



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

Media massa merupakan bagian dari kehidupan masyarakat Indonesia. Setiap hari masyarakat mendapatkan informasi dari media baik informasi yang berisi pendidikan, ekonomi, hiburan, olahraga dan lain-lain.

Media massa merupakan media komunikasi dan informasi dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan surat kabar, film, radio, atau televisi (Cangara, 2014, h.140).

Nielsen (2014) melakukan survei pada tahun 2014, di kota-kota Jawa, Televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia (95%), disusul oleh Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%). Namun ketika dilihat lebih lanjut, ternyata terdapat perbedaan yang sangat menarik antara pola konsumsi media di kota-kota di Jawa bila dibandingkan dengan kota-kota di luar Jawa.

Konsumsi media Televisi lebih tinggi di luar Jawa (97%), disusul oleh Radio (37%), Internet (32%), Koran (26%), Bioskop (11%), Tabloid (9%) dan Majalah (5%). Sementara itu, di Jawa hanya konsumsi Internet yang sedikit lebih tinggi yaitu sebanyak 34%. Khusus mengenai Internet, penggunaan media ini mengalami pertumbuhan tertinggi dalam 4 tahun terakhir, hingga mencapai dua kali lipat baik di Jawa maupun luar Jawa (Nielsen, 2014).

Berdasarkan data yang didapatkan oleh Badan Survey Nielsen menunjukkan bahwa Radio masih menduduki peringkat ke 3 di kota-kota Jawa dan menduduki peringkat 2 diluar Jawa. Radio yang berfungsi untuk memberikan informasi sekaligus hiburan nyatanya semakin menurun jumlah pendengarnya dari tahun ke tahun (Nielsen, 2014).

Radio Heartline FM merupakan salah satu stasiun radio yang terdiri dari dua segmen yaitu, segmen sekuler dan segmen rohani. Radio Heartline FM mengudara di Tangerang pada frekuensi 100,6 Mhz. Sesuai dengan *tagline* Radio Heartline FM yaitu “*Your Family Station*”, Radio Heartline FM lebih mengedepankan program siaran untuk keluarga, sehingga program-program siarannya pun lebih mengacu pada informasi dan permasalahan pada keluarga.

Radio yang dulunya bersifat konvensional sekarang mulai mengikuti perkembangan dengan adanya internet. Radio Heartline FM pun menggunakan internet sebagai sarana promosi program dan media berinteraksi dengan para pendengar. Dengan adanya internet, sekarang masyarakat sudah bisa menikmati siaran radio melalui website ataupun handphone (*streaming*).

Perkembangan teknologi sekarang tidak hanya dimanfaatkan oleh radio hanya dalam segi siaran (*streaming*) melainkan juga dalam hal promosi serta pengelolaan reputasi baik melalui instagram, facebook, twitter dan akun *social media* lainnya. Menurut Oliver Blanchard (2011: 23-24), *social media* dapat digunakan untuk mengelola reputasi dalam dunia maya. *Social media* menjadi sarana promosi, publisitas, menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan mengetahui pendapat pelanggan mengenai perusahaan.

Di Radio Heartline FM, penulis melakukan magang dalam divisi Online Public Relations, dimana tugas yang dilakukan oleh penulis adalah mempromosikan acara dan event-event tertentu yang diadakan Radio Heartline FM sehingga diharapkan akan menambah para pendengar Radio Heartline FM

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktik kerja magang adalah agar mahasiswa memiliki kemampuan secara profesional untuk :

1. Menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara
2. Menerapkan ilmu yang telah didapatkan dari Universitas Multimedia Nusantara terhadap praktik magang di Radio Heartline FM

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan di Radio Heartline FM yang beralamat di Jl. Permatasari No.1000, Gedung Heartline Center, Lippo Karawaci. Praktik kerja magang tersebut dilaksanakan selama 2 bulan terhitung sejak 27 Oktober 2015 sampai dengan 13 Januari 2016. Jadwal praktik kerja magang yang ditentukan oleh perusahaan yaitu, Senin sampai Jumat dengan jam kerja dari pukul 08.00-17.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang, ada prosedur tertentu yang harus dijalankan agar mahasiswa dapat melaksanakan kerja magang :

1.3.2.1 Pra Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mencari informasi mengenai beberapa perusahaan yang akan dijadikan tempat untuk melakukan kegiatan magang. Penulis merupakan mahasiswi jurusan *Public Relations*, sehingga tempat yang akan dilaksanakan kegiatan magang harus memiliki divisi atau pekerjaan yang berkaitan dengan *Public Relations*. *Online Public Relations* adalah

pekerjaan yang dilakukan oleh penulis di Radio Heartline FM meskipun divisi resmi mengenai *Public Relations* masih belum ada.

Setelah menemukan beberapa perusahaan yang dikira sesuai dan memiliki pekerjaan di bidang *Public Relations*, penulis mengajukan permohonan kerja magang dan meminta surat pengantar kepada ketua prodi ilmu komunikasi. Surat pengantar tersebut dilampirkan dengan transkrip nilai dan CV melalui email atau diserahkan secara langsung kepada perusahaan yang bersangkutan. Penulis mengirimkan CV, transkrip nilai, dan surat pengantar secara langsung dan melalui email kepada pihak Radio Heartline FM.

Setelah mengirimkan CV, dua minggu kemudian penulis di panggil melalui telepon untuk melakukan interview oleh pihak HRD Radio Heartline FM. Setelah melakukan wawancara, penulis dinyatakan bisa memulai praktik magang pada tanggal 27 Oktober 2015. Surat penerimaan praktik kerja magang oleh Radio Heartline FM diberikan kepada pihak BAAK untuk ditukarkan dengan form-form yang ada. Form tersebut berisi kartu kerja magang, kehadiran, realisasi kerja magang, lembar penilaian kerja magang dan tanda penyerahan laporan magang.

1.3.2.2 Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan terhitung mulai 27 Oktober 2015 sampai dengan 13 Januari 2016 dengan pekerjaan dibidang *Online Public Relations* di Radio Heartline FM. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis dibimbing oleh Charles Pindo sebagai Business Development Manager. Selama kerja magang berlangsung penulis wajib mengikuti peraturan di Radio Heartline FM dan menyelesaikan tugas tepat waktu.

Setelah periode praktik kerja magang selesai, pembimbing lapangan mengisi form penilaian kerja magang dan memberikat surat pernyataan yang menandakan penulis telah menyelesaikan pekerjaan magangnya dengan baik. Form penilaian nantinya akan diberikan BAAK

untuk selanjutnya dijadikan tambahan nilai untuk penilaian kerja magang secara keseluruhan.

1.3.2.3 Penyelesaian Kerja Magang

Setelah praktik kerja magang berakhir, selanjutnya yang dilakukan adalah membuat laporan magang. Membuat laporan magang penulis harus berkonsultasi dengan dosen pembimbing yang sudah ditentukan dari Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan yang telah disetujui oleh dosen pembimbing, selanjutnya akan dikumpulkan sesuai periode yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Setelah memenuhi persyaratan ujian praktik kerja magang selanjutnya penulis diwajibkan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.

UMMN