

ABSTRAK

PENGELOLAAN KONTEN BESTCUT LPP RRI BANDAR LAMPUNG SEBAGAI STRATEGI PROMOSI SIARAN RADIO DI MEDIA SOSIAL UNTUK MENJANGKAU GENERASI MUDA

Oleh

Benita Noverina Theodora Girsang

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengelolaan konten Bestcut di Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandar Lampung sebagai strategi promosi siaran radio di media sosial dalam upaya menjangkau generasi muda. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup dua hal pokok, yaitu: (1) Bagaimana pengelolaan konten Bestcut di LPP RRI Bandar Lampung, dan (2) Apakah efektivitas konten Bestcut dapat menjangkau dan menarik minat generasi muda terhadap siaran LPP RRI Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap empat narasumber, yaitu Ketua Tim Konten Media Baru (KMB), penyiar sekaligus editor konten Bestcut Programa 2, Ketua Bidang Penyiaran LPP RRI Bandar Lampung, serta Kepala Stasiun LPP RRI Bandar Lampung. Selain wawancara, penelitian ini juga dilengkapi dengan observasi langsung terhadap proses produksi konten Bestcut di lingkungan kantor LPP RRI Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan konten Bestcut mencakup empat tahapan utama, yaitu perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi. Konten Bestcut memiliki kontribusi pada peningkatan jumlah pengikut dan keterlibatan audiens di platform Instagram, meskipun relevansinya bagi generasi muda masih sangat bergantung pada pemilihan topik dan figur narasumber. Hambatan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan dan kesenjangan kompetensi sumber daya manusia, konflik peran tim KMB, serta ketidaksesuaian jadwal program dengan jam kerja reguler.

Kata Kunci: Bestcut, LPP RRI Bandar Lampung, Konten Digital, Media Sosial, Generasi Muda, Strategi Promosi, Konvergensi Media.

ABSTRACT

Management of LPP RRI Bandar Lampung's Bestcut Content as a Strategy for Promoting Radio Broadcasts on Social Media to Reach the Younger Generation

By

Benita Noverina Theodora Girsang

This study aims to examine the management of Bestcut content at the Public Broadcasting Institution of Radio Republik Indonesia (LPP RRI) Bandar Lampung as a radio broadcast promotion strategy on social media in an effort to reach the younger generation. The problem formulation in this study includes two main things, namely: (1) How is Bestcut content managed at LPP RRI Bandar Lampung, and (2) Is the effectiveness of Bestcut content in reaching and attracting the interest of the younger generation to LPP RRI Bandar Lampung broadcasts. This study uses a descriptive qualitative approach with a data collection method in the form of in-depth interviews with four sources, namely the Head of the New Media Content Team (KMB), the broadcaster and editor of Bestcut Program 2 content, the Head of Broadcasting at LPP RRI Bandar Lampung, and the Head of LPP RRI Bandar Lampung Station. In addition to interviews, this study is also supplemented by direct observation of the Bestcut content production process at the LPP RRI Bandar Lampung office. The results of the study indicate that Bestcut content management includes four main stages, namely planning, production, distribution, and evaluation. Bestcut's content has contributed to an increase in followers and audience engagement on Instagram, although its relevance to younger generations still depends heavily on the choice of topics and speakers. Key challenges include limited and gaps in human resource competencies, role conflicts within the KMB team, and incompatibility between the program's schedule and regular work hours.

Keywords: *Bestcut, LPP RRI Bandar Lampung, Digital Content, Social Media, Young Generation, Promotional Strategy, Media Convergence.*