

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

1.1.1 Profil Informan

A. Informan 1

Nama : Santoso A, S.Sn

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Kepala Bagian Program Siaran RRI Padang

Informan 1 adalah informan kunci dimana terlibat secara langsung dikarenakan informan merupakan seorang kepala bagian program siaran RRI Padang yang bertugas atas perencanaan, pengembangan, dan pelaksanaan program-program siaran radio. Khususnya untuk melakukan upaya pemanfaatan media sosial RRI Padang.

B. Informan II

Nama : Arif Pratama Putra

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Admin Media Sosial RRI Padang

Informan II adalah informan kunci yang tugasnya mencakup manajemen dan pemeliharaan akun-akun resmi RRI di platform sosial, mengelola konten yang relevan dengan audiens lokal, merespons pertanyaan atau komentar pengguna, serta meningkatkan keterlibatan dan visabilitas radio dimedia sosial.

C. Informan III

Nama : Rani

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Admin Pro 1

Informan III adalah informan pendukung tanggung jawabnya melibatkan promosi dan publisitas program siaran radio, berkoordinasi dengan produser untuk menghasilkan materi yang menarik, serta memastikan promosi acara dan konten melalui berbagai saluran untuk mencapai audiens yang optimal. Pro 1 RRI Padang sendiri spesifik dengan program acara pemberdayaan masyarakat

D. Informan IV

Nama : Nugi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Admin Pro 2

Informan IV merupakan informan pendukung bertanggung jawab melibatkan promosi dan publisitas program siaran radio, berkoordinasi dengan produser untuk menghasilkan materi yang menarik, serta memastikan promosi acara dan konten melalui berbagai saluran untuk mencapai audiens yang optimal. Pro 2 sendiri merupakan program acara kreativitas anak muda.

B. Informan V

Nama : Faradhila Arivia
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Admin Pro 4

Informan V merupakan informan pendukung juga bertanggung jawab melibatkan promosi dan publisitas program siaran radio, berkoordinasi dengan produser untuk menghasilkan materi yang menarik, serta memastikan promosi acara dan konten melalui berbagai saluran untuk mencapai audiens yang optimal. Pro 4 RRI Padang adalah program siaran budaya dan pendidikan.

C. Informan VI

Nama : Kevin Arizal
Jenis Kelamin : Laki-laki

Informan VI merupakan informan pendukung yang merupakan pendengar muda yang sering mendengarkan program acara siaran radio RRI Padang berdasarkan salah satu dari data responden pendengar RRI Padang.

4.1.2 Upaya RRI Padang Dalam Meningkatkan Pendengar Muda Melalui Pemanfaatan Media Sosial

Upaya yang dilakukan dalam menarik pendengar muda oleh RRI Padang, tentunya penting mempersiapkan siaran yang berkualitas diberbagai media sosial. Oleh sebab itu penulis ingin mengetahui upaya apa saja dilakukan RRI Padang dalam memanfaatkan media sosial yang menarik bagi pendengar muda terhadap siaran radio.

Tahap ini penulis menjabarkan data hasil wawancara dengan informan penelitian sebagaimana yang disampaikan oleh informan. Data penelitian ini merupakan bagian dari tahapan data berupa wawancara yang dilakukan dengan cara transparan dan dengan mengesampingkan segala penilaian, pemahaman, dan pengetahuan peneliti. Data tersebut berisikan penjelasan dari pengalaman dan upaya yang dilakukan RRI Padang dalam meningkatkan pendengar muda melalui pemanfaatan media sosial. Hasil penelitian didapatkan melalui wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait upaya yang dilakukan RRI Padang.

Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan teknik observasi wawancara, dan dokumentasi berikut hasil yang telah didapatkan dalam penelitian yang berjudul upaya RRI Padang dalam meningkatkan pendengar muda melalui pemanfaatan media sosial tahun 2024. Ada beberapa media yang dimanfaatkan oleh RRI agar dapat menjangkau dikalangan masyarakat khususnya anak muda, yaitu seperti instagram, tiktok dan ada juga aplikasi RRI Digital, untuk masyarakat yang tidak bisa menjangkau siaran agar bisa menikmati siaran melalui RRI Digital.

“Kita dari RRI selalu melakukan evaluasi, untuk bagaimana daya tarik konten siaran terhadap anak muda. Salah satunya kita punya aplikasi RRI Digital, dengan selalu melakukan siaran *up to date*. Berbagai siaran radio juga seperti acara radio pagi, banyak juga yang mendengarkan acara tersebut. (Santoso, Padang, 30 Januari2024)”

Pernyataan dari kepala program siaran RRI Padang menyatakan tentang upaya yang dilakukan meningkatkan daya tarik konten bagi pendengar muda melalui media sosial. Kepala program siaran RRI Padang juga menyatakan jenis program

siaran yang dianggap paling efektif dalam menjangkau dan mempertahankan audiens muda di platform media sosial.

“Terutama siaran mengenai budaya, update konten kekinian yang positif, dan isu hangat yang tidak mengandung berita Hoax. Selain itu kita juga ada siaran budaya, siaran dialog pagi yang salurannya bisa didengar juga melalui aplikasi RRI Digital” (Santoso, Padang, 30 Januari 2024)

Selanjutnya selain program siaran paling efektif yang dilakukan, kepala program siaran RRI Padang menyatakan juga butuh upaya yang diterapkan dalam menciptakan konten siaran yang dapat dengan efektif dipromosikan melalui berbagai saluran media sosial.

“Salah satunya konten visual, seperti gambar, grafik, dan video untuk meningkatkan daya tarik di media sosial.”(Santoso, Padang, 30 Januari 2024)

Setelah pernyataan dari kepala program siaran RRI Padang, di RRI Padang terdapat Admin media sosial yang memegang kendali semua siaran konten yang disampaikan atau disiarkan melalui media sosial agar mudah dijangkau oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda. Menurutnya untuk menarik pendengar muda ada salah satu media yang bisa dengan mudah diakses untuk siaran radio.

“Mengupayakan dan meningkatkan salah satunya aplikasi RRI Digital yang dengan mudah diakses. RRI memiliki salah satu aplikasi yaitu RRI Digital yang tidak hanya untuk mendengar siaran radio tetapi juga bisa sarana berbalas pesan seperti chattingan. ” (Arif Pratama Putra, Padang, 31 Januari 2024).”

Tidak hanya penggunaan satu media sosial, selain itu Admin media sosial RRI Padang juga menyatakan jenis konten yang dianggap paling efektif dalam memperoleh interaksi dan keterlibatan dari audiens muda di media sosial. Mengenai dari media sosial pasti harus mempunyai sebuah konten yang menarik.

“Dari yg pernah kita posting yaitu mengundang artis ibukota, berita, event sport menarik seperti sepakbola. Karena itu anak muda sekarang kan suka dengan hal-hal seperti itu. Mereka juga merespon apa yang telah kita posting tersebut dengan mengatakan `Min, kapan lagi ada diadakan lagi even-evennya` seperti itu misalnya.”(Arif Pratama Putra, Padang, 31 Januari 2024)

Dari yang dikatakan Admin media sosial RRI Padang tentang salah satu jenis konten yang menarik, Admin media sosial RRI Padang juga melakukan kolaborasi

dengan tim kreatif RRI Padang untuk menciptakan konten yang menarik bagi generasi muda. Terhadap apa upaya yang harus menarik bagi generasi tersebut.

“Kebetulan saya juga dari tim kreatif tersebut, kita Membuat selalu Setiap konten satu konsep yang menarik. Dengan satu konsep tersebut tetap terjaga mempertahankan audiens muda”(Arif Pratama Putra, Padang, 31 Januari 2024)

Melakukan kolaborasi dengan tim kreatif RRI Padang, Admin media sosial RRI Padang mengatakan untuk menjaga keaktifan dan keterlibatan pendengar muda diberbagai platform media sosial agar mempertahankan audiens muda tersebut.

“Sering berbalas pesan interaksi di berbagai media sosial. Contohnya berbalas komentar menjadi daya tarik anak muda.” (Arif Pratama Putra, Padang, 31 Januari 2024)

Adapun pernyataan dari Admin media sosial RRI Padang tentang upaya yang dilakukan RRI Padang dalam menarik pendengar muda dengan memanfaatkan media sosial, RRI Padang juga mempunyai Pro 1 Padang, mengatakan memastikan keselarasan antara program siaran, konten media sosial, dan promosi untuk mencapai tujuan meningkatkan pendengar muda

“di Pro 1 biasanya kurang pendengar muda tetapi sekarang akan ditargetkan juga untuk anak muda. Dari segi konten, di media sosial yang paling aktif yaitu media Instagram, ada kita buat poster player-player lebih ke desain yang menarik, dan ada juga digunakan tiktok berupa video untuk memperkenalkan/mempromosikan sama penyiar.”(Rani, Padang, 30 Januari 2024)

Pernyataan dari Pro 1 RRI Padang untuk memastikan keselarasan antara program siaran, konten media sosial, dan promosi untuk mencapai tujuan meningkatkan pendengar muda Pro 2 RRI Padang juga mengatakan hal serupa dengan Pro 1.

“kita melakukan lebih ke grafis, desain, warna yang ke lebih lembut. Untuk promosi kita selalu meminta ke karyawan ngeposting ulang setiap konten untuk bisa menjangkau pengguna media yang lain”(Nugi, Padang, 1 Januari 2024)

Selain Pro 1 dan 2, Pro 4 RRI Padang juga menyatakan untuk memastikan keselarasan antara program siaran, konten media sosial, dan promosi untuk mencapai tujuan meningkatkan pendengar muda, Pro 4 RRI Padang juga berpendapat dengan hal tersebut.

“RRI Pro 4 khususnya menyiarkan konten budaya lokal, menyajikan musik-musik daerah, kesenian budaya, dan semua hal tentang budaya. Dan RRI Pro 4 Padang khususnya menyajikan konten budaya tentang Minangkabau. Sebagai admin Pro 4 saya memastikan konten media sosial dengan segmentasi yang sesuai dengan ciri khas kita budaya Minangkabau seperti makanan khas, games minang, dll. Untuk mencapai pendengar muda kita juga mempunyai program yang menarik anak muda dengan nama “Minang kreatif” dimana program ini melibatkan generasi muda minang yang kreatif dan inovatif. Selain itu kami juga ada program “pojok komunitas” merangkul komunitas-komunitas yang ada di Sumatera Barat.”(Faradhila Arivia, Padang, 1 Januari 2024)

Selanjutnya terlepas untuk memastikan keselarasan antara program siaran, konten media sosial, dan promosi untuk mencapai tujuan meningkatkan pendengar muda, Pro 1 mengintegrasikan langkah untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi pendengar muda diberbagai platform, termasuk media sosial.

“dalam satu tahun terakhir pendengar kurang lebih dari umur 35th nah jadi kita sekarang ada kebijakan dari pusat untuk lebih menjangkau pendengar muda, memulai proses target untuk menjangkau anak muda dengan sering aktif dimedia sosial terlebih lagi dengan adanya aplikasi RRI Digital memudahkan untuk mengakses radio dengan mudah, juga untuk diluar sumbar.”(Rani, Padang, 30 Januari 2024)

Berbeda dengan Pro 1, Pro 2 mengatakan pendapat cara untuk mengintegrasikan langkah untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi pendengar muda diberbagai platform, termasuk media sosial.

“menurut saya lebih ke untuk live di youtube, instagram untuk mencapai semua kalangan. Membuat short movie/film pendek.”(Nugi, Padang, 1 Januari 2024)

Begitu Pro 2 RRI Padang mengatakan pendapatnya cara untuk mengintegrasikan langkah untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi pendengar muda diberbagai platform, termasuk media sosial. Sedikit lain dengan Pro 4 RRI Padang integritasnya untuk menciptakan pengalaman mendalam bagi pendengar muda diberbagai platform termasuk media sosial tersebut.

“Di Pro 4 dengan cara ber interaktif dengan via WhatsApp dan via RRI Digital juga.”(Faradhila Arivia, Padang, 1 Januari 2024)

Setelah membahas integrasi yang dilakukan, setiap progra RRI Padang berkontribusi dalam mengidentifikasi peluang baru dan trend dimedia sosial untuk memperkaya pengalaman pendengar muda RRI Padang termasuk Pro 1 yang sependapat mengenai hal tersebut.

“ada aturan tersendiri dari pusat sesuai dengan peran lembaga pemerintah, jadi kita mengikuti trend yang positif misalnya untuk memotivasi seseorang.”(Rani, Padang, 30 Januari 2024)

Pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan oleh Pro 4 RRI Padang berkontribusi dalam mengidentifikasi peluang baru dan trend dimedia sosial untuk memperkaya pengalaman pendengar muda RRI Padang

“Pendengar via telfon WA, dimana pendengar juga bisa request lagu-lagu minang, kirm-kirim salam dan kita juga ada aplikasi RRI Digital. Dimana aplikasi ini bisa didengarkan dimana aja dan kapan saja. Jadi tidak terbatas dengan frekuensi.”(Faradhila Arivia, Padang, 1 Januari 2024)

Selanjutnya setelah membahas mengenai kontribusi dalam mengidentifikasi peluang baru dan trend dimedia sosial untuk memperkaya pengalaman pendengar muda RRI Padang, setiap program juga melakukan kerjasama tim antara Pro 1, 2, 4, dan tim media sosial dalam merancang inisiatif yang menarik bagi pendengar muda.

“sering diskusi, bertukar ide untuk menarik pendengar dengan apa yang menjadi daya tarik dikalangan masyarakat dan apa jenis konten atau siaran untuk menarik pendengar khususnya dikalangan anak muda tersebut supaya tidak bosan.”(Rani, Padang, 30 Januari 2024)

Pernyataan Pro 1 RRI Padang mengenai kerjasama tim antara Pro 1, 2, 4, dan tim media sosial dalam merancang inisiatif yang menarik bagi pendengar muda. Pro 2 juga mengatakan pendapatnya mengenai hal tersebut.

“untuk tim media sosial khusus kita belum ada tetapi kita bisa secara bergantian untuk memegang media sosial dan bagi yang punya rancangan atau ide kita kolaborasikan bersama.”(Nugi, Padang, 1 Januari 2024)

Pernyataan Pro 2 RRI Padang mengenai kerjasama tim antara Pro 1, 2, 4, dan tim media sosial dalam merancang inisiatif yang menarik bagi pendengar muda. Pro 4 juga mengatakzaan pendapatnya mengenai hal tersebut.

“Kita juga ada progres kerja sama dengan salah satu media sosial dimana media sosial ini memberikan konten-konten edukasi yang bermanfaat. Kita mempost apa yang dia posting.”(Faradhila Arivia, Padang, 1 Januari 2024)

Berbicara tentang penggunaan pemanfaatan yang media sosial yang dilakukan oleh RRI Padang untuk menarik pendengar muda. Maka dari itu tidak terlepas dari respon seorang pendengar dari salah satu seorang anak muda dengan pendapatnya mendengarkan siaran radio melalui media sosial. Sesuai dengan yang dinyatakan oleh salah seorang mahasiswa selaku pendengar muda .

“siaran radio sekarang sangat mudah untuk diakses, apalagi radio sendiri memiliki aplikasi khusus untuk siaran radio tersebut. Di media sosial, saya terkadang menggunakan media sosial seperti Instagram dan Tiktok untuk melihat program acaranya karena, konten-kontennya yang menarik dan juga sering mengadakan kontes acara seperti RRI bintang radio untuk menyalurkan bakat suara.”(Kevin Arizal, 07 Februari 2024)

Dengan pernyataan dari pendengar muda tersebut mengenai RRI Padang, berarti ia telah sering mendengarkan program acara RRI Padang. Maka dari itu pernyataan dari ia punya daya tarik sendiri terhadap siaran radio

“saya masih mendengarkan radio karena radio sendiri punya ciri khas yang unik. Maksudnya radio tidak hanya sekedar informasi tetapi ada juga musik populer yang diputar, dan ada juga podcast. Itu yang membuat saya selalu mendengarkan radio ketika saya sedang melakukan aktivitas seperti sedang membuat tugas kuliah, bersih-bersih, karena menurut saya itu cocok dengan kegiatan atau aktivitas yang sedang saya lakukan.”(Kevin Arizal, 07 Februari 2024)

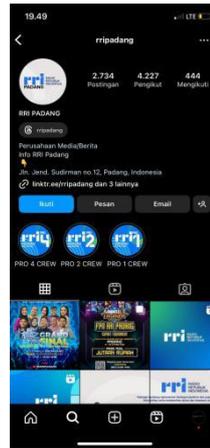
Pernyataan dari pendengar muda tersebut seberapa sering ia mendengarkan radio, ia mempunyai alasan tersendiri kenapa masih sering mendengarkan radio. Terlebih lagi radio sangat kurang pendengar dari kalangan anak muda zaman sekarang. Tetapi ia telah membuktikan bahwa keberadaan radio masih ada minat dari kalangan anak muda.

“Saya mendengarkan radio lebih sering ke akhir minggu. Soalnya diwaktu itu yang membuat saya selalu mendengarkan radio ketika saya sedang melakukan aktivitas seperti sedang membuat tugas kuliah, bersih-bersih, karena menurut saya itu cocok dengan kegiatan atau aktivitas yang sedang saya lakukan.”(Kevin Arizal, 07 Februari 2024)

Berdasarkan hal diatas upaya yang dirancang untuk menciptakan pengalaman mendengarkan yang menarik, berpartisipasi, dan sesuai dengan minat serta gaya hidup generasi muda melalui media sosial. RRI Padang memanfaatkan media sosial yang memahami dan memenuhi kebutuhan sesuai keinginan pendengar.



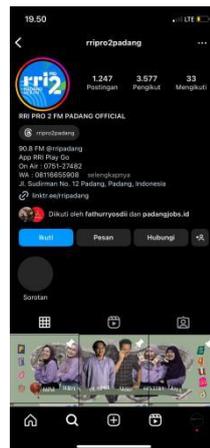
Gambar 1 : Aplikasi RRI Digital



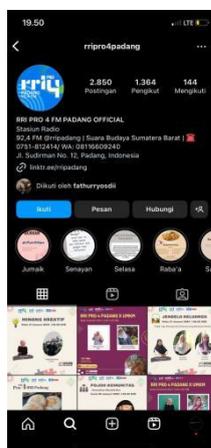
Gambar 2 : IG RRI Padang



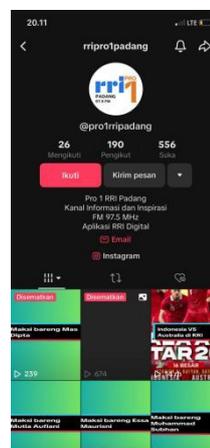
Gambar 3 : IG Pro 1 RRI Padang



Gambar 4 : IG Pro 2 RRI Padang



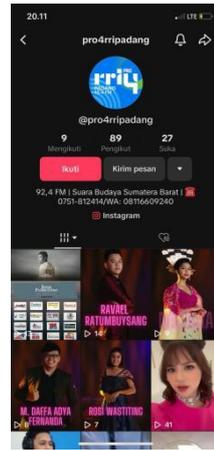
Gambar 5 : IG Pro 4 RRI Padang



Gambar 6 : Tiktok Pro 1 RRI Padang



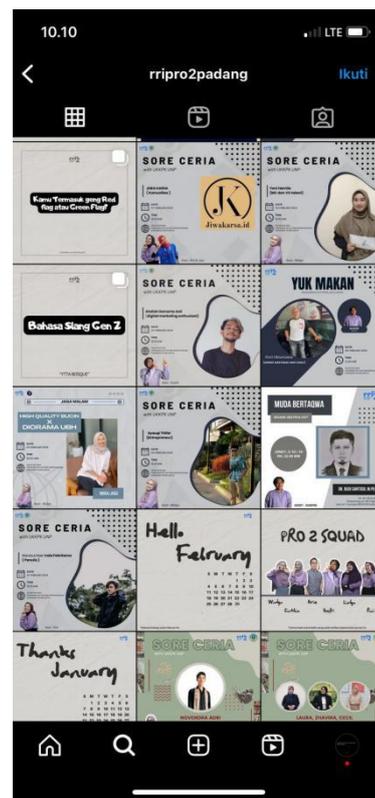
Gambar 7 : Tiktok Pro 2 RRI Padang



Gambar 8 : Tiktok Pro 4 RRI Padang



Gambar 9 : Pro 1 RRI Padang



Gambar 10 : Konten Pro 2 RRI Padang



Gambar 11 : Konten Pro 4 RRI Padang

4.2 Pembahasan

Pada pembahasan ini, upaya yang dilakukan RRI Padang dalam memanfaatkan media sosial untuk menarik pendengar muda. Maka dari itu peneliti akan membahas upaya seperti apa yang dilakukan RRI dalam memanfaatkan media sosial. *Uses and gratification* mengkaji penggunaan media digital dan khususnya internet. Pola penggunaan dan gratifikasi berkembang cukup pesat, Ebersole (2000) menyebutkan tipe gratifikasi meneliti dan belajar, mencari hiburan, berkomunikasi dan berinteraksi sosial, menghilangkan rasa bosan, mendapatkan informasi. Hal ini sudah sesuai dengan penelitian upaya RRI Padang dalam meningkatkan pendengar muda melalui pemanfaatan media sosial.

Media sosial memungkinkan untuk menyalurkan berbagai bentuk ekspresi dan opini melalui fitur-fitur yang mudah dilakukan seperti menyukai konten atau berteman dengan pengguna lain. Pang menyatakan bahwa di media sosial ekspresi opini terjadi dengan sekali klik (Pang et al., 2016). Teori *uses and gratification* serta teori keterjangkauan media sosial menjadi perspektif untuk menjelaskan

motivasi pengguna ketika mereka terlibat dalam media sosial. Teori ini juga dapat digunakan untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana pengguna memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kepuasan tertentu seperti kebutuhan untuk peningkatan pengetahuan atau hiburan (Dolan et al., 2016) (Stafford et al., 2004).

Keterjangkauan media sosial didefinisikan sebagai kemungkinan tindakan yang diberikan oleh teknologi kepada pengguna. Keterjangkauan mengacu pada potensi penggunaan yang dapat dilakukan pengguna teknologi untuk mencapai hasil dan tujuan secara langsung (Karahanna et al., 2018). Perlu pula dipahami bahwa tiap-tiap platform media sosial memiliki fitur yang berbeda dan memberikan keterjangkauan yang berbeda pula dalam memenuhi kebutuhan psikologis individu. Keterjangkauan ini berfungsi sebagai fasilitator yang memotivasi individu untuk menggunakan media sosial guna memenuhi kebutuhan mereka (Leidner et al., 2018). Karahanna menyajikan tinjauan yang komprehensif tentang keterjangkauan media sosial seperti “presentasi diri, berbagi konten, interaktivitas, sinyal kehadiran, pembentukan hubungan, manajemen group, menelusuri konten orang lain, *meta-voicing*, komunikasi, kolaborasi, kompetisi dan sumber daya (Karahanna et al., 2018).

Keterjangkauan ini merupakan fasilitator yang memotivasi pengguna untuk melakukan hal tersebut dan terlibat dalam media sosial. Keterjangkauan sosial ini akan membentuk hubungan antar pengguna, yaitu dengan fasilitas penelusuran konten orang lain, pengguna dapat bereaksi dan melihat bagaimana reaksi orang lain, dan lain-lain. Fasilitas ini secara umum terdapat di media sosial seperti diantaranya fitur follow untuk pengguna lain di Instagram, menonton video di YouTube, atau menyukai konten yang diunggah oleh orang lain di Tiktok. Fitur-fitur utama ini kini ada di hampir semua bentuk media sosial. Ini mewakili perspektif keterlibatan pribadi yang dimungkinkan karena adanya keterlibatan dari pelanggan secara personal di ruang digital. Hal ini juga terjadi karena media sosial juga memungkinkan individu untuk melakukan presentasi diri yaitu memberikan informasi tentang diri mereka sendiri, berbagi konten, menyimak konten tentang orang lain, *meta-voicing* dan komunikasi antar pengguna. Semua fitur yang ada memungkinkan pengguna untuk terlibat secara interaktif. Keterjangkauan inilah yang memotivasi keterlibatan pelanggan secara intensif.

Menurut teori *uses and gratification* penggunaan media massa oleh khalayak baik itu teks suara maupun gambar bergerak adalah untuk mendapatkan kepuasan. Para peneliti sebelumnya menggunakan teori ini untuk mendapatkan gambaran bagaimana pengguna memanfaatkan media dan bagaimana media tersebut juga memengaruhi khalayak. Penggunaan media sosial menurut teori ini pada akhirnya juga menggambarkan bahwa interaksi sosial pengguna pada dasarnya juga melandaskan pada pemikiran bahwa mereka menggunakannya untuk mendapatkan kepuasan. Kepuasan ini dapat berupa opini apa yang mereka bagi kepada pengguna media sosial lainnya, dan bagaimana opini mereka tersebut bisa diterima oleh pengguna lainnya.

Sosial media yang sekarang dimanfaatkan oleh RRI Padang dalam mengupayakannya menarik pendengar khususnya dikalangan anak muda, seperti Instagram, Tiktok, RRI Digital adalah termasuk media yang muda diakses oleh masyarakat khususnya dikalangan anak muda. Dalam penggunaan fitur Instagram terdapat visual storytelling/feed untuk menceritakan visual terkait program radio yaitu acara khusus dan kegiatan lainnya. Menyajikan konten dengan grafis menarik dan gambar dapat membuat kontennya lebih menonjol. Fitur Instagram IGTV untuk mengunggah konten radio yang lebih panjang seperti rekaman khusus. Ini memberikan pendengar akses lebih mudah untuk mendengarkan dan melibatkan diri dengan konten yang lebih mendalam. Fitur Instagram juga ada fitur stories untuk memberikan cuplikan singkat dari siaran langsung, membuat polling, atau mengajukan pertanyaan dapat meningkatkan keterlibatan.

Penggunaan media sosial Tiktok merupakan kreativitas dalam konten singkat. Tiktok platform yang sangat cocok untuk konten singkat dan kreatif. RRI Padang dapat membuat tantangan atau trend yang berkaitan dengan program mereka, memanfaatkan musik, dan memunculkan tantangan yang mengundang partisipasi. Tiktok tersebut RRI padang juga dapat membagikan momen-momen dibalik layar dari studio, wawancara atau memberikan pengalaman unik. RRI juga dapat berkolaborasi dengan kreator Tiktok lokal atau memanfaatkan fitur duet dapat membantu RRI Padang untuk terhubung dengan audiens yang lebih besar. Ini juga dapat menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan konten radio kepada masyarakat khususnya anak muda.

Pemanfaatan media sosial untuk menarik kalangan anak muda, upaya rincian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Konten yang Beragam dan Relevan

RRI Padang menyajikan konten yang beragam, termasuk musik, berita, dan program hiburan yang sesuai dengan kebutuhan pendengar muda. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan koneksi sosial dengan pendengar. Di RRI Padang telah mengupayakan pemanfaatan media sosial dengan meningkatkan konten-konten yang menarik untuk menarik jangkauan masyarakat khusus dikalangan anak muda.

2. Interaktivitas Melalui Media Sosial

RRI Padang menciptakan pengalaman intraktif dengan pendengar. Mereka memanfaatkan fitur-fitur seperti komentar, polling, dan pertanyaan langsung untuk memberikan kesempatan kepada pendengar untuk berpartisipasi secara aktif, memenuhi kebutuhan interaksi sosial dan eksplorasi pendapat. RRI Padang telah berupaya melakukan interaktifnya contohnya saja berbalas komentar positif dengan pengguna lainnya di media sosial lainnya agar terjalin komunikasi yang baik dan juga mempertahankan keberadaan radio

3. Live Streaming

Di media sosial RRI Padang memberikan pengalaman mendengarkan yang real-time. Ini memberikan kepuasan instan kepada pendengar yang sesuai dengan kejadian terkini dan trend saat itu. RRI Padang sendiri sudah memanfaatkan media sosial untuk selalu melakukan live streaming/siarang langsung dengan begitu sudah terlaksana interaksi secara langsung.

4. Kolaborasi dengan Influencer Lokal

Kolaborasi dengan influencer lokal atau penyiar radio yang populer dikalangan anak muda digunakan untuk memperluas jangkauan. Hal ini memberikan pendengar kesempatan untuk berinteraksi dengan tokoh yang dihormati, memenuhi kebutuhan identifikasi, dan pengaruh sosial. RRI Padang sering mengundang bintang lokal yang populer dalam siarannya untuk menarik generasi

muda dalam mendengarkan siaran RRI Padang supaya tidak merasa kurang menarik dengan acara program yang disiarkan.

5. Promosi Acara Khusus dan Kontes

Untuk mempromosikan acara dan program khusus yang dirancang khusus untuk pendengar muda. Kontes-kontes atau penghargaan yang melibatkan audiens muda dapat memberikan kepuasan melalui pengakuan dan keterlibatan langsung. RRI Padang sudah melakukan hal tersebut dengan membuat even-even karena itu menjadi daya tarik dikalangan anak muda saat sekarang ini

Pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh RRI Padang menciptakan ekosistem yang dinamis, membangun keterlibatan dengan pendengar, meningkatkan kehadiran stasiun radio di komunitas masyarakat khususnya kalangan anak muda. Dengan menggabungkan kehadiran yang sering digunakan media sosial oleh RRI Padang di Instagram, Tiktok, dan platform Digital RRI, stasiun RRI Padang dapat menciptakan pengalaman mendengarkan yang holistik, menjangkau berbagai audiens diberbagai platform.

Dalam pemanfaatan media sosial yang dilakuakn RRI tidak lepas dari hambatan yang dialami oleh RRI dalam menarik pendengar muda. Persaingan dengan platform media baru seperti streaming musik, platform video-on-demand, dan media sosial dapat membuat pendengar muda lebih cenderung untuk menghabiskan waktu mereka di paltform-platform tersebut daripada mendengarkan radio konvensional. Terlebih jika konten yang disiarkan tidak relevan dengan minat atau kebutuhan pendengar muda, mereka mungkin akan beralih ke sumber konten lain yang lebih sesuai dengan preferensi mereka.

Beberapa pendengar muda mungkin memiliki persepsi bahwa radio adalah media tradisional dan kuno, sehingga mereka lebih memilih mengkonsumsi konten dari platform-platform yang dianggap lebih modern dan inovatif. Maka RRI perlu terus berinovasi dalam penyediaan konten yang relevan.