

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia atau yang biasa disebut LPP RRI merupakan lembaga penyiaran publik milik negara yang didirikan pada tanggal 11 September 1945. LPP RRI itu sendiri terbentuk melalui penggabungan beberapa stasiun radio yang ditinggalkan oleh Jepang, sehingga diambil alih oleh para pejuang Indonesia. Salah satunya adalah dr. Abdulrachman Saleh sebagai penggagas berdirinya Radio Republik Indonesia. Pada masa awal berdirinya, RRI mengemban peran penting sebagai sarana komunikasi untuk menyebarkan informasi kemerdekaan ke seluruh wilayah Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Radio Republik Indonesia

Sumber: rri.co.id (2024)

RRI atau Radio Republik Indonesia memiliki logo berwarna biru dengan tulisan RRI yang merupakan singkatan dari Radio Republik Indonesia. Logo RRI secara umum merepresentasikan identitas lembaga penyiaran yang modern, dinamis, dan menjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Warna biru pada logo tersebut melambangkan profesionalitas, kepercayaan, serta kestabilan sebagai lembaga penyiaran negara. Sebelum menggunakan logo yang sekarang, RRI sempat melakukan perubahan logo yaitu sebanyak tiga kali semenjak didirikan pada tahun 1945. Perubahan logo tersebut untuk menyesuaikan identitas lembaga dengan perkembangan zaman, perubahan fungsi organisasi, serta kebutuhan masyarakat.

Setiap logo yang digunakan di setiap periodenya mencerminkan peran RRI pada masanya, mulai dari radio perjuangan, radio pembangunan, hingga lembaga penyiaran publik yang berorientasi pada layanan masyarakat dan transformasi digital. Dengan logo yang sudah diperbaharui, RRI berharap dapat menunjukkan upaya transformasi menuju media yang lebih relevan di era digital. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa logo tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenalan, tetapi juga sebagai simbol komunikasi yang mencerminkan perkembangan dan *positioning* suatu institusi di masyarakat.

Dalam perjalanannya, RRI kerap dikenal sebagai “radio perjuangan” karena kontribusinya menyiarkan kabar kemerdekaan Indonesia serta mempertahankan semangat kemerdekaan masyarakat Indonesia. Pada masa kemerdekaan hingga orde baru, RRI berfungsi sebagai alat pemerintah untuk menyampaikan informasi resmi melalui media penyiaran supaya mencakup berbagai wilayah di Indonesia.

Memasuki era reformasi, RRI mengalami perubahan yang cukup signifikan dengan ditetapkannya sebagai lembaga penyiaran public melalui Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 mengenai penyiaran. Sejak saat itu, RRI menjadi lembaga yang mandiri, independen, netral, serta berorientasi kepada pelayanan publik. Hingga saat ini RRI terus berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital seperti situs web dan aplikasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas di seluruh Indonesia.

Radio Republik Indonesia memiliki beberapa jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia. Merujuk pada profil data pada situs *ppid.rri.go.id*, RRI memiliki puluhan stasiun penyiaran yang tersebar dari Sabang sampai Marauke dengan kantor pusat yang berada di Jakarta. Dengan rincian 1 stasiun tipe A, 31 stasiun tipe B, 35 stasiun tipe C, pusat pemberitaan dan siaran luar negeri, serta 30 Studio Produksi. RRI sendiri memiliki empat program yang tersedia di setiap stasiunnya, yaitu Pro 1 (Pusat siaran pemberdayaan masyarakat), Pro 2 (Pusat siaran kreatifitas anak muda), Pro 3 (Pusat siaran jaringan berita nasional dan kantor berita radio), dan Pro 4 (Pusat siaran budaya dan Pendidikan).

2.2 Visi Misi LPP Radio Republik Indonesia

LPP Radio Republik Indonesia merupakan lembaga penyiaran publik milik pemerintah dengan segudang sejarah di dalamnya. Terbukti dengan peran RRI sebagai media perjuangan masyarakat Indonesia demi mendapatkan kemerdekaan kala itu. Adapun visi dan misi dari LPP RRI periode 2025-2029 adalah sebagai berikut;

VISI

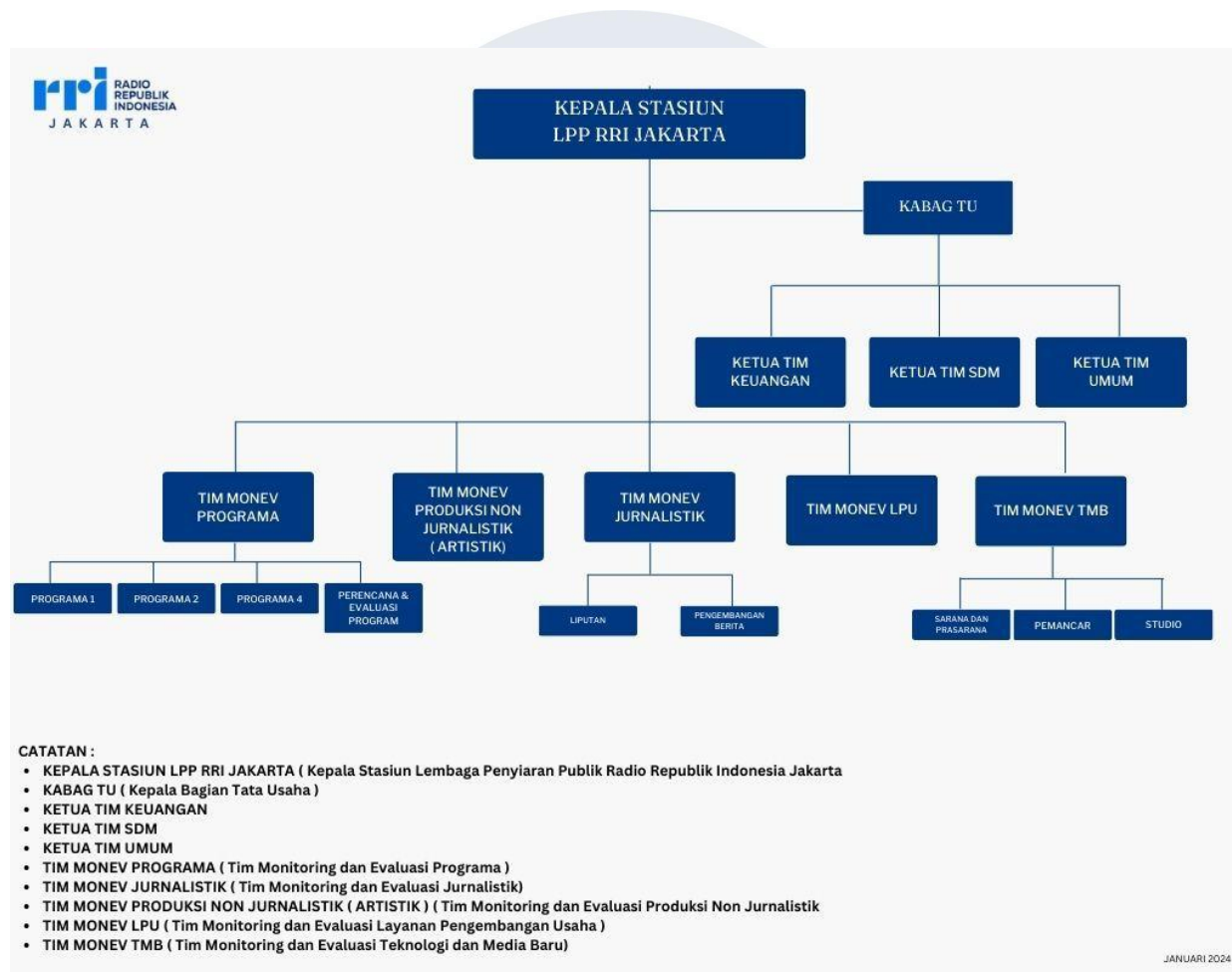
Terwujudnya RRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang Terpercaya dan Mendunia

MISI

- 1) Memberikan dukungan kepada Presiden dan Wakil Presiden dalam upaya peningkatan kualitas manusia Indonesia, memajukan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa dan penegakan sistem hukum yang bebas korupsi melalui siaran dengan konten yang berkualitas serta mempunyai nilai pendidikan untuk memenuhi hak warga negara mendapatkan informasi yang independen, netral dan akurat.
- 2) Menyelenggarakan pelayanan tata kelola lembaga yang transparan dan akuntabel sesuai dengan prinsip *good public governance*.
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan prasarana LPP RRI yang berbasis multiplatform untuk memudahkan akses bagi masyarakat mendapatkan layanan siaran RRI di wilayah NKRI dan mancanegara.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

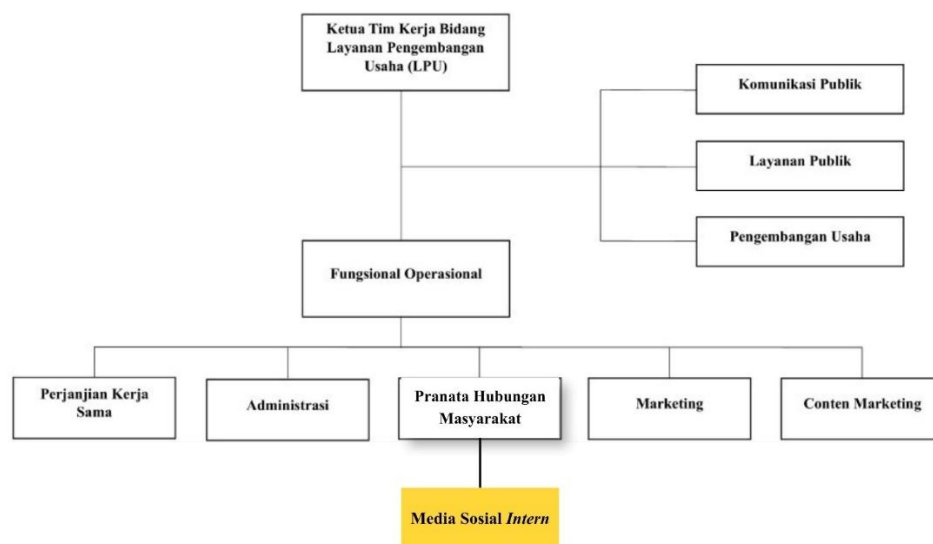
Dalam menjalankan sebuah perusahaan, struktur organisasi sangat penting untuk sebuah perusahaan dapat berjalan secara sistematis dan terorganisir. Dalam hal ini, RRI Jakarta sebagai tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang juga memiliki struktur organisasi dalam perusahaan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi dari LPP Radio Republik Indonesia Jakarta;



Gambar 2.2 Struktur Organisasi LPP RRI Jakarta

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2024)

Pada kesempatan kerja magang kali ini, pemegang ditempatkan di posisi *Social Media Intern* pada divisi Layanan dan Pengembangan Usaha (LPU) yang dipimpin oleh Ketua Tim Kerja LPU, Risal Rachim. Divisi ini memiliki tugas utama yaitu mengelola layanan publik sekaligus meningkatkan kemandirian finansial melalui berbagai inovasi dan kerja sama strategis. LPU bertanggung jawab untuk merancang peluang usaha, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal, serta mengoptimalkan aset dan layanan siaran agar memiliki nilai tambah. Berikut bagan struktur dari divisi Layanan Pengembangan Usaha;



Gambar 2.3 Struktur Divisi Layanan Pengembangan Usaha di RRI Jakarta

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (2026)

Seiring perkembangan teknologi, divisi ini juga berperan penting dalam mendorong digitalisasi melalui konten, yaitu dengan mengembangkan dan mendistribusikan konten kreatif di berbagai platform digital khususnya media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook guna menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan dengan generasi saat ini. Dengan demikian, LPU tidak hanya berfokus pada

aspek bisnis, tetapi juga pada transformasi digital yang mendukung keberlanjutan dan eksistensi RRI di era modern. Berikut deskripsi singkat dari posisi-posisi yang ada di divisi ini;

A. Ketua Tim Kerja Layanan Pengembangan Usaha (LPU)

Posisi ini adalah pemimpin dari divisi Layanan dan Pengembangan Usaha. Posisi ini bertugas memimpin semua aktivitas di divisi, merencanakan strategi, mengatur tim, dan memastikan seluruh program berjalan sesuai dengan tujuan dan peran lembaga.

B. Komunikasi Publik

Bertanggung jawab untuk mengelola citra dan hubungan RRI dengan masyarakat, termasuk menyampaikan informasi resmi, melakukan publikasi, dan menjaga nama baik lembaga. Posisi ini berperan sebagai hubungan masyarakat (Humas).

C. Layanan Publik

Fokus pada perhatian dan pelayanan masyarakat, seperti mendengarkan aspirasi, memberikan informasi, dan memastikan kebutuhan publik terhadap siaran tercukupi.

D. Pengembangan Usaha

Mengembangkan potensi bisnis dan kerja sama dari RRI untuk meningkatkan pendapatan, termasuk mencari peluang kerjasama dengan pihak eksternal.

E. Fungsional Operasional

Memberikan dukungan pada operasional divisi dalam hal teknis dan administratif, serta mengatur unit-unit kerja di bawahnya agar bekerja dan berfungsi dengan baik.

F. Perjanjian Kerja Sama

Posisi Perjanjian Kerja Sama bertugas mengelola proses kerjasama dengan pihak-pihak eksternal, mulai dari pembuatan, negosiasi, hingga pengaturan dokumen kontrak atau *MoU*.

G. Administrasi

Posisi ini mengurus hal-hal *administrative* di LPU seperti pengarsipan, surat-surat, dan pencatatan dokumen. Supaya operasional berjalan dengan tertib dan teratur.

H. Pranata Hubungan Masyarakat

Melaksanakan kegiatan kehumasan, menjalin hubungan baik dengan media eksternal dan stakeholder, serta menjaga reputasi dan citra positif RRI di mata publik.

I. Media Sosial *Intern*

Posisi Media Sosial memiliki tanggung jawab mengelola seluruh akun media sosial RRI, termasuk membuat, menjadwalkan, dan membagikan konten untuk meningkatkan interaksi dengan audiens.

J. *Marketing*

Bertugas untuk mempromosikan program-program dan layanan yang ada di RRI, menarik kerja sama dengan mitra, serta meningkatkan kesadaran dan nilai komersial lembaga.

K. *Content Marketing*

Membuat strategi dan menghasilkan konten yang menarik dan relevan untuk promosi, terutama dalam mendukung digitalisasi menggunakan berbagai *platform*.

2.4 Portofolio Perusahaan

Sebagai Lembaga Penyiaran Publik, LPP RRI memiliki portofolio sebagai layanan penyiaran dan media digital. RRI Jakarta sendiri memiliki empat program dan *Voice of Indonesia* yang dapat dinikmati oleh para pendengarnya.



Gambar 2.4 Program yang Tersedia di RRI Jakarta

Sumber: ppid.rri.go.id (2026)

Pro 1 RRI berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui informasi dan dialog publik. Saluran ini dikenal dengan sebagai saluran klasik karena Pro 1 adalah saluran yang muncul paling awal sebelum program lain. Pro 2 RRI menyasar pada generasi muda dengan konten hiburan, musik, dan gaya hidup. Isi siaran dari Pro 2 didominasi oleh musik-musik terbaru, serta gaya penyiaran interaktif dan energik, sehingga terasa relevan bagi generasi muda. Pro 3 RRI berfungsi sebagai kanal berita yang tersedia selama 24 jam. Saluran ini menyediakan berita paling aktual dan dibawakan secara formal. Pro 4 RRI berfokus pada kebudayaan dan pendidikan. Terdapat beberapa program khusus untuk mengapresiasi budaya dari suku-suku di Indonesia seperti Jawa, Sunda, Minangkabau, Batak, dan Banyumasan. Selain ke empat program tersebut, RRI juga memiliki saluran yang disiarkan ke luar negeri, yaitu *Voice of Indonesia* (VOI).



Gambar 2.5 Saluran *Voice of Indonesia*

Sumber: ppid.rri.go.id (2025)

Voice of Indonesia (VOI) merupakan saluran siaran luar negeri milik Radio Republik Indonesia yang ditujukan kepada pendengar di luar Indonesia. Saluran ini menyiarkan informasi tentang Indonesia, mulai dari berita, budaya, musik, hingga diplomasi publik ke berbagai negara. *Voice of Indonesia* menggunakan berbagai bahasa untuk memperkenalkan budaya-budaya dan berita Indonesia kepada masyarakat manca negara maupun warga Indonesia yang tinggal di luar negeri.

Hingga 2023, *Voice of Indonesia* telah menyiarkan dalam sembilan bahasa melalui gelombang pendek dalam jam tertentu selama 24 jam.

Dalam upayanya mengikuti perkembangan zaman, Radio Republik Indonesia menghadirkan layanan siaran yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Salah satu bentuk layanannya adalah dengan menghadirkan aplikasi RRI digital. Dalam aplikasi tersebut para pendengar dapat mengakses layanan *streaming* radio RRI seluruh Indonesia, podcast, serta artikel berita terkini. Selain itu juga RRI aktif di media sosial seperti Instagram, Tiktok dan Facebook. Melalui *platform* tersebut, RRI menghadirkan konten-konten digital, seperti edukasi, hiburan, berita, promosi program, serta dokumentasi kegiatan. Transformasi ini menjadi bagian dari strategi RRI dalam meningkatkan jangkauan informasi dan memperkuat keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda.

