

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Media massa adalah alat yang dimanfaatkan manusia untuk menjadi sarana menyampaikan informasi dan pesan- pesan dari sumber ke panorama, yaitu khalayak (massa) yang menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar (majalah, koran & tabloid), film, radio dan televisi (Cangara, 2002, p. 123).

Selain itu, Media massa juga dapat diartikan sebagai alat berkomunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara bersamaan, dalam waktu yang cepat kepada pendengar, penonton dan pembaca yang luas serta heterogeny. Media massa dapat menyebarkan informasi dan pesan hampir setiap waktunya tanpa batas, dibandingkan dengan jenis komunikasi yang lain, media massa dapat mengatasi segala masalah mengenai hambatan ruang dan waktu (Nurudin, 2007, p. 22).

Selain menjadi transaksi informasi dan sarana pengantar pesan masyarakat luas, media massa juga berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan manusia. Pasalnya, media massa memberikan informasi terkini seputar hal yang baru-baru saja terjadi. Selain informasi yang penting, hiburan yang diberikan oleh media massa juga menjadi kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia, sehingga hal tersebut sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat.

Meskipun media cetak sampai saat ini masih ada dan terus berkembang, tapi tidak dapat dipungkiri bahwa media elektronik lebih unggul dibandingkan media cetak. Diukur dari khalayak, media elektronik lebih banyak memiliki konsumen dibandingkan media cetak. Salah satu faktor unggulnya media elektronik dibandingkan cetak karena informasi yang disampaikan kepada khalayak pendengar atau penonton lebih cepat sampai dan diterima oleh mereka.

Radio muncul sebelum adanya penggunaan televisi di dunia. Penyiaran televisi mulai dikembangkan pada tahun 1927 oleh John Logie Baird dari Inggris, sedangkan Radio yang telah mendahului penyiaran televisi, muncul dan berkembang sejak tahun 1916 oleh Lee De Forest dari Amerika Serikat. Sebelumnya, Radio merupakan hasil dari teknologi yang terus berkembang dan berhasil membuat suara secara bersamaan ditransmisikan di udara oleh gelombang radio (Ghasani , 2018, p.2).

Dahulu, para pendengar radio wajib membayar biaya pajak untuk memberikan modal sebuah stasiun radio memproduksi program dan konten radionya. Sampai akhirnya pada tahun 1922, Amerika Serikat memberhentikan iuran pajak tersebut. Alasannya, mereka telah menemukan cara mendapatkan biaya untuk memproduksi program radio, yaitu dari iklan. Dari sinilah sistem jual beli pengiklanan dimulai (Zamroni, 2009, p. 195-211).

Di Indonesia, radio muncul sekitar tahun 1920 setelah Perang Dunia I (Hery, 2012, p. 24). Radio mulai menjadi media yang banyak dipergunakan oleh masyarakat di Indonesia, bahkan setiap kota besar di Indonesia pasti memiliki radio masing- masing, baik radio milik Negara maupun radio swasta.

Salah satu radio berita di Indonesia milik swasta yang akan dibahas disini adalah radio MNC Trijaya FM. Target pendengar radio ini adalah profesional muda, yaitu masyarakat baik pria maupun wanita berusia 25-45 tahun yang tingkat pendidikannya strata 1 keatas. Menurut radio ini, segmentasi tersebut memiliki pandangan, pendirian dan kehidupan yang kuat.

Radio MNC Trijaya adalah tempat praktek kerja yang dipilih Penulis untuk mempraktekan semua ilmu pelajaran yang sudah dipelajari selama menjalani kuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Sebagai mahasiswa jurnalistik, Penulis sengaja memilih radio MNC Trijaya FM karena merupakan radio berita dan memiliki banyak hubungan dengan jurusan penulis.

MNC Trijaya FM yang dulunya sempat beberapa kali berganti nama dari PT. Radio Trijaya Shakti dan Sindo Trijaya FM memulai awal siarannya ditahun 1990 dengan gelombang AM 66,6 KHz. Bersama Bimantara Group, Radio Trijaya Shakti mulai siaran di kawasan RCTI di Jl. Kebon Sirih 17-10 dengan gelombang 104,75 FM. Pada tahun 2004, terdapat keputusan Menteri Komunikasi dan Informasi Syamsul Mu'arif bahwa semua radio mengalami perubahan frekuensi dan Trijaya juga berubah menjadi 104,6 FM.

Pada radio ini, mereka memfokuskan pada siaran berita dengan berbagai macam program seperti *Start Your Day with VOA*, Polemik, Ngobar, Kopi Sore Trijaya, Ruang Tengah dan Trijaya *Hot Topic* Pagi. Dan pada masa pandemi seperti saat ini, mereka tetap melakukan *talkshow* dan webinar secara virtual yang mana penulis terlibat dalam kegiatan-kegiatan tersebut.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dengan adanya pelaksanaan praktik kerja magang, bertujuan agar mahasiswa/i memiliki kesempatan untuk merasakan langsung terjun ke lapangan dalam dunia kerja, khususnya dalam bidang jurnalistik dengan mempraktikkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari semasa kuliah. Dalam poin ini, praktik kerja magang penulis bertujuan agar mahasiswa memiliki pengalaman menjadi pekerja di media konvensional radio. Adapun tujuan praktik kerja magang yang penulis lakukan:

1. Menerapkan dan mengembangkan ilmu produksi Radio di universitas yang telah dipelajarikan di tempat praktik magang.
2. Memperoleh ilmu dan pengalaman kerja yang lebih nyata di bidang jurnalistik
3. Dapat beradaptasi serta bersosialisasi dengan lingkungan sekitar di tempat praktik magang, seperti rasa tanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan.
4. Mampu memahami lebih dalam proses sebuah program dari pra produksi hingga pasca produksi.
5. Menambah relasi penulis terhadap pekerja media tersebut seperti reporter, penyiar serta pemimpin redaksi supaya bermanfaat kedepannya.

## **1.3 Waktu Kerja dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di MNC Trijaya FM selama lebih dari 3 bulan yang dihitung dari 4 Agustus 2020 hingga 30 Oktober 2020, namun sesuai prosedur kampus yang berlaku yang dihitung tiga bulan saja, yaitu 30 Agustus 2020 sampai 30 Oktober 2020.

Jadwal hari kerja penulis sesuai dengan aturan yang berlaku oleh MNC Trijaya FM, yaitu selama lima hari kerja, dimulai dari hari Senin sampai Jumat. Namun, dikarenakan situasi pandemi saat ini, penulis melakukan pekerjaannya dari rumah sebanyak dua kali seminggu. program OPSI non bulletin termasuk fleksibel, bahkan terkadang Sabtu dan Minggu pun bisa

Jam kerja pada radio ini adalah pukul 09.00 WIB, hingga pukul 17.00 WIB. Meskipun ada penentuan jam kerja, terkadang penulis bisa pulang dalam waktu yang tidak menentu karena harus membantu proses produksi ketika melakukan *talkshow* atau webinar secara virtual di studio.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum memasuki praktik kerja magang, penulis mendaftar ke perusahaan-perusahaan media yang akan dituju. Penulis harus menyiapkan CV (Curriculum Vitae) secara lengkap dan kredibel dari data pribadi penulis. Selain itu penulis juga harus meminta transkrip nilai supaya dapat dikirimkan kepada media yang dituju. Setelah itu, penulis mengirimkan CV, portofolio, serta transkrip nilai ke beberapa media yang dituju, yaitu Global Radio, V Radio, RDI Radio dan iNews.

Setelah penulis mengirimkan beberapa CV ke media yang dituju, pada tanggal 21 Juli 2020, penulis dihubungi oleh admin dari MNC Radio Networks untuk melakukan

wawancara magang di MNC Trijaya FM. Penulis melakukan wawancara pada tanggal 3 Agustus dan dipertemukan dengan seorang mentor yang kedepannya akan membimbing penulis selama praktik kerja magang selama 3 bulan. Sehari setelahnya, penulis mulai melakukan praktik kerja magang yaitu pada 4 Agustus 2020.

Karena proses KRS dari Universitas belum dilakukan pada saat itu, Penulis baru bisa mengajukan Kartu Magang (KM-01) pada tanggal 25 Agustus 2020 yang selanjutnya akan diproses oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara dan ditanda tangani oleh Kepala Program Studi Jurnalistik F.X. Lilik Dwi Marjianto, S.S., M.A.. Pada tanggal 27 Agustus 20120, surat pengantar magang KM-02 penulis telah dicetak dan siap ditukarkan dengan surat dari perusahaan untuk mengambil KM-03 hingga KM-07.

Oleh Karena itu, penulis terhitung melakukan kegiatan magang sesuai *jobdesk* yang diberikan selama minimal 60 hari kerja hingga tanggal 30 Oktober 2020 sebagai persyaratan yang diberikan oleh pihak universitas.