



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

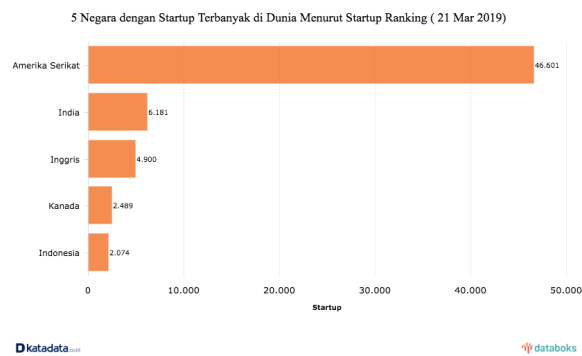
1.1 Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 membawa dampak dalam berbagai lini kehidupan. Salah satunya ialah pesatnya perkembangan bidang teknologi ekonomi digital. Hadirnya inovasi ekonomi digital turut memudahkan dan menemani kehidupan sehari-hari masyarakat. Salah satu hasil dari ekonomi digital ialah praktik *e-commerce* atau belanja melalui alat komunikasi yang terhubung dengan internet atau *online shopping*.

Bisnis online di Indonesia semakin meningkat tiap tahun hingga 40% dengan jumlah pengguna internet 93,4 juta dan menggunakan perangkat gawai pintar sebanyak 71 juta orang (Kemenkominfo, 2015). Kemajuan bisnis online ini ditandai dengan lahirnya *e-commerce* startup. Startup adalah perusahaan rintisan berbasis digital yang merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi. Startup memiliki karakteristik yang berkaitan dengan produk digital, di antaranya aplikasi, game, juga layanan web (Arifin & Admojo, 2016, p. 15).

Menurut pernyataan Presiden Joko Widodo (Jokowi) pada acara *Digital Economy Summit 2020* di Jakarta, Indonesia merupakan negara yang

memiliki startup teraktif se-Asia Tenggara, serta menduduki peringkat kelima startup terbanyak di dunia (kumparanTECH, 2020). Jumlah startup di Indonesia mengalami kenaikan jika dibandingkan dari tahun sebelumnya yaitu 2019. Tahun 2019 Indonesia memiliki sebanyak 2.074 startup dan pada tahun 2020 Indonesia memiliki 2.193 startup yang terdiri dari 1 startup *decacorn* dan 4 startup *unicorn*. Meski begitu, Indonesia masih berada pada peringkat yang sama. Peringkat pertama diduduki oleh negara Amerika Serikat sebanyak 46.601 startup, India sebagai peringkat kedua dengan jumlah 6.181 startup, diikuti Inggris peringkat ketiga sebanyak 4.900 startup, dan peringkat keempat Kanada sebanyak 2.489 startup (Databoks Katadata, 2019).



Sumber: Dokumentasi Databoks Katadata

Gambar 1. 1 Lima Negara Dengan Startup Terbanyak Di Dunia

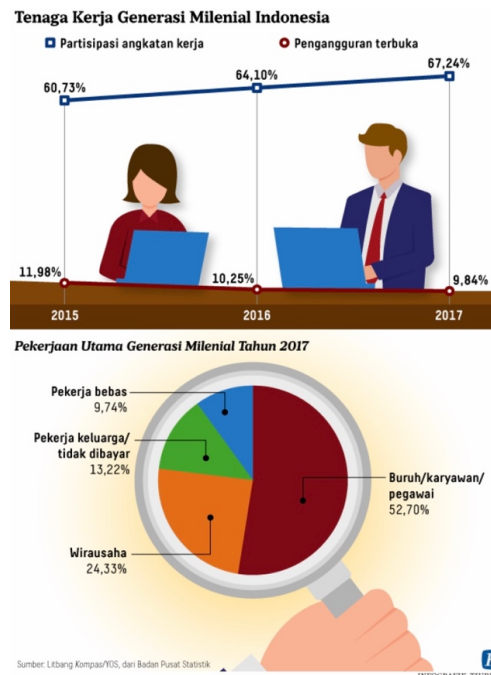
Startup memiliki enam tingkatan kelas masing-masing, pertama ialah tingkat *Cockroach* atau kecoa, perusahaan yang berada pada tingkat *Cockroach* adalah perusahaan yang memiliki nilai valuasi paling kecil, namun mampu bertahan hidup dalam keadaan bisnis yang tidak menentu. Kedua

ialah tingkat *Ponies* atau kuda poni, perusahaan yang berada pada tingkat ini memiliki nilai valuasi hingga 10 juta dollar atau sekitar Rp 140 miliar. Ketiga ialah level *Centaur*s atau makhluk yang berbadan kuda berkepala manusia, perusahaan pada tingkat ini harus yang memiliki nilai valuasi hingga 100 juta dollar atau sekitar Rp 1,40 triliun. Selanjutnya yang keempat ialah tingkat Unicorn, perusahaan startup pada tingkat ini memiliki nilai valuasi yang dimiliki 1 miliar dollar atau sekitar Rp 14 triliun.

Tingkat kelima ialah *Decacorn*, perusahaan yang berada pada tingkat ini memiliki nilai valuasi sebesar 10 miliar dollar atau sekitar Rp 140 triliun. Terakhir ialah tingkat Hectocorn, perusahaan pada tingkat ini memiliki nilai valuasi sebesar 100 miliar dollar sekitar Rp 1,400 triliun (Ayuningtyas, 2019). Indonesia telah memiliki beberapa startup yang sukses dan besar, di antaranya Gojek pada tingkat Decacorn, Tokopedia pada tingkat Unicorn menuju Decacorn, Ovo, Bukalapak, dan Traveloka pada tingkat Unicorn.

Sejak 2015 lalu pemerintah, melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), sudah menargetkan bahwa pada 2020 Indonesia akan menjadi pemain ekonomi terbesar di Asia Tenggara dengan prediksi pendapatan sebesar 130 miliar USD dan pertumbuhan 50% setiap tahunnya (Mth, 2015). Perkembangan ekonomi digital dan startup ini juga berkaitan erat dengan masyarakat, yakni membutuhkan sumber daya manusia yang berkompeten. Pada 2030-2040 mendatang Indonesia akan berada pada masa

bonus demografi dimana masyarakat yang berusia produktif 15-64 tahun akan lebih banyak dibandingkan yang berusia tidak produktif.



Sumber: Dokumentasi Litbang Kompas

Gambar 1. 2 Tenaga Kerja Generasi Milenial

Berdasarkan data penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa partisipasi generasi Y atau Milenial sebagai tenaga kerja di Indonesia mengalami kenaikan tiap tahunnya, sedangkan jumlah pengangguran berkurang sekitar 0,41-1 persen lebih. Kemudian adapun pekerjaan utama generasi milenial per tahun 2017 ialah sebagai buruh, karyawan, dan pegawai sebesar 52,70%. Pekerjaan kedua teratas ialah sebagai wirausaha sebesar 24,33%. Generasi Y atau milenial dapat diasumsikan mewakili generasi muda yang berpotensi menciptakan inovasi dalam bidang ekonomi digital (Budianto, 2019).

Menghitung dari hadirnya internet di Indonesia dapat disimpulkan bahwa generasi Y adalah mereka yang lahir pada 1990-1995 yang kini berusia sekitar 30 tahun dan masih terhitung sebagai generasi muda. Melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tersebut, penulis meyakini bahwa masih banyak anak-anak muda yang memilih mencari lapangan pekerjaan dibandingkan menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri.

Berdasarkan data di atas, maka penulis tertarik untuk membuat skripsi berbasis karya dengan fokus mengedukasi, memperluas wawasan, dan memberikan ide inovatif bagi masyarakat mengenai dunia startup. Media yang penulis gunakan sebagai alat penyampaian informasi dan pesan ialah radio. Radio merupakan salah satu media massa, sarana dan saluran komunikasi massa (*channel of mass communication*) seperti surat kabar, majalah, atau televisi. Karakteristik radio ialah auditif yang berarti mudah untuk dikonsumsi telinga atau pendengaran (Romli A. , 2004, p. 19).

Pada era telekomunikasi radio hadir sebagai media komunikasi yang memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh informasi yang disampaikan melalui audio atau suara. Tak hanya sebagai media penyampai informasi, radio pun merupakan media hiburan, media sosialisasi dan edukasi bagi pendengarnya.

Survei Nielsen *Radio Audience Measurement* (RAM) pada kuartal ketiga 2016 menyatakan bahwa pendengar radio di Indonesia mencapai 38% yang setidaknya 20 juta masyarakat masih mendengarkan radio. Usia

pendengar radio diklasifikasikan berdasarkan generasi, adapun usia yang paling sering mendengarkan radio ialah usia 35-49 tahun (generasi X) dengan durasi lebih dari 18 jam, usia 50-65 tahun (baby boomers) selama 17 jam 20 menit, usia 65 tahun ke atas (silent generation) selama 16 jam 22 menit, generasi milenial usia 15-35 tahun selama 15 jam 37 menit, dan yang terakhir generasi Y usia 10-14 tahun selama lebih dari 13 jam per minggunya.

Setidaknya dalam satu hari masyarakat menghabiskan waktu rata-rata 139 menit untuk mendengarkan radio (Yuli Nurhanisah, 2019). Maka dari itu, data survei Nielsen tersebut menjadi alasan penulis memilih radio sebagai medium pembuatan skripsi berbasis karya ini, karena radio masih memiliki ruang dihati masyarakat, terutama generasi milenial. Selain itu, berkat dari kecanggihan teknologi, radio kini sudah dapat diakses menggunakan gawai pintar dengan cara *streaming* radio.

Penulis telah merancang program radio \$MARTIVE (Smart and innovative) yang akan membahas seputar “Dunia Startup.” Program radio ini akan disiarkan secara langsung dengan durasi satu jam di Radio Heartline FM. Radio Heartline FM memiliki segmentasi pendengar yaitu usia 20-40 tahun (antara generasi milenial dan X) yang berarti sesuai dengan target pendengar yang penulis rancang.

Konsep program radio \$MARTIVE ialah *talk show*, dimana format ini akan menghadirkan narasumber untuk membahas seputar Dunia Startup dan dipandu oleh dua penyiar radio. Penulis memilih dua penyiar radio dimana salah satu di antaranya ialah penulis sendiri dan Khema Aryaputra.

Penulis tertarik dengan dunia startup dan memiliki beberapa pengalaman membawakan sebuah acara *talk show* startup yang diadakan oleh BUMN PT PP Properti Tbk, dan penulis memiliki cukup banyak pengalaman dalam bidang *public speaking*.

Atas dasar itulah penulis mengambil posisi sebagai penyiar dalam program yang penulis buat. Penyiar kedua ialah Khema Arya Putra mahasiswa semester delapan Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara, ia tergabung dalam UMN Radio dan beberapa kali menjadi penyiar dalam berbagai program radio. Penulis memilih dan menetapkan Steven Gouw selaku pendiri startup NusaTalent sebagai narasumber dalam episode Dunia Startup.

NusaTalent yang dibentuk pada bulan Maret 2018 merupakan sebuah startup yang menjembatani para pencari kerja (umumnya *fresh graduates*) dengan perusahaan yang sedang membuka lowongan pekerjaan melalui aplikasi atau website NusaTalent. Penulis berharap melalui program radio \$MARTIVE pendengar Radio Heartline FM dapat terinspirasi untuk berani membangun startup dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan.

1.2 Tujuan Karya

Adapun tujuan dari skripsi berbasis karya ini adalah:

- a. Untuk mengedukasi dan memberikan ide-ide inovatif kepada pendengar Radio Heartline FM terkait menghadapi tantangan ekonomi digital, secara khusus startup, bisnis dan inovasi kreatif.

- b. Untuk mengaplikasikan ilmu mata kuliah *Radio Program Production* dan *Radio Journalism* yang penulis dapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam praktik nyata.

1.3 Manfaat Karya

a. Manfaat Praktis

Hasil skripsi berbasis karya ini diharapkan dapat mengedukasi, memperluas wawasan, dan menginspirasi masyarakat khususnya pendengar Radio Heartline FM. Memberikan variasi program dalam bidang jurnalistik radio yang dapat dijadikan inspirasi oleh stasiun penyiaran lainnya.

b. Manfaat Akademis

Hasil skripsi berbasis karya ini dapat dijadikan referensi skripsi berbasis karya bagi mahasiswa lain yang hendak membuat pengembangan program radio dengan konsep konvergensi media.

c. Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari skripsi berbasis karya program *talk show* \$MARTIVE (Smart and innovative) ini terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Dunia Startup

Episode pertama diharapkan dapat memberikan informasi dan ide-ide inovatif kepada pendengar seputar dunia startup.

2. Berbisnis dari Keluarga

Episode kedua akan membahas mengenai berbisnis dari keluarga serta bagaimana pentingnya sebuah *brand equity*, badan usaha (legalitas), nepotisme berbisnis, serta *leading women in family business*.

3. UMKM 4.0

Episode ketiga diharapkan dapat memberikan informasi bagi pendengar yang sedang atau yang akan berbisnis UMKM agar dapat tetap eksis di era revolusi industri keempat.

Adapun program *talk show* yang penulis rancang ialah seputar dunia startup.