh pendengar RRI Yogyakarta. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi, hasil penelitian ini berpotensi memberikan wawasan berharga tentang cara meningkatkan penerimaan dan keterlibatan pengguna dalam era digitalisasi.
2. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang berharga bagi para pelaku di industri radio

1.3.2 Kegunaan secara praktis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berharga dalam pengembangan radio di era digitalisasi, dengan tujuan untuk terus meningkatkan minat masyarakat Yogyakarta pendengar terhadap radio.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penting bagi para praktisi radio untuk mempertimbangkan pemanfaatan kemajuan teknologi di era digitalisasi.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma pragmatis, karena peneliti menganggap bahwa pendekatan tersebut sesuai dengan judul penelitian yang telah diangkat. Paradigma pragmatis memandang bahwa realitas atau kenyataan dapat diinterpretasikan sesuai dengan kebutuhan. Contohnya, RRI Yogyakarta mampu menginterpretasikan karya mereka dalam bentuk aplikasi yang disebut RRIplay Go sebagai solusi untuk tetap meningkat minat pendengar terhadap masyarakat mereka di tengah persaingan era digitalisasi saat ini.

1.4.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memandang bahwa metode penelitian yang sesuai untuk mengkaji objek ini adalah metode penelitian kualitatif. Alasan di balik pemilihan metode ini adalah karena metode kualitatif berfokus pada pengamatan yang mendalam, dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang terkandung di dalam sekelompok individu atau kelompok orang yang terlibat

dalam masalah sosial tersebut. Menurut Sujana dan Ibrahim Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai suatu gejala, peristiwa, atau kejadian yang sedang terjadi pada saat ini.

Penelitian deskriptif fokus pada pemecahan masalah aktual yang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Dalam konteks pendidikan, penelitian deskriptif memiliki tujuan lebih praktis dalam memecahkan masalah-masalah konkret daripada mengembangkan ilmu pengetahuan secara umum.¹²

1.5 Subjek dan Objek Penelitian

1.5.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah bagian dalam divisi LPU (Layanan Pengembangan Usaha) RRI yang di kepalai oleh Ibu Wenefrida Novi H., S.H. sebagai koordinator LPU, Pak Surya Bachtera, S.Sos. sebagai pranata humas ahli muda dan Pak Hariansyah Ekantoro sebagai staff layanan & Pengembangan Usaha (LPU) RRI Yogyakarta.

Selain itu penelitian ini akan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan pandangan mereka mengenai peran inovasi digital RRI Yogyakarta dalam pekerjaan mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan mengumpulkan data dari catatan dan laporan terkait untuk menyediakan pemahaman yang komprehensif tentang dampak implementasi aplikasi "RRIplay GO" terhadap efisiensi kerja dan interaksi dengan pendengar.

1.5.2 Objek penelitian

Objek peneliti dalam peneltian ini adalah RRI Yogyakarta dalam pemanfaatan aplikasi RRIplay GO. Lokasi Penelitian ini sendiri di lakukan dikota Yogyakarta Jalan Amat Jazuli No.4, Kelurahan Kotabaru,Kecamatan Gondokusuman.

¹² Soendari, T. (2012). Metode penelitian deskriptif. Bandung, UPI. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka, 17.

1.6 Jenis Data

Terdapat dua jenis data yaitu data Primer dan dan Sekunder:

1.6.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari Kantor Radio Republik Indonesia Yogyakarta. Untuk mengumpulkan data ini, penulis menggunakan teknik wawancara dengan pihak terkait.

1.6.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen resmi, buku-buku terkait dengan objek penelitian, hasil penelitian sebelumnya dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, serta peraturan perundang-undangan.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data untuk memperoleh pemahaman tentang rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya. Untuk tujuan tersebut, peneliti akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1.7.1 Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses komunikasi atau interaksi yang digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui pertanyaan dan jawaban antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dalam era kemajuan teknologi informasi seperti sekarang, wawancara dapat dilakukan secara virtual melalui media telekomunikasi tanpa pertemuan fisik. Secara inti, wawancara merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang isu atau tema yang menjadi fokus

penelitian. Selain itu, wawancara juga dapat digunakan untuk memverifikasi informasi atau keterangan yang telah diperoleh melalui teknik pengumpulan data lain sebelumnya.

1.7.2 Observasi

Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi untuk secara langsung melihat dan mengamati data yang diperoleh dari lapangan. Tujuan dari penggunaan teknik observasi ini adalah agar peneliti dapat mendapatkan informasi secara langsung dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang situasi atau kondisi yang diamati.

Observasi sendiri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan panca indera, seperti penglihatan, penciuman, dan pendengaran, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam menjawab masalah penelitian. Hasil dari observasi dapat berupa catatan mengenai aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi, suasana, serta perasaan dan emosi seseorang. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang nyata tentang suatu peristiwa atau kejadian guna menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian.¹³

1.7.3 Dokumentasi

Selanjutnya, peneliti akan menggunakan teknik dokumentasi untuk mengumpulkan data berupa surat-surat, berkas data, video, dan audio yang akan direkam. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan bukti bahwa peneliti telah mencari data dari narasumber dan juga untuk memperkuat data yang digunakan

¹³ Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif.

dalam penelitian pada objek tersebut. Semua data yang diperoleh akan berasal dari pihak RRI Yogyakarta.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap yang terstruktur untuk mencari dan mengatur data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam proses ini, data diorganisir ke dalam kategori-kategori yang relevan, diuraikan menjadi unit-unit yang lebih kecil, disintesis, ditemukan pola-pola tertentu, dan dipilih elemen penting yang perlu dipelajari. Kesimpulan ditarik agar dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁴ Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan sebagai berikut:

1.8.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses reduksi data melibatkan rangkuman, pemilihan informasi inti, fokus pada elemen penting, serta identifikasi tema dan pola yang ada. Proses reduksi data dalam penelitian ini melibatkan pemilihan dan penekanan pada informasi yang berkaitan dengan Inovasi Digital RRI Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Melalui Aplikasi “RRiplay Go”.

1.8.2 Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan melalui uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan bentuk penyajian lainnya. Penyajian data dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mempermudah pemahaman peneliti terhadap data yang diperoleh di lapangan.

¹⁴ Sari, D. (2018). Analisis Kesiapan Implementasi Standar Akutansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (SAK EMKM) Pada Umkm Di Kabupaten Brebes (Doctoral dissertation, Universitas Peradaban).

1.8.3 Penarikan Kesimpulan (Concluding Drawing Verivications)

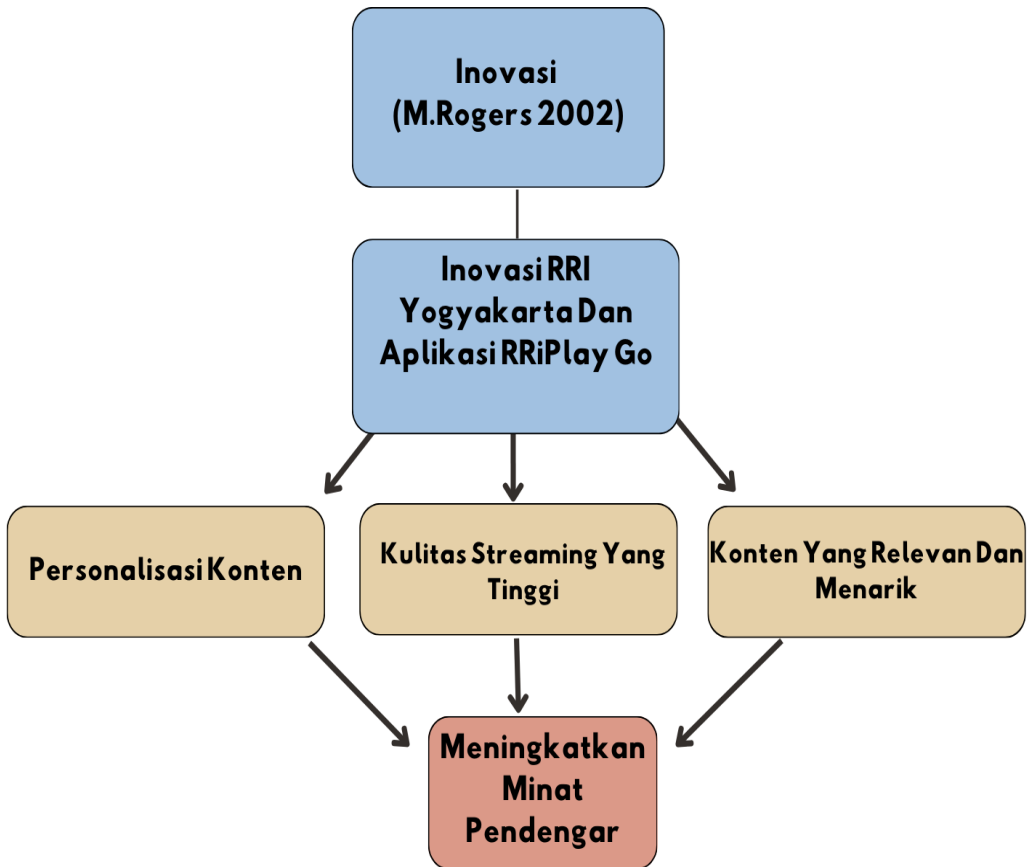
Langkah ketiga dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan awal yang diajukan bersifat sementara dan dapat berubah jika tidak ada bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan data dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, dan kesimpulan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang sedang diteliti.

1.9 Kerangka Konsep Dan Definisi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep

Bagan 1. Kerangka Konsep

(Sumber: Hasil Peneliti)



1.10 Definisi Konsep

1.10.1 Inovasi Digital

Inovasi digital adalah proses penggunaan teknologi digital yang baru dan berbeda untuk menghasilkan perubahan signifikan dalam cara organisasi atau individu melakukan bisnis, berinteraksi, atau menyampaikan nilai kepada pelanggan atau pengguna. Inovasi ini melibatkan pemanfaatan teknologi

informasi dan komunikasi yang terus berkembang, seperti kecerdasan buatan, big data, komputasi awan, Internet of Things (IoT), dan lainnya.

Inovasi digital mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan dunia di sekitar kita. Ini melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah, meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menghadapi tantangan yang ada. Inovasi digital mencakup berbagai bidang, mulai dari perusahaan teknologi hingga sektor kesehatan, pendidikan, transportasi, keuangan, dan banyak lagi.

Salah satu aspek yang penting dalam inovasi digital adalah adopsi teknologi baru dan transformasi proses media massa yang ada. Inovasi digital sering melibatkan perubahan dalam budaya organisasi, kemampuan adaptasi, dan kemampuan untuk berinovasi secara terus-menerus. Dalam era digital, organisasi yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan memanfaatkannya dengan cara yang inovatif akan memiliki keunggulan kompetitif yang besar.

Inovasi digital juga berkontribusi pada munculnya model bisnis baru, seperti platform digital, pasar online, dan layanan berbasis langganan. Ini membuka peluang baru bagi perusahaan untuk mencapai pelanggan yang lebih luas, mengoptimalkan operasi mereka, dan menciptakan nilai yang lebih besar. Namun, inovasi digital juga dihadapkan pada tantangan, seperti keamanan data, privasi, dan kesenjangan digital. Diperlukan kebijakan yang tepat, regulasi yang bijaksana, dan kerjasama antara pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa inovasi digital memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.¹⁵

Di era yang semakin digital, terdapat tiga dimensi yang penting dalam inovasi Digital RRI Yogyakarta dalam pemanfaatan platform RRIplay Go guna meningkatkan minat pendengar, sebagai berikut:

¹⁵ Gregory, R. W., & Beck, J. M. (2015). Digital Innovation: The End of the Middle?

a) Personalisasi konten

Personalisasi konten adalah proses mengadaptasi konten atau materi yang disajikan kepada setiap pengguna atau audiens berdasarkan ciri khas, preferensi, perilaku, dan data pribadi yang dimiliki oleh masing-masing pengguna. Tujuan utama dari personalisasi konten adalah untuk memberikan pengalaman yang lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan setiap individu, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna.

b) Kualitas Streaming Yang Tinggi

Kualitas streaming yang tinggi merujuk pada pengalaman visual atau audio yang optimal saat mengalirkan konten digital melalui internet atau jaringan lainnya. Hal ini berlaku untuk berbagai jenis konten, termasuk video, musik, audio, dan konten multimedia lainnya. Dengan kualitas streaming yang tinggi, pengguna dapat menikmati konten dengan jernih, tanpa gangguan atau kualitas rendah yang mengurangi pengalaman mereka.

c) Konten Yang Relevan Dan Menarik

Menciptakan konten yang relevan dan menarik. Konten yang relevan berarti mengandung informasi yang berhubungan dengan organisasi, produk, atau layanan yang ditawarkan, serta memenuhi kebutuhan dan kepentingan audiens target. Sementara itu, konten yang menarik dirancang untuk memikat perhatian dan mempertahankan minat audiens dengan cara penyampaian yang kreatif dan mengandung isi yang bernilai.

1.10.2 Aplikasi RRIplay GO

RRIplay GO merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengakses siaran radio RRI melalui perangkat seluler seperti smartphone atau tablet. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna dapat menikmati berbagai program radio yang disediakan oleh RRI, termasuk berita, musik, talk show, dan konten lainnya. Aplikasi ini memungkinkan pendengar untuk mendengarkan siaran langsung dari berbagai stasiun RRI di seluruh Indonesia, memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas dalam menikmati program radio favorit mereka.¹⁶

1.10.3 Meningkatkan Minat Pendengar

Perhatian terhadap minat pendengar sangatlah penting. harus memiliki pemahaman yang baik terhadap minat dan kebutuhan pendengar agar dapat menyampaikan informasi yang relevan dan menarik bagi mereka.

Dalam konteks RRIplay Go, RRI perlu memahami minat pendengar dalam hal konten yang disajikan agar dapat menyediakan konten yang sesuai dengan minat mereka. Hal ini akan membantu meningkatkan minat pendengar untuk terus mendengarkan siaran radio RRI dan menggunakan aplikasi RRIplay Go.

¹⁶ 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.