



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi mendorong perkembangan teknologi. Teknologi sendiri merupakan induk utama lahirnya media massa, sehingga masyarakat pun menjadi sangat bergantung pada media massa. Di zaman bebas informasi seperti sekarang ini, media sudah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan. Media ialah perpanjangan komunikasi dari si komunikator kepada komunikannya (Ruben & Stewart, 2006 : 188). Kelahiran media menjadi titik terang bagi masyarakat untuk dapat memperoleh informasi, baik dari satu orang ke orang lain, maupun dari satu orang ke khalayak. Selain itu, media juga membuat kesamarataan, dimana masyarakat bisa mendapatkan informasi secara merata di seluruh tempat dan dalam waktu yang serempak. Hal ini sesuai dengan perannya, “...media memperbanyak, memperkuat, dan menerjemahkan pesan untuk didistribusikan kepada khalayak luas” (Ruben & Stewart, 2006: 189).

Pada dasarnya media massa terbagi menjadi dua macam, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak hanya melibatkan unsur visual, seperti koran, majalah, buku, dan tabloid. Sedangkan media elektronik lebih variatif, karena melibatkan semua unsur (audio dan visual), misalnya seperti televisi dan radio. Baik media cetak maupun media elektronik memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Media cetak cenderung lebih cepat rusak, basah, sobek, dan akhirnya tidak bisa dibaca lagi. Tetapi kelebihannya, media cetak bisa dibaca kapanpun dan dimanapun. Lain halnya dengan media elektronik, yang bisa menyebarkan informasi ke daerah-daerah terpencil (tertinggal) yang bahkan tidak terjangkau

karena terbatasnya distribusi media cetak (Straubhaar dan Davenport, 2009: 509). Tetapi kekurangannya, media ini memerlukan perangkat elektronik untuk mengakses informasi.

Sebagai salah satu media massa, radio seringkali diasumsikan sebagai media yang 'sekedar' memberikan hiburan karena hanya bermodalkan suara. Tapi pada praktiknya, radio pun mengutamakan fungsi utama dari media, yaitu sebagai pemberi informasi.

Radio muncul pada abad ke-19, dimana Samuel Morse baru saja menciptakan telegraf pada 1842. Disusul penemuah ahli fisika pada 1887, Heinrich Hertz yang berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Kemudian di tahun 1896, Guglielmo Marconi berhasil menciptakan radio transmitter yang bisa mengirim sinyal jarak jauh. Dua dekade setelah penemuan-penemuan tersebut, pemakaian radio pun makin marak di seluruh dunia, dan menjadi media sentral untuk memberitakan tentang bencana (Straubhaar, LaRose & Davenport, 2009 : 159-160).

Ada dua jenis jaringan radio, yaitu *the one-to many broadcast network* atau jaringan radio satu arah dan *two way type of radio network* atau jaringan radio dua arah. Jaringan radio satu arah bisa digunakan untuk informasi publik dan media massa hiburan, sedangkan jaringan dua arah bisa digunakan pada HT dan telepon genggam atau HP. Radio sendiri termasuk dalam jenis jaringan satu arah karena tidak bersifat *talk and listen*. Meskipun radio bisa menerima *feedback*, tetapi radio tidak menerima *feedback* langsung layaknya orang yang sedang bercakap-cakap di telepon.

Dalam buku *Jurnalistik Radio* (Masduki, 2001) dijelaskan bahwa di Indonesia radio sudah ada sejak pemerintahan Belanda. Radio Siaran pertama di wilayah Hindia Belanda lahir pada 16 Juni 1925 dengan nama Bataviase Radiovereniging (BRV) dan masih bersifat non-komersial. Beberapa tahun setelah itu, muncullah radio siaran yang bersifat komersial dari orang-orang swasta Belanda bernama NIROM. Radio dijadikan alat penyebaran kontrol politik melalui NIROM (*Nederlands Indische Radio Omroep Maatschappij*). Perkembangan

radio siaran dari orang-orang Belanda ini mendorong lahirnya radio dari orang-orang Jawa. Meskipun radio orang-orang Jawa tersebut masih berbahasakan Belanda, radio ini menyiarkan tradisi Jawa seperti kethoprak atau wayang orang. Pada awal 1933 berdirilah perkumpulan keradioan bernama MAVRO di Yogyakarta oleh Pangeran Surjoatmodjo, Pangeran Pakuningrat, dan Ir. Purbodiningrat.

Namun saat Jepang berkuasa, perkumpulan keradioan tersebut dilarang karena Jepang memiliki bagian penyiaran sendiri yang bernama NHK (*Nippon Hoso Kyoko*). Radio dipusatkan dibawah NHK, dan dijadikan alat propaganda Perang Asia Raya. Akhirnya pada 11 September 1945 lahirlah Radio Republik Indonesia (RRI) dengan menggunakan studio bekas-bekas keradioan Jepang di delapan kota, yaitu Jakarta, Bandung, Purwokerto, Jogja, Surakarta, Semarang, Malang, dan Surabaya. (Wibowo, 2012: 4-6)

Namun, ketika orde baru fungsi radio sebagai pengontrol sosial kembali dikebiri. Radio hanya dijadikan alat hiburan dan sebagai alat propaganda. Begitu pun pada masa pemerintahan Soeharto, semua informasi dikuasai dan disalurkan melalui satu corong tunggal, yaitu pemerintah. Pada zaman tersebut, tidak ada kebebasan informasi dan rakyat Indonesia hidup dalam kegelapan. Segala informasi terlebih dahulu disaring dan disensor oleh pemerintah. Semua berita, informasi diseragamkan. Jika ada media massa yang menyiarkan berita yang dinilai tidak layak, izin media tersebut akan dicabut. Pers Indonesia baru mendapatkan kebebasan di zaman orde baru, yang disebut juga titik balik kejayaan akan kebebasan pers Indonesia. (Siregar, 2005: 6)

Seiring berkembangnya zaman, muncullah teknologi yang disebut dengan internet. Internet ini dikategorikan ke dalam *new media*. Dengan adanya internet, masyarakat tidak perlu menunggu koran terbit atau menunggu berita muncul di televisi atau radio hanya untuk mendapatkan berita. Cukup dengan membuka internet, masyarakat sudah bisa mengakses

berita bahkan sampai ke berita luar negeri sekalipun. Jangkauan yang sangat luas, tanpa harus mengeluarkan uang banyak. Karena kelebihan inilah, banyak orang beralih ke internet.

Internet saat ini merupakan teknologi sekaligus media yang paling sering digunakan. Selain aksesnya yang cukup mudah dan harganya yang sudah semakin murah, tidak adanya batasan di dunia internet membuat orang semakin suka dan gemar menggunakan internet. Karena internet merupakan bentuk nyata dari *new media*, muncul adanya persepsi kehadiran internet akan mematikan keberadaan media lainnya, termasuk media elektronik. Anggapan ini tidak sepenuhnya benar, karena realitasnya keberadaan internet ini tidak membuat media lainnya mati, justru menunjang keberadaan media lain dan salah satunya adalah radio. (Lister, 2009 : 10-11)

Keberadaan internet memberikan banyak manfaat, seperti munculnya *streaming*, *fanpage* atau *twitter*. Segala kemudahan yang diberikan internet tidak mematikan radio, tetapi malah memberikan banyak keuntungan. Internet memunculkan teknologi *streaming* yang membuat penggemar radio bisa mendengarkan siaran favorit mereka tanpa terhalang jarak. Selain itu, internet juga membuat penggemar radio tersebut bisa mendapatkan informasi melalui situs *website*, *fanpage facebook* atau akun *twitter* radio yang bersangkutan. Sehingga bisa dikatakan bahwa *new media*, internet ini telah memperlengkapi fungsi dan peran dari media radio.

Maraknya kompetisi antar media, membuat radio pun selalu berinovasi agar tidak kehilangan penggemarnya. Salah satu ciri khas yang membuat radio masih memiliki banyak penggemar ialah meskipun hanya bermodalkan suara, radio mampu membuat pendengarnya berimajinasi dan membentuk *theater of mind* (Cantrill, 1940 : 38). Musik yang diputarkan pun menjadi daya tarik tambahan, untuk menghilangkan stres para pendengarnya. Radio juga terkesan lebih dekat dan lebih bersahabat dengan para pendengarnya karena seakan-akan si

penyiar sedang berbicara langsung kepada pendengar. Hal-hal inilah yang membuat radio masih memiliki tempat di masyarakat.

Masduki dalam bukunya *Jurnalistik Radio* (2001) menjelaskan bahwa radio juga berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan jarak fisik dengan melampaui batas-batas intelektualitas antara penyiar dan pendengarnya. Untuk memenuhi fungsinya sebagai pemberi informasi, hiburan serta pendidikan, radio membutuhkan suatu perantara yang dapat menyajikan itu semua. Kita dapat menyebutnya, **program**. Program inilah yang dimiliki radio untuk menjalankan fungsinya. Setiap radio memiliki program tersendiri dan bermacam-macam, hal ini tergantung dari bagaimana segmentasi, format, target *listeners*, visi misi perusahaan, dan lain-lain.

Dari banyaknya radio dan alirannya yang ada di Indonesia, penulis memilih untuk magang di Woman Radio, karena sampai saat ini radio ini masih eksis dan bertahan. Radio ini sudah berdiri sejak tahun 2003 dengan segmentasi wanita, dan mengusung format psikografis untuk *active and modern woman*. Woman Radio memutar lagu easy listening dari era 80-an hingga sekarang dengan komposisi 60% lagu barat dan 40% lagu Indonesia. Woman Radio memiliki target audiens wanita yang berusia 20 tahun keatas, dan memiliki format dengan tagline : *“Love, music, and inspiration.”* Program-program yang dihadirkan sarat dengan konten mengenai persoalan wanita, karir, keluarga, atau sosialita kehidupan.

Dalam membuat sebuah program radio, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, semuanya masuk dalam *Standar Operational Procedure* (SOP). Tahapan proses produksi yang sesuai dengan SOP menurut Masduki dalam buku *Menjadi Broadcaster Profesional* (2004), sebagai berikut.

1. *Planning*. Tahap dimana perencanaan produksi paket acara didiskusikan oleh kreatif dan program director. Hasilnya berupa proposal nama acara, target pendengar, tujuan, musik, dan biaya.

2. *Collecting*. Tahap mencari dan mengumpulkan materi musik yang dibutuhkan dan beberapa materi data untuk program acara tersebut yang bisa didapat dari media massa atau wawancara.
3. *Writing*. *Writing* adalah tahapan dimana materi yang diperoleh dibuat menjadi sebuah naskah, untuk memudahkan *announcer* saat membawakan acara.
4. *Vocal Recording*. Tahapan perekaman suara *announcer* yang membacakan naskah di studio rekaman. Perekaman ini bisa berupa iklan, hiburan atau siaran informasi (reportase).
5. *Mixing*. *Mixing* adalah penggabungan materi *vocal announcer* dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator.
6. *On Air*. *On Air* adalah proses penyajian dari hasil produksi kepada audiens, bisa *live* atau *tapping*.
7. *Evaluation*. Tim produksi melakukan evaluasi untuk pengembangan lebih lanjut tentang acara tersebut, mencari kelemahannya yang nantinya akan diperbaiki.

Tahapan produksi di atas, juga menjadi dasar atas program-program yang dijalankan oleh Woman Radio. Selain itu, Woman Radio juga berusaha mengemas informasi, hiburan, dan keseluruhan programnya ke dalam bentuk yang dapat dengan mudah dimengerti oleh masyarakat umum.

Kesempatan kerja magang ini memberikan pengalaman bagi penulis untuk belajar bagaimana caranya memberikan informasi dengan singkat, padat, mudah dimengerti, menarik tanpa mengurangi esensi dari informasi tersebut. Selain itu, penulis juga belajar untuk bekerja sebagai seorang produser dan mengetahui dunia kerja sesungguhnya, serta mengembangkan kemampuan untuk membuat dan menuliskan naskah/ *script* radio.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang (*internship*) adalah satu kewajiban akademis yang harus dilakukan oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada semester tujuh (7) atau delapan (8). *Internship* bisa diambil dengan beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mengambil mata kuliah dengan bobot 4 SKS ini. Tujuan dari kerja magang adalah agar penulis memahami bagaimana strategi penyiaran dan alur kerja produksi dalam sebuah radio dan seberapa besar peran radio terhadap masyarakat luas. Selain itu, penulis juga bisa mengasah skill sehubungan dengan dunia keradioan. Penulis terlibat langsung dalam pekerjaan, yaitu merasakan keadaan di lapangan, sehingga belajar untuk bekerja secara profesional.

Dalam kerja magang ini penulis juga mendapatkan pelatihan dan pengalaman kerja pada dunia kerja yang sesungguhnya, tepatnya dalam menentukan tema dan konten siaran setiap hari, membuat naskah radio, dan membuat info update di sosial media. Selain itu, melalui kerja magang ini penulis menemukan titik temu dan bisa membandingkan antara konsep yang dipelajari dan praktik di lapangan. Dengan begitu penulis merasakan pengalaman belajar yang sesungguhnya dan menjadi modal mahasiswa saat benar-benar masuk dalam dunia kerja, karena sudah mengetahui kurang lebih hal-hal yang dilakukan dalam pekerjaan tersebut dan mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi saat bekerja.

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

### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan**

Penulis melakukan praktek kerja magang di 94.3 FM WOMAN RADIO selama dua bulan, yaitu terhitung mulai tanggal 01 Mei 2013 sampai dengan 30 Juni 2013 sebagai asisten produser yang bertugas membuat topik dan materi siaran untuk program Blush On dan Eye Shadow, membuat info update untuk website Woman Radio, serta mengupload konten twitter sesuai atas permintaan *client* Woman Radio.

Dalam menetapkan waktu magang ini, penulis bertemu langsung dengan Pak Rubiyanto, selaku General Manager yang merupakan salah satu dosen UMN dan akhirnya dipertemukan dengan Program Director, Mbak Lia Hafiz dan memutuskan untuk memulai magang tanggal 1 Mei 2013, dengan waktu kerja, 10.00 s/d 17.00 WIB setiap harinya. Namun penulis, datang ke kantor biasanya pukul 8.30 pagi. Penulis diijinkan untuk bekerja mulai hari Senin sampai dengan Jumat. Kemudian libur di hari Sabtu dan Minggu.

### **1.3.2 Prosedur Kerja Magang**

Berikut ini adalah prosedur yang harus dilakukan mahasiswa dalam melaksanakan kerja magang :

1. Mahasiswa mencari perusahaan yang akan dituju untuk pelaksanaan kerja magang. Perusahaan yang ditunjuk pun harus yang sesuai dengan jurusan mahasiswa.
2. Mahasiswa mengajukan surat lamaran kerja magang, CV, transkrip nilai dan surat pengantar kerja magang oleh kampus, serta portofolio tugas dan hasil kerja selama mahasiswa kuliah di UMN pada perusahaan yang dituju.
3. Mahasiswa harus aktif melakukan follow-up pada perusahaan yang dituju, karena semakin aktif, maka semakin besar peluang untuk diterima kerja magang.
4. Mahasiswa dihubungi oleh Bapak Rubiyanto, selaku general manager 93.4 FM Woman Radio Jakarta untuk melakukan interview dengan Mbak Lia Hafiz selaku Program Director.
5. Mahasiswa diberikan surat pernyataan kerja magang dari perusahaan.
6. Mahasiswa mendapatkan form kartu kerja magang, form penilaian kerja magang, form kehadiran kerja magang, dan form laporan realisasi kerja magang dari universitas setelah memperlihatkan surat penerimaan kerja magang dari 94.3 FM Woman Radio Jakarta.

7. Mahasiswa melakukan kerja magang dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Producer sekaligus announcer yang juga pembimbing lapangan mahasiswa, Nurchaidir Salim (Acha Salim).

8. Setelah kerja magang selesai, penulis menyerahkan hasil penilaian kerja magang dari perusahaan ke universitas.

9. Mahasiswa melakukan konsultasi dan bimbingan kepada dosen pembimbing, Indiwana Seto Wahyu Wibowo untuk membuat laporan kerja magang.

