



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

Berkomunikasi merupakan salah satu hal yang menjadi kebutuhan dasar manusia dalam menjalankan hidup. Dengan saling berkomunikasi antar satu individu dengan individu lainnya, manusia dapat saling bertukar informasi. Dahulu, manusia hanya dapat bertukar informasi dengan cara satu arah, artinya hanya dapat disampaikan antar mulut ke mulut, salah satu contohnya melalui proses diskusi.

Seiring perkembangan waktu, penyebaran informasi dapat dilakukan melalui beragam media seperti media konvensional maupun media baru. Dahulu, masyarakat hanya bisa mendapatkan informasi melalui media konvensional (*old media*) seperti koran, majalah, televisi, dan radio. Kini, terdapat media baru (*new media*) yang juga hadir untuk memberikan informasi kepada khalayak. Di era konvergensi seperti saat ini, media konvensional mulai tenggelam dan tergantikan dengan media baru. Meski demikian, radio masih tetap menjalankan perannya untuk memberikan hiburan dan informasi kepada khalayak. Dengan teknologi multimedia yang tersedia, sejauh ini siaran radio di kota-kota besar masih bereksistensi dalam beragam format dan bertahan dengan segmentasi khalayak pendengarnya masing-masing (Siahaan, 2015, p. 1).

Kehadiran media baru membuat masyarakat dapat mengakses informasi dengan lebih cepat. Saat ini, media konvensional masih hadir di tengah masyarakat, namun tidak lagi mendapatkan perhatian yang besar. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 264,16 juta orang (APJII, 2018).

Gambar 1.1 Jumlah media cetak beserta oplahnya dari tahun 2008 hingga 2015



Sumber: tirtto.id

Menghadapi ketatnya persaingan media cetak di era digital, media konvensional pun melakukan konvergensi media. Konvergensi diartikan sebagai sebuah kata yang menggambarkan teknologi, industri, perubahan budaya, dan sosial dalam media. Di

mana muncul aliran konten berbagai media yang bergabung dalam satu platform. Terjadi migrasi media lama ke dalam era digitalisasi dimana produksi pesan, pengelolaan konten dan pendistribusiannya dilakukan secara digital. Konvergensi media mengacu pada situasi di mana terjadi penggabungan beberapa media seperti media tulisan, audio, visual maupun audio visual atau dimana media konvensional seperti koran, televisi ataupun radio bergabung ke dalam media online yang saling terintegrasi (Jenkins, 2006, p. 282). Konvergensi media memungkinkan media online berkembang pesat dan melahirkan apa yang disebut dengan jurnalistik online. Jurnalistik online sendiri mempunyai definisi sebagai penyampaian informasi ataupun pesan melalui media internet, atau dalam sebuah *website* (Romli, 2013, p. 11).

Jurnalistik online memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media konvensional. Berikut ini adalah beberapa kelebihan jurnalistik online dalam buku *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web* (Foust, 2005):

1. *Audience Control* yang artinya memungkinkan audiens atau pembaca memilih sendiri media mana serta berita apa yang diminatinya secara lebih leluasa.
2. *Nonlinearity* menjelaskan bahwa media online memungkinkan setiap berita yang disajikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan untuk memahaminya.
3. *Storage and retrieval* dalam media online berita tersimpan dalam bentuk file-file dan mudah untuk diakses kembali dengan mudah oleh pembaca,
4. *Unlimited Space*, tidak terbatas oleh jumlah ruang untuk menyampaikan sebuah berita. Sehingga pengunjung media online dapat mendapatkan sebuah informasi lebih banyak.
5. *Immediacy*. Jurnalistik online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada pembaca,
6. *Multimedia Capability*. Jurnalistik online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh pembaca, dan

7. *Interactivity*. Jurnalistik online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca dalam setiap berita seperti memberikan komentar.

Berbagai keunggulan jurnalisme online menjadi faktor pendukung yang kuat terkait mengapa khalayak modern lebih suka mengakses informasi melalui media digital dibandingkan dengan media konvensional. Itulah sebabnya, banyak perusahaan media konvensional yang ikut bertransformasi ke bentuk digital. Salah satu media konvensional yang turut membuat berita ataupun artikel ke bentuk digital adalah radio. Radio merupakan salah satu media konvensional yang sudah jauh lebih dulu hadir untuk memberikan berita kepada khalayak.

Istilah radio mempunyai arti yang luas. Radio bisa berarti benda atau alat elektronik yang dapat mengeluarkan suara, yaitu pesawat radio. Radio juga berarti sebutan dari lembaga atau tempat dimana siaran tersebut diselenggarakan sehingga benda-benda tersebut mengeluarkan suara (Djuroto, 2007, p. 2).

Radio menyampaikan informasi atau berita melalui suara yang dipancarkan melalui gelombang elektromagnetik melalui udara, dimana berita disampaikan oleh penyiar di studio maupun jurnalis yang sedang berada di lapangan. Berita atau informasi yang disampaikan melalui radio biasanya meliputi berita *ter-update*, bencana, maupun pantauan lalu lintas. Selain untuk memberikan berita atau informasi kepada khalayak, radio memiliki keunggulan lain seperti memenuhi kebutuhan bersantai atau relaksasi. Karena mengandalkan suara, radio memiliki kekuatan dalam membuat pendengar merasa terhibur dan perasaan rileks dari lagu-lagu yang diputar. Namun, bila suara yang dihasilkan tidak enak di telinga, pendengar akan memberikan impresi yang negatif tentang penyiar atau bahkan radio itu sendiri (Siahaan, 2015, p. 9).

Pada 2016, Nielsen pernah merilis laporan berjudul Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya. Nielsen Radio Audience Measurement mencatat meskipun internet tumbuh pesat pada kuartal ini, bukan berarti jangkauan pendengar radio menjadi

rendah. Pada kuartal ketiga tahun 2016, penetrasi radio masih 38 persen, sedikit di bawah internet pada angka 40 persen. Angka penetrasi ini menunjukkan bahwa radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta publik di Indonesia. Para pendengar radio rata-rata mendengarkan radio selama 139 menit per hari. Hingga akhir tahun 2016, penetrasi radio berada pada angka 37,6 persen. Angka penetrasi tersebut diperoleh Nielsen berdasarkan survei di 11 kota, yakni Bandung, Banjarmasin, Denpasar, Jakarta, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Surabaya, Surakarta, dan Yogyakarta. Sepanjang 2016 hingga 2018, penetrasi radio turun perlahan dari 37,6 persen menjadi 34,3 persen pada 2018. Namun, data hasil survei Nielsen pada 2019 menunjukkan ada kenaikan menjadi 36,3 persen (Lubis, 2016).

Kantor Berita Radio atau KBR yang merupakan lembaga kantor penyedia berita radio independen pertama di Indonesia kini memiliki tiga medium bentuk, yaitu radio, podcast, dan portal berita (online). Secara bisnis, KBR hanyalah pembuat konten. Ia tak punya saluran radio di AM ataupun FM. Namun, ia punya sekitar 600 radio rekanan di seluruh penjuru Indonesia. Pemimpin redaksi KBR, Citra Dyah Prastuti menghadirkan portal berita untuk menghadapi era kehadiran media online. Selain itu, kehadiran podcast juga dilakukan karena Citra sulit memprediksi apakah kelak lanskap industri radio akan tergantikan dengan podcast atau tidak (Zuhra, Cara Radio Bertahan: Merambah ke Media Online hingga Jualan Obat, 2019).

Konvergensi yang dilakukan oleh KBR tersebut juga turut dilakukan oleh beberapa perusahaan radio, salah satunya PT Suara Tunggal Angkasa Raya atau yang biasa dikenal Star Radio 107.3 FM. Meski hingga saat ini Star Radio belum memiliki rencana untuk menghadirkan medium podcast, namun Star Radio telah menghadirkan portal berita hiburan dalam bentuk *website*. Dalam halaman *website*-nya yaitu staradio1073fm.com, terdapat informasi berupa artikel *showbiz* yang berhubungan dengan film dan musik, serta artikel *lifestyle* yang membahas berbagai bidang seperti kesehatan, motivasi hidup, kecantikan, dan lain-lain. Star Radio menggabungkan radio sebagai sebuah media konvensional yang sampai saat ini masih bertahan dengan ditunjang penyampaian informasi dari kanal-kanal informasi yang ada dalam *website*.

Salah satu alasan penulis memilih perusahaan Star Radio sebagai tempat pelaksanaan kerja magang karena Star Radio merupakan salah satu perusahaan media yang turut melakukan konvergensi ke dalam bentuk digital, namun tetap bertahan sebagai sebuah media konvensional. Selain itu, dalam *website* staradio1073fm.com terdapat kanal berita *lifestyle* yang merupakan salah satu bidang yang diminati oleh penulis, khususnya dalam bidang motivasi hidup dan kecantikan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dilaksanakannya kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Kerja magang ini bertujuan agar penulis dapat merasakan posisi sebagai seorang penulis artikel di sebuah media, sebelum nantinya penulis akan lulus dari perkuliahan dan terjun ke dunia pekerjaan yang serupa.
- b. Menuangkan pengetahuan penulis tentang beragam hal yang berkaitan dengan penulisan berita *showbiz* dan *lifestyle*, yang dibuat dalam bentuk artikel.
- c. Mengaplikasikan ilmu yang selama ini sudah didapatkan di bangku perkuliahan, misalnya menulis artikel dengan gaya penulisan yang tepat.
- d. Bertanggung jawab penuh akan tugas yang dikerjakan, yaitu harus menyelesaikan penulisan artikel sesuai tenggat waktu yang sudah ditentukan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari tanggal 22 Agustus 2019 hingga 22 November 2019.

Adapun pelaksanaan kerja magang dilakukan di kantor Star Radio yang beralamat di Jl. Pulau Putri Raya No. 2, Kota Modern, Tangerang.

Untuk pemberlakuan jam kerja magang, penulis bekerja selama minimal 5 jam sehari sesuai dengan ketentuan jam kerja magang yang sudah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Jam masuk kerja magang untuk divisi *website* adalah maksimal pukul 13.00 siang. Hari kerja magang ditetapkan setiap hari Senin hingga Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sejak awal, penulis memang memiliki ketertarikan dalam menulis sebuah artikel, terutama artikel *lifestyle*. Selain itu, penulis juga ingin melakukan kerja magang di perusahaan media yang melakukan konvergensi. Akhirnya, penulis mencari tahu perusahaan media apa yang melakukan konvergensi dan memiliki kanal berita *lifestyle* didalam *website* beritanya. Penulis kemudian memilih perusahaan radio yaitu Star Radio 107.3 FM. Star Radio merupakan salah satu media konvensional yang tetap mempertahankan identitasnya, tetapi turut berkonvergensi ke dalam bentuk *website*. Ditambah, *website* Star Radio berisi informasi-informasi yang di segmentasikan salah satunya untuk usia anak muda, sehingga hal tersebut memiliki kedekatan dengan penulis.

Penulis kemudian mendapatkan informasi lowongan kerja magang melalui akun instagram resmi Star Radio dan menghadiri wawancara kerja magang yang tanggalnya telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut. Setelah diwawancarai oleh Chief Digital Officer Star Radio yang bernama Andaru, penulis kemudian diterima untuk melakukan kerja magang disana. Penulis ditempatkan di divisi *website* untuk menulis

artikel seputar *showbiz* dan *lifestyle*. Setelah beberapa hari melaksanakan kerja magang, penulis mengajukan KM1 ke Star Radio.

Setelah menyelesaikan praktek kerja magang di Star Radio selama kurang lebih tiga bulan lamanya, penulis mulai mempersiapkan laporan kerja magang. Penulis menetapkan judul laporan magang yaitu “TUGAS *CONTENT WRITER* DI STARADIO1073FM.COM” untuk menjelaskan semua hal terkait penulisan artikel selama kerja magang berlangsung, dimulai dari ide penulisan, teknik penulisan, proses penulisan, hingga hasil akhirnya.