

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, teknologi semakin berkembang terutama dengan teknologi internet. Pada awalnya, jaringan internet dikembangkan untuk melanjutkan penelitian senjata di Livermore, ketika perang nuklir berlangsung (Straubhaar, Larose & Davenport, 2012, p.247). Di Indonesia, internet muncul pada tahun 1990-an, sebagai salah satu proyek hobi komunitas pembangun jaringan komputer (Margianto & Syaefullah, 2012, p.15). Perkembangan teknologi internet membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Salah satu perubahan tersebut adalah munculnya media baru.

Media baru merupakan hasil perkembangan dari media lama atau media konvensional seperti surat kabar, televisi, majalah, serta radio, sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi. Ketika media baru memasuki kehidupan manusia, pola gaya hidup masyarakat ikut berkembang termasuk pola konsumsi media. Perubahan gaya hidup ini membuat para eksekutif media memerhatikan bahwa pada era digital, media massa konvensional sulit untuk menjangkau remaja maupun orang dewasa (Straubhaar, Larose & Davenport, 2012, p.248). Hal tersebut dikarenakan masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu bersama dengan *gadget* mereka untuk bermain media sosial dari pada membaca koran, mendengarkan radio, atau menonton berita di televisi.

Perubahan gaya hidup masyarakat akibat perkembangan teknologi internet merupakan tantangan besar bagi media konvensional. Untuk menjaga eksistensinya, maka media-media konvensional mau tidak mau harus ikut beradaptasi dengan perubahan tersebut. Meskipun media lama masih bertahan sampai sekarang, mereka memiliki tantangan untuk menjaga eksistensi di era digital seperti sekarang. Straubhaar, Larose, & Davenport (2012, p.252) berkata bahwa tidak sedikit media konvensional yang mengadopsi filosofi "jika anda tidak bisa mengalahkan mereka, bergabunglah dengan mereka".

Hal tersebut terbukti dengan banyaknya media konvensional yang membentuk *platform* baru berupa media *online*, atau membuka situs web. Media cetak seperti koran dan majalah, ramai-ramai membuat media *online* mereka sendiri meskipun tetap memproduksi versi cetaknya. Media *online* membuat terbentuknya istilah jurnalistik *online*. Romli (2012, p.14) mengatakan jurnalistik *online* sama seperti praktik jurnalistik pada umumnya, hanya saja lebih mempertimbangkan format media.

Menurut Mike Ward (dalam Romli, 2012, p.15), untuk membedakannya dengan kegiatan jurnalistik pada media konvensional, jurnalistik *online* memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. *Immediacy*

Kecepatan media dalam menyampaikan informasi atau berita.

2. *Multiple Pagination*

Jumlah halaman yang dapat dibuka sendiri atau terkait antara satu dengan yang lain.

3. *Multimedia*

Kegiatan jurnalistik *online* mampu menyajikan berita dengan unsur tulisan, foto, video, serta audio secara sekaligus.

4. *Flexibility Delivery Platform*

Kegiatan jurnalistik *online* memungkinkan para jurnalis untuk bekerja (menulis berita) dimana saja dan kapan saja.

5. *Archiving*

Berita yang telah dipublikasikan pada media *online* dapat dibagi berdasarkan jenis atau kategori, dan dapat diakses kapan saja.

6. *Relationship with Reader*

Media *online* biasanya menyajikan kolom komentar sehingga memungkinkan terjadinya *feedback* dari pembaca saat itu juga.

Tidak hanya media cetak, radio dan televisi juga tidak mau kalah. Mereka membuat situs web sehingga memungkinkan masyarakat mengakses program mereka secara *online* melalui *smartphone*, yang dikenal dengan istilah *streaming*. Berbeda dengan media cetak dan televisi, dalam versi *online* radio biasanya juga digunakan sebagai platform berita *online*. Secara konsep, radio merupakan teknologi yang berfungsi untuk mengirim sinyal melalui metode modulasi dan radiasi gelombang elektromagnetik (Oramahi, 2012, p. 120). Radio memiliki sifat personal, sehingga radio dianggap sebagai media yang tepat untuk menginformasikan berbagai hal yang dekat dengan masyarakat.

Radio juga memiliki prinsip kelokalan dalam menyiarkan suatu berita, yaitu berita yang ada di sekitar pendengarnya (Siahaan, 2015, p.10). Di era digital seperti sekarang ini, masyarakat masih mendengarkan radio karena banyak orang memilih radio sebagai media yang dapat diakses ketika sedang bersantai. Radio kuat akan unsur suara yang dapat mempengaruhi perasaan pendengar menjadi lebih rileks (Siahaan, 2015, p.9). Meskipun dalam konteksnya digunakan sebagai sarana hiburan, radio tetaplah sebuah media, sehingga selalu berupaya menyajikan informasi atau berita penting bagi para pendengarnya.

Begitu juga dengan Star Radio 107.3 FM Tangerang. Sebagai radio lokal yang telah mengudara sejak tahun 1990, Star Radio berupaya mengikuti perkembangan zaman, dengan membuat situs web serta media sosial. Pada situs web yang beralamatkan [www.starradio1073fm.com](http://www.starradio1073fm.com), Star Radio tidak hanya menyediakan layanan *streaming* siaran saja, tetapi juga mengunggah berita-berita terkait *lifestyle*, musik, serta film.

Upaya yang dilakukan Star radio ini, membuat penulis tertarik untuk mempelajari seperti apa berita yang sesuai dengan segmentasi pendengar radio, dan bagaimana cara penulisan berita untuk *website* radio. Pada program kerja magang ini, penulis akhirnya mendapatkan kesempatan untuk bergabung dengan Star Radio sebagai *news writer* atau penulis berita harian di *website* mereka.

Sebagai seorang *news writer*, penulis berada pada divisi *website*, di bawah koordinasi editor dan penanggung jawab divisi *website*. Berita yang diunggah pada *website* Star Radio berkisar pada gaya hidup dan hiburan, sesuai dengan karakteristik serta segmentasi pendengar yang dimiliki oleh Star Radio.

Penulis memilih Star Radio sebagai tempat magang karena penulis ingin belajar lebih banyak, serta mengasah kemampuan yang penulis miliki dalam menulis berita. Penulis juga ingin mencari tahu lebih dalam apakah bergabungnya radio ke media baru di era digital ini benar-benar bisa mempertahankan eksistensinya sebagai media lama. Selain itu penulis berharap bisa mendapatkan pengetahuan dan kemampuan baru selain dalam hal menulis berita, ketika bekerja di industri radio.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dilakukannya kerja magang ini adalah tidak hanya untuk memenuhi mata kuliah *internship* saja, tetapi juga bertujuan untuk melatih kemampuan penulis sebagai seorang mahasiswi jurnalistik dalam prakteknya di dunia kerja, seperti melakukan liputan untuk memperoleh bahan menulis berita. Dengan diadakannya kerja magang, penulis dapat mengasah dan mempraktekkan ilmu-ilmu yang didapatkan selama kuliah, terutama cara menulis *soft news* dengan gaya penulisan *feature* secara langsung di sebuah perusahaan media. Tidak hanya itu, kerja magang juga dilakukan sebagai bentuk pengamatan seperti apa proses dan lingkungan kerja sebagai seorang penulis berita di sebuah media, khususnya radio.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis melaksanakan kerja di Star Radio 1073 FM Tangerang selama enam puluh hari, terhitung sejak tanggal 19 Agustus – 8 November 2019. Star Radio memberikan waktu kerja kepada karyawan magang yaitu lima jam kerja setiap harinya. Star Radio juga memberikan batasan jam masuk kerja maksimal

pukul 13.00 WIB, untuk karyawan yang masih berkuliah atau memiliki kegiatan penting lain di luar kantor yang harus didahulukan.

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

Berikut ini merupakan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilalui oleh penulis ketika bekerja di Star Radio 1073fm.com:

1. Mengisi KRS semester 7
2. Mengisi KM 001 mengenai data-data perusahaan yang ingin dituju sebagai tempat magang
3. Mendapatkan KM 002 dari UMN sebagai surat pengantar kepada perusahaan yang ingin dituju
4. Menyebarkan CV ke perusahaan yang ingin dituju
5. Mendapatkan panggilan interview oleh Star Radio 107.3 FM Tangerang
6. Melakukan interview di kantor Star Radio 107.3 FM Tangerang
7. Mendapatkan konfirmasi penerimaan sebagai karyawan magang di Star Radio 107.3 FM Tangerang via What's App, ditempatkan di divisi website sebagai penulis berita.
8. Memberikan KM 002 dari UMN kepada Star Radio 107.3 FM Tangerang, dan mendapatkan surat penerimaan sebagai karyawan magang
9. Menyerahkan surat penerimaan dari tempat magang ke BAAK dan prodi
10. Mendapatkan KM 003 sampai KM 007 dari BAAK
11. Melaksanakan periode magang dari tanggal 19 Agustus 2019 – 8 November 2019