

## Pemanfaatan Media Baru dalam Penyebaran Informasi Publik melalui *YouTube* Radio Republik Indonesia Kota Bogor

Salimah Renata Ghassani <sup>1\*</sup>, Hudi Santoso <sup>2</sup>

<sup>1\*,2</sup> Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

### article info

#### Article history:

Received 17 May 2026

Received in revised form

8 June 2026

Accepted 20 June 2026

Available online October 2026.

#### Keywords:

New Media; YouTube; Public

Information; RRI Bogor;

Digital Transformation.

#### Kata Kunci:

Media Baru; YouTube;

Informasi Publik; RRI Bogor;

Transformasi Digital.


### abstract

This study examines how Radio Republik Indonesia (RRI) Bogor City uses YouTube to disseminate public information in an increasingly digital media landscape. A qualitative descriptive approach was adopted, with informants selected through purposive sampling; data were gathered via interviews, observation, documentation, and direct field participation. Results show that the channel carries informational, educational, and institutional content in audiovisual form. According to YouTube Analytics, the Podcast Ruang Suara playlist led all playlists at 71% of total playlist performance, and the channel drew roughly 1,800 unique users each month. Content is managed across four stages — planning, production, publication, and evaluation — yet two persistent problems undercut the operation: a shortage of dedicated personnel and irregular upload schedules. These findings suggest that YouTube holds real strategic value for RRI Bogor City's public information mandate, provided the institution commits to steadier, more purposeful content management going forward.

### abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Bogor menggunakan YouTube untuk menyebarkan informasi publik di tengah kondisi media yang kian digital. Pendekatan deskriptif kualitatif diterapkan dengan pemilihan informan secara *purposive sampling*; data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan partisipasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kanal tersebut memuat konten informasi, edukasi, dan kelembagaan dalam format audiovisual. Berdasarkan data YouTube Analytics, *playlist* Podcast Ruang Suara mengungguli seluruh *playlist* lain dengan kontribusi sebesar 71% dari total performa *playlist*, sementara kanal menjangkau sekitar 1.800 pengguna unik setiap bulannya. Pengelolaan konten berlangsung dalam empat tahap — perencanaan, produksi, publikasi, dan evaluasi — namun dua masalah yang terus berulang menghambat operasional: keterbatasan tenaga pengelola dan ketidakkonsistenan jadwal unggahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa YouTube menyimpan nilai strategis yang nyata bagi mandat informasi publik RRI Kota Bogor, asalkan lembaga berkomitmen pada pengelolaan konten yang lebih teratur dan terarah ke depannya.

\*Corresponding Author. Email: [renataghassani20@gmail.com](mailto:renataghassani20@gmail.com) <sup>1\*</sup>.

Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan konsumsi informasi masyarakat, sehingga mendorong media lokal untuk melakukan transisi ke distribusi digital guna mempertahankan jangkauan audiens (Fajarini *et al.*, 2025). Kehadiran internet dan berbagai *platform* digital menyebabkan masyarakat semakin beralih dari media konvensional menuju media baru yang lebih interaktif, cepat, dan fleksibel (Rahman *et al.*, 2025). Perubahan tersebut berdampak pada pergeseran preferensi audiens dari media tradisional ke *platform* digital. Beberapa studi kasus menunjukkan bahwa radio lokal menghadapi tantangan berupa penurunan keterlibatan audiens tradisional, meskipun kondisi tersebut dapat berbeda pada setiap daerah dan segmen usia (Supriyanto *et al.*, 2024). Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa persentase pendengar radio di Indonesia menurun dari 50,3% pada tahun 2003 menjadi 10,3% pada tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024). Kondisi ini menuntut lembaga penyiaran untuk melakukan inovasi agar tetap relevan di tengah persaingan media digital.

Radio Republik Indonesia (RRI) sebagai lembaga penyiaran publik memiliki tanggung jawab menyediakan layanan informasi, pendidikan, hiburan sehat, serta perekat sosial bagi masyarakat. Fungsi tersebut diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2005 mengenai lembaga penyiaran publik. Sebagai institusi publik, RRI dituntut mampu mengikuti perkembangan teknologi komunikasi tanpa meninggalkan fungsi pelayanan publiknya. Oleh karena itu, transformasi digital menjadi langkah strategis agar informasi yang disampaikan tetap dapat menjangkau masyarakat luas melalui berbagai *platform* digital (Gymnastiar *et al.*, 2024).

Salah satu bentuk transformasi digital tersebut adalah pemanfaatan YouTube sebagai media penyebaran informasi publik. YouTube merupakan *platform* berbagi video yang memiliki jangkauan luas, bersifat *audiovisual*, serta memungkinkan interaksi dua arah melalui fitur komentar, siaran langsung, dan berbagi tautan (Supriyanto *et al.*, 2024). Keunggulan tersebut menjadikan YouTube tidak hanya sebagai media

hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian informasi publik yang lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan pola konsumsi media masyarakat digital (Fajarini *et al.*, 2025).

Kajian tentang pemanfaatan YouTube oleh lembaga penyiaran publik daerah seperti RRI Kota Bogor sesungguhnya mendesak untuk dilakukan. *Platform* ini bukan sekadar saluran distribusi tambahan — ia membuka kemungkinan jangkauan informasi yang jauh melampaui batas geografis siaran radio konvensional, sekaligus memperkuat visibilitas lembaga dan mendorong bentuk layanan publik yang lebih responsif terhadap audiens digital. Sayangnya, penelitian yang secara khusus menelaah praktik ini dari sisi internal lembaga masih sangat sedikit. Sebagian besar studi digitalisasi media selama ini lebih tertarik pada media nasional atau media komersial berskala besar, sementara proses pengelolaan konten — mulai dari perencanaan, produksi, publikasi, hingga evaluasi — pada lembaga penyiaran publik daerah nyaris luput dari perhatian akademik. Kesenjangan inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh lembaga penyiaran publik penting dalam menghadapi perubahan perilaku audiens. Penggunaan media sosial, misalnya, dapat meningkatkan keterlibatan audiens apabila didukung oleh konsistensi produksi konten (Rahmawati & Santoso, 2025). D'Arma *et al.* (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital lembaga penyiaran publik menuntut perubahan model komunikasi dari pola satu arah menuju pola berbasis *platform* yang lebih partisipatif. Dalam konteks internasional, Prinzler *et al.* (2026) menunjukkan bahwa lembaga penyiaran publik yang mengadopsi *platform* digital mampu memperluas jangkauan audiens muda, meskipun tetap menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas audiens jangka panjang. Sementara di Indonesia, Rohim (2024) menemukan bahwa pemanfaatan YouTube oleh *Gen Radio* sebagai kanal distribusi alternatif terbukti meningkatkan jumlah penonton baru secara signifikan.

Sebagian besar penelitian sebelumnya masih membahas digitalisasi lembaga penyiaran secara umum (Pratiwi *et al.*, 2023). Meskipun Suharsono dan Nurahman (2024) menunjukkan bahwa YouTube

memiliki potensi sebagai media untuk meningkatkan pelayanan dan penyebaran informasi kepada masyarakat, kajian tersebut belum menyentuh penerapan secara spesifik pada lembaga penyiaran publik daerah. Kesenjangan ini menegaskan perlunya kajian yang berfokus pada strategi pengelolaan konten, kendala pelaksanaan, dan kontribusi YouTube dalam memperluas jangkauan informasi publik di tingkat daerah.

Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian proses pengelolaan konten YouTube dari perspektif operasional internal lembaga penyiaran publik daerah. Karena peneliti terlibat langsung selama pengumpulan data, reflektivitas diterapkan melalui triangulasi antara data wawancara, catatan observasi, dan dokumen analitik *platform* guna meminimalkan bias interpretasi. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan menganalisis pemanfaatan YouTube oleh RRI Kota Bogor sebagai sarana penyebaran informasi publik, mencakup strategi pengelolaan konten, pola keterlibatan audiens, dan kendala operasional yang dihadapi lembaga dalam mengelola kanal YouTube di era transformasi digital.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai proses pemanfaatan YouTube sebagai media baru dalam penyebaran informasi publik di lingkungan Radio Republik Indonesia (RRI) Kota Bogor. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan kondisi nyata di lapangan tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian (Creswell & Creswell, 2022). Penelitian dilaksanakan di Radio Republik Indonesia Kota Bogor, khususnya pada Divisi Konten Media Baru yang berlokasi di Jalan Pangrango No. 34, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat. Lokasi penelitian dipilih karena divisi tersebut bertanggung jawab terhadap pengelolaan media digital lembaga, termasuk kanal YouTube resmi RRI Kota Bogor. Waktu penelitian dilaksanakan selama periode kegiatan magang penulis, yaitu Januari sampai Mei 2026.

Subjek penelitian adalah empat informan yang terlibat langsung dalam pengelolaan kanal YouTube RRI Kota Bogor, yaitu: (1) Kepala Tim Divisi Konten Media Baru, (2) koordinator tim, (3) *admin* kanal YouTube, serta (4) anggota tim produksi konten digital. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih narasumber berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung sesuai fokus penelitian (Ahmad & Wilkins, 2025).

Objek penelitian ini adalah pemanfaatan YouTube sebagai media baru dalam penyebaran informasi publik. Fokus penelitian meliputi strategi pengelolaan konten, proses produksi dan publikasi, bentuk pesan informasi publik, pemanfaatan fitur YouTube, keterlibatan audiens, serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaannya. Fokus tersebut disusun berdasarkan rumusan masalah penelitian dan konsep media baru (D'Arma *et al.*, 2024).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi langsung, dan partisipasi peneliti selama kegiatan magang berlangsung dari bulan Januari hingga Mei 2026. Wawancara dilakukan menggunakan pedoman pertanyaan untuk menggali informasi mengenai kebijakan pengelolaan YouTube, strategi konten, dan hambatan operasional. Observasi dilakukan terhadap aktivitas produksi konten, alur kerja tim, serta proses publikasi video pada kanal YouTube resmi RRI Bogor. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi lembaga, arsip unggahan YouTube, data *YouTube Analytics* periode 28 hari terakhir dan 365 hari terakhir, serta referensi ilmiah yang relevan.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan metode deskriptif melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Nicmanis, 2024). Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan dan mengonfirmasi data yang diperoleh melalui tiga jalur: wawancara dengan informan, catatan observasi lapangan, dan dokumen analitik *platform* YouTube. Triangulasi dilakukan secara sistematis untuk meminimalkan bias interpretasi, mengingat posisi peneliti sebagai *insider* selama proses pengumpulan data.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Hasil

#### Pemanfaatan YouTube sebagai Media Baru oleh RRI Bogor

Penelitian ini memperoleh data melalui wawancara mendalam dengan pengelola media baru LPP RRI Bogor yang terlibat dalam pengelolaan kanal YouTube. RRI Bogor mulai memanfaatkan YouTube sebagai media penyebaran informasi publik seiring perubahan pola konsumsi media masyarakat di era digital. Radio konvensional memiliki keterbatasan pada format audio, sedangkan YouTube memungkinkan penyajian konten *audiovisual* yang lebih menarik dan mudah diakses. Pemanfaatan YouTube dilakukan untuk menyebarluaskan hasil produksi siaran radio, memperkuat *branding* lembaga, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. YouTube dipilih karena mampu memperluas distribusi siaran RRI dalam bentuk *audiovisual*. Hal ini divalidasi oleh informan yang menyatakan:

*"...Bagaimanapun di era sekarang YouTube menjadi salah satu media penyebaran yang efektif untuk menyebarluaskan apa yang kita produksi dan siarkan kepada masyarakat..."*

Kanal YouTube menjadi bagian dari pengembangan layanan digital RRI melalui konsep RRI Net dengan slogan "tonton apa yang anda dengar", yaitu menghadirkan siaran radio dalam bentuk visual. YouTube memiliki peran yang berbeda dibandingkan media lain seperti radio dan Instagram. Radio hanya menyajikan audio, sedangkan Instagram memiliki keterbatasan durasi dan kurang efektif untuk konten panjang. YouTube dinilai lebih fleksibel karena mampu menampilkan *audiovisual* tanpa batasan durasi yang ketat, sehingga sesuai untuk *podcast*, *talkshow*, siaran langsung, dan diskusi mendalam. Informan juga menilai bahwa karakteristik YouTube lebih mendukung penyajian konten berdurasi panjang dibanding media sosial lain:

*"...YouTube mempunyai karakteristik sendiri karena bisa menampilkan audiovisual dengan durasi panjang sehingga lebih cocok untuk podcast, talkshow, dan diskusi mendalam..."*

#### Strategi Pengelolaan Konten dan Penyebaran Informasi Publik

Kanal YouTube RRI Bogor digunakan untuk menayangkan berbagai jenis konten, baik hasil siaran radio maupun program digital yang diproduksi secara khusus. Program yang disajikan meliputi "Ruang Suara" dalam format *podcast*, "Docpod" sebagai *documentary podcast*, "Talkative" sebagai program berbahasa Inggris, serta "Kata Redaksi" yang berisi kemas berita dan infografis isu terkini. Strategi penentuan konten dilakukan dengan mengunggah berbagai program yang telah diproduksi serta menyesuaikan tema dengan isu aktual agar relevan dengan kebutuhan informasi masyarakat. Pengelola melakukan penataan *playlist* untuk memudahkan audiens dalam mengakses konten.



Gambar 1. *Playlist* Kanal YouTube RRI Bogor (YouTube Analytics RRI Bogor, 2026).

Berdasarkan kategori *playlist*, program "Podcast Ruang Suara" menjadi *playlist* dengan performa tertinggi sebesar 71%, diikuti "Obrolan Budaya" sebesar 16,1% dan "Docpod" sebesar 6,4%. Temuan ini menunjukkan bahwa format *podcast audiovisual* menjadi jenis konten yang paling diminati audiens kanal YouTube RRI Bogor. Perencanaan konten dilakukan melalui tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap praproduksi mencakup penyusunan konsep, tema, dan kebutuhan teknis. Konsep diajukan kepada pimpinan untuk memperoleh persetujuan atau koreksi. Tahap produksi dilakukan setelah konsep disetujui, kemudian dilanjutkan dengan proses *editing* sebelum publikasi. Pengambilan keputusan melibatkan staf pengelola media sosial, ketua tim, kepala satuan kerja, dan pimpinan terkait. Struktur koordinasi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan kanal YouTube berada dalam sistem organisasi resmi lembaga.

Koordinasi antara tim internal dan mahasiswa magang berjalan aktif. Mahasiswa magang berperan dalam proses produksi, pemberian ide, evaluasi, serta pengembangan kreativitas konten agar sesuai dengan tren media digital dan karakter generasi muda. Setiap konten melewati proses *quality control* yang mengacu pada kode etik jurnalistik, verifikasi data, kredibilitas narasumber, keseimbangan informasi, serta penyaringan unsur Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA) serta ujaran kebencian.

### Respons Audiens terhadap Kanal YouTube

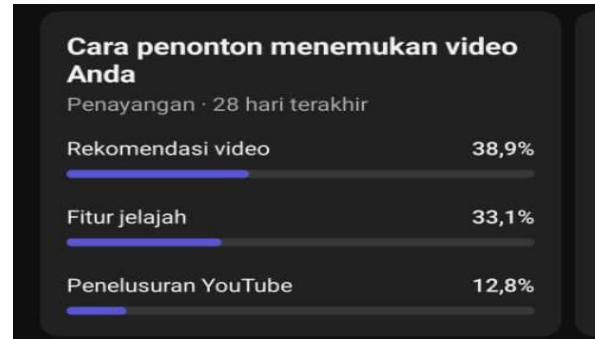
Evaluasi performa konten dilakukan melalui fitur analitik YouTube. Indikator yang diperhatikan meliputi jumlah tayangan, komentar, *likes*, waktu tonton, pertumbuhan pelanggan, dan jangkauan audiens. Salah satu program, yaitu "Ruang Suara", pernah memperoleh lebih dari seratus ribu tayangan — capaian yang menunjukkan adanya respons positif dari audiens terhadap konten yang disajikan. Berdasarkan data *YouTube Analytics* RRI Bogor periode 28 hari terakhir (per April 2026), jumlah audiens bulanan kanal YouTube mencapai 1.800 pengguna. Mayoritas audiens berasal dari kategori penonton baru sebesar 72,9%, sedangkan penonton biasa sebesar 24,6% dan penonton reguler sebesar 2,5%. Tingginya proporsi penonton baru menunjukkan kemampuan distribusi organik kanal dalam menjangkau segmen yang sebelumnya tidak terpapar siaran RRI. Angka penonton reguler yang hanya 2,5% mengindikasikan bahwa kanal belum berhasil membangun loyalitas audiens jangka panjang — dan itulah tantangan yang paling mendesak untuk ditangani, bukan sekadar dicatat.



Gambar 2. Data Audiens Bulanan Kanal YouTube RRI Bogor (*YouTube Analytics* RRI Bogor, 2026).

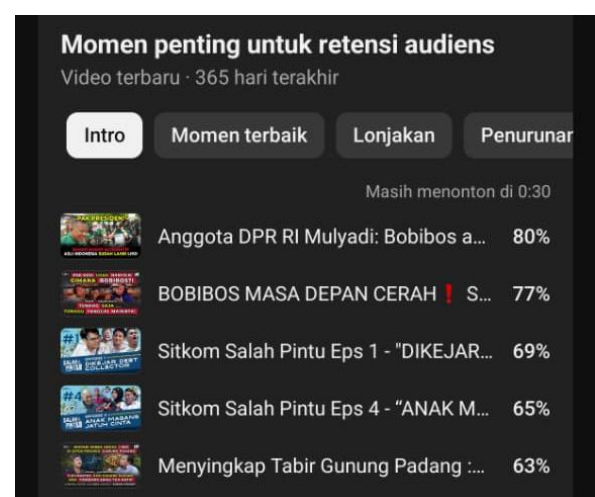
Data juga menunjukkan bahwa sebagian besar penonton menemukan video melalui fitur rekomendasi video sebesar 38,9%, fitur jelajah

sebesar 33,1%, dan penelusuran YouTube sebesar 12,8%. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma YouTube berperan dalam membantu penyebaran informasi publik secara organik kepada masyarakat luas.



Gambar 3. Cara Audiens Menemukan Video Kanal YouTube RRI Bogor (*YouTube Analytics* RRI Bogor, 2026).

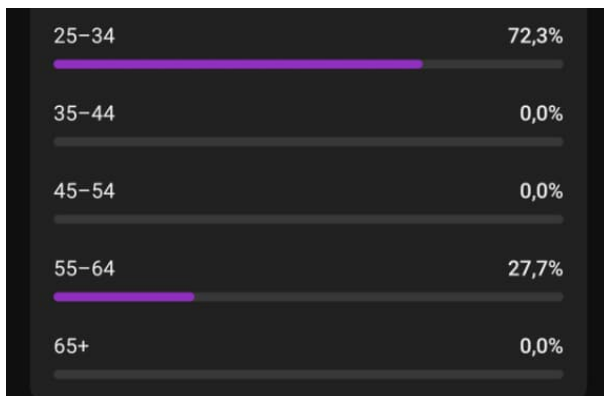
Data retensi audiens menunjukkan bahwa beberapa video mampu mempertahankan perhatian penonton pada 30 detik pertama dengan persentase mencapai 80%, 77%, dan 69%. Tingginya retensi tersebut menunjukkan bahwa pembukaan konten memegang peran penting dalam mempertahankan perhatian penonton. Penggunaan judul yang relevan, visual yang menarik, serta penyampaian topik yang sesuai dengan isu aktual menjadi faktor pendukung keterlibatan audiens pada media digital berbasis video.



Gambar 4. Retensi Audiens pada Konten YouTube RRI Bogor (*YouTube Analytics* RRI Bogor, 2026).

Berdasarkan data demografi audiens, sebagian besar penonton kanal YouTube RRI Bogor berasal dari

kelompok usia 25–34 tahun dengan persentase sebesar 72,3%, sementara kelompok usia 55–64 tahun sebesar 27,7%. Dari aspek *gender*, audiens didominasi oleh laki-laki sebesar 66% dan perempuan sebesar 34%. Secara geografis, mayoritas penonton berasal dari Indonesia dengan persentase mencapai 74%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kanal YouTube RRI Bogor mampu menjangkau masyarakat usia produktif yang aktif menggunakan media digital untuk memperoleh informasi.



Gambar 5. Demografi Audiens Kanal YouTube RRI Bogor (*YouTube Analytics* RRI Bogor, 2026).

### Kendala dan Upaya Pengembangan Kanal YouTube

Pengelolaan kanal YouTube menghadapi berbagai kendala, seperti sulitnya memprediksi minat audiens, perubahan algoritma *platform*, keterbatasan sumber daya manusia, pergantian mahasiswa magang, keterbatasan waktu kerja, serta peralatan produksi yang belum sepenuhnya diperbarui. Pernah pula terjadi kendala keamanan akun berupa pemblokiran kanal. Upaya yang dilakukan meliputi pembagian tugas secara fleksibel, penggunaan tenaga mahasiswa magang, penyusunan *content plan*, peningkatan kualitas visual, serta optimalisasi peralatan yang tersedia. Fokus pengembangan ke depan diarahkan pada peningkatan jumlah pelanggan, konsistensi unggahan, serta penguatan kualitas program digital agar mampu bersaing di *platform* media baru.

### Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi media baru yang strategis bagi RRI Bogor dalam menjalankan fungsi penyiaran publik di era digital. Penggunaan *platform* ini merupakan bentuk

adaptasi terhadap perubahan perilaku audiens yang semakin terbiasa mengakses informasi melalui media berbasis internet dan video. Perubahan pola konsumsi media tersebut menunjukkan bahwa lembaga penyiaran publik perlu melakukan transformasi digital agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Konsep RRI Net yang menghadirkan siaran radio dalam bentuk visual menunjukkan terjadinya konvergensi media antara radio tradisional dan *platform* digital. Konvergensi media terjadi ketika media lama bertransformasi ke bentuk digital guna mempertahankan relevansi dan menjangkau audiens baru (D'Arma *et al.*, 2024). RRI Bogor tidak lagi hanya mengandalkan radio sebagai saluran utama, tetapi juga menyalurkan siaran ke dalam YouTube. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Wati dan Agustini (2025) yang menemukan bahwa konvergensi *platform* di TvOne memungkinkan distribusi konten yang lebih luas melalui penyatuan siaran *linear* dan kanal digital, sekaligus memperluas segmen audiens yang sebelumnya tidak terjangkau oleh media konvensional.

Pemanfaatan YouTube oleh RRI Bogor tidak hanya berfungsi sebagai media distribusi konten, tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi publik yang lebih terbuka dan mudah diakses masyarakat. Sebagai lembaga penyiaran publik, RRI memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang edukatif, informatif, dan dapat dipercaya. Kehadiran YouTube memungkinkan informasi publik disampaikan secara lebih cepat, interaktif, dan menjangkau masyarakat yang lebih luas dibandingkan media konvensional. Media penyiaran publik di era *platform* digital juga tetap dituntut menjaga nilai jurnalistik dan fungsi pelayanan publik meskipun berada dalam ekosistem media sosial yang kompetitif (Prinzler *et al.*, 2026).

Pelibatan mahasiswa magang dalam proses kreatif menunjukkan bentuk kolaborasi antargenerasi dalam pengelolaan media digital. Mahasiswa magang dianggap memiliki kedekatan dengan tren digital dan preferensi audiens muda, sehingga organisasi media publik memerlukan perspektif semacam ini agar konten tetap relevan dengan perubahan budaya media masyarakat. Selain membantu proses produksi, mahasiswa magang juga berperan dalam memberikan

ide kreatif dan pendekatan konten yang lebih sesuai dengan karakter audiens digital saat ini.

Tahapan praproduksi, produksi, pascaproduksi, dan persetujuan pimpinan menunjukkan bahwa pengelolaan YouTube dilakukan secara profesional serta terstruktur. Kanal digital tidak dikelola secara spontan, tetapi melalui proses organisasi yang jelas. Kondisi ini penting karena media publik dituntut menjaga akurasi, kredibilitas, dan tanggung jawab sosial. Penerapan *quality control* berbasis kode etik jurnalistik memperlihatkan bahwa transformasi digital tidak menghilangkan prinsip dasar penyiaran publik.

Data analitik YouTube RRI Bogor mencatat bahwa 72,9% penonton kanal termasuk dalam kategori penonton baru. Angka ini menunjukkan bahwa *platform* digital secara nyata mampu membawa informasi publik ke hadapan masyarakat yang selama ini tidak terjangkau siaran radio konvensional. Dalam kerangka konsep media baru, kondisi ini memperkuat argumen bahwa distribusi digital membuka akses yang lebih luas dan mendorong partisipasi audiens yang sebelumnya tersisih dari ekosistem media tradisional. Di sisi lain, persentase penonton reguler yang hanya 2,5% mengindikasikan bahwa RRI Bogor belum berhasil membangun loyalitas audiens digital secara konsisten. Loyalitas audiens pada *platform* digital tidak terbentuk secara otomatis, melainkan memerlukan konsistensi konten, relevansi topik, dan keterikatan yang dibangun secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan Metzler dan Garcia (2024) yang menegaskan bahwa penggunaan data analitik *platform* memungkinkan pengukuran efektivitas komunikasi secara langsung dan terukur. Indikator seperti jumlah tayangan, durasi tonton, komentar, dan pertumbuhan pelanggan menjadi tolok ukur seberapa jauh informasi publik benar-benar menjangkau dan berdampak pada audiens yang dituju.

Tingginya persentase penonton yang menemukan video melalui fitur rekomendasi dan fitur jelajah menunjukkan bahwa algoritma *platform* digital berperan dalam proses distribusi informasi publik (Cakmak *et al.*, 2024). Distribusi informasi pada media digital tidak sepenuhnya ditentukan oleh pengelola media, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem

rekomendasi algoritma *platform* YouTube. Dominasi audiens usia 25–34 tahun menunjukkan bahwa YouTube efektif digunakan untuk menjangkau kelompok masyarakat usia produktif yang aktif mengonsumsi informasi digital. Pergeseran konsumsi media menuju *platform* digital menunjukkan bahwa lembaga penyiaran perlu menyesuaikan strategi komunikasi dengan kebiasaan audiens modern (Wati & Agustini, 2025).

Tingginya performa *playlist* "Podcast Ruang Suara" memperlihatkan bahwa format *podcast audiovisual* memiliki daya tarik tinggi pada media digital. Format tersebut memungkinkan audiens memperoleh informasi secara lebih fleksibel, mendalam, dan interaktif dibandingkan media audio konvensional — audiens dapat melihat ekspresi narasumber, visual pendukung, dan suasana diskusi secara langsung. Temuan ini serupa dengan hasil penelitian Rohim (2024) yang menemukan bahwa konten *podcast audiovisual* menjadi format paling efektif dalam menarik penonton baru di *platform* YouTube.

Penelitian ini tidak luput dari sejumlah keterbatasan. Data analitik yang digunakan hanya mencakup periode 28 hari dan 365 hari terakhir, sehingga tren jangka panjang belum dapat dipotret secara menyeluruh. Posisi peneliti sebagai *insider* selama proses pengumpulan data juga berpotensi memunculkan bias interpretasi — meskipun risiko tersebut telah ditekan melalui triangulasi sumber secara sistematis. Keterbatasan ketiga menyangkut cakupan penelitian yang hanya melibatkan satu lembaga penyiaran publik daerah, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Penelitian lanjutan disarankan untuk membandingkan praktik pengelolaan YouTube RRI Bogor dengan lembaga penyiaran publik daerah lain di Indonesia, guna menghasilkan gambaran yang lebih representatif.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube oleh RRI Bogor telah mendukung proses transformasi penyiaran publik menuju media digital yang lebih luas, cepat, dan interaktif. Pemanfaatan *platform* tersebut menjadi bentuk transformasi dari

media penyiaran konvensional menuju media digital yang mampu menjangkau audiens di luar batas siaran radio. Berbagai format konten seperti berita, *podcast*, *talkshow*, dokumenter, dan siaran langsung menjadi strategi RRI Bogor dalam menyesuaikan kebutuhan masyarakat digital.

Pengelolaan kanal YouTube dilakukan melalui proses *quality control* berbasis kode etik jurnalistik, pemilihan isu yang relevan, serta evaluasi melalui data analitik *platform*. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penyebaran informasi publik tidak hanya berorientasi pada jumlah penonton, tetapi juga pada akurasi, edukasi, dan nilai pelayanan publik. Kehadiran YouTube juga terbukti memperluas segmentasi audiens, terutama kelompok usia produktif yang lebih aktif mengakses media digital.

Kendala utama yang dihadapi meliputi perubahan algoritma *platform*, keterbatasan sumber daya manusia, sarana produksi, dan konsistensi konten. Upaya yang dilakukan antara lain pembagian tugas yang fleksibel, penyusunan *content plan*, peningkatan kualitas visual, serta optimalisasi kolaborasi tim. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pemanfaatan media baru pada lembaga penyiaran publik ditentukan oleh kemampuan beradaptasi terhadap teknologi tanpa meninggalkan prinsip jurnalistik dan fungsi pelayanan masyarakat.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep media baru dan konvergensi media yang menunjukkan pentingnya pemanfaatan *platform* digital dalam penyebaran informasi publik. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi RRI Bogor dan lembaga penyiaran publik lainnya untuk meningkatkan kualitas pengelolaan konten, konsistensi unggahan, serta strategi yang mampu memperluas jangkauan sekaligus membangun loyalitas audiens. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji efektivitas strategi konten YouTube RRI Bogor secara lebih mendalam melalui analisis *engagement* audiens atau perbandingan dengan *platform* digital lainnya seperti TikTok dan Instagram. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat membahas pengaruh algoritma *platform* terhadap jangkauan informasi publik pada media penyiaran digital.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia, khususnya RRI Kota Bogor, yang telah memberikan izin, dukungan, serta kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan penelitian dan pengumpulan data. Apresiasi juga disampaikan kepada narasumber dan seluruh tim pengelola media digital RRI Bogor yang telah meluangkan waktu dalam proses wawancara serta memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Penulis turut menyampaikan terima kasih kepada institusi pendidikan, dosen pembimbing, serta seluruh pihak yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses penyusunan artikel ilmiah ini.

## 6. Daftar Pustaka

- Ahmad, M., & Wilkins, S. (2025). Purposive sampling in qualitative research: A framework for the entire journey. *Quality & Quantity*, 59(2), 1461–1479. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Persentase penduduk berumur 10 tahun ke atas yang mendengarkan siaran radio dalam seminggu terakhir*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjUyMCMY/persentase-penduduk-berumur-10-tahun-ke-atas-yang-mendengarkan-siaran-radio-dalam-seminggu-terakhir.html>
- Cakmak, M. C., Agarwal, N., & Oni, R. (2024). The bias beneath: Analyzing drift in YouTube's algorithmic recommendations. *Social Network Analysis and Mining*, 14(1), 171. <https://doi.org/10.1007/s13278-024-01343-5>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- D'Arma, A., Barclay, S., & Horowitz, M. A. (2024). Public service media and the internet: Two decades in review. *International Journal of Communication*, 18, 20–40.

- Fajarini, S. D., Kurniawati, J., & Yuliani, F. (2025). Transisi media tradisional ke digital (studi kasus pada media lokal di Bengkulu). *Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 551–568. <https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1216>
- Gymnastiar, F. R., Nugroho, E., & Fatimah, A. N. (2024). Konvergensi produksi media pada proses produksi radio multiplatform (studi etnografi berbasis teori determinisme teknologi pada Radio Republik Indonesia). *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1476–1485. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i5.938>
- Metzler, H., & Garcia, D. (2024). Social drivers and algorithmic mechanisms on digital media. *Perspectives on Psychological Science*, 19(5), 735–748. <https://doi.org/10.1177/17456916231185057>
- Nicmanis, M. (2024). Reflexive content analysis: An approach to qualitative data analysis, reduction, and description. *International Journal of Qualitative Methods*, 23, 1–12. <https://doi.org/10.1177/16094069241236603>
- Pratiwi, N. I., Rossitha, N. M. O. S., Subanda, I. N., & Paramatha, I. G. N. D. (2023). Ekologi media oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Denpasar dalam mempertahankan eksistensi di era digitalisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 8(1), 114–128. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i1.18>
- Prinzler, S., Stollfuß, S., & Böttke, A.-K. (2026). Engaging audiences in platformized public service media journalism: User-generated content and editorial practices in the funk content network. *Journalism and Media*, 7(2), 90. <https://doi.org/10.3390/journalmedia7020090>
- Rahman, R., Mitrin, A., Azizah, P., Amelia, V., & Amalia, R. (2025). Pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi di kalangan gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. *Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 13(2), 351–358. <https://doi.org/10.18592/pk.v13i2.18807>
- Rahmawati, D. F., & Santoso, H. (2025). Strategi Radio Megaswara dan Radio Republik Indonesia Bogor dalam mempertahankan eksistensi melalui konten media sosial di era digital. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1140–1152. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1370>
- Rohim, S. (2024). The utilization of YouTube by Gen Radio as content distribution alternative channel. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 9(1), 70–87. <https://doi.org/10.24198/jmk.v9i1.53753>
- Suharsono, J. P., & Nurahman, D. (2024). Pemanfaatan YouTube sebagai media peningkatan pelayanan dan informasi. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 298–304. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v7i1.3157>
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796–7810. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>
- Wati, S. S., & Agustini, P. M. (2025). Analysis of broadcast communication management in the convergence of linear television and digital platforms at TvOne (study of consumption, distribution, and promotion patterns of two-sided programs on YouTube). *Jurnal Multidisiplin Sabombu*, 5(5), 1708–1716.