

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media dalam bentuk suara. Berawal dari kemunculan radio pada tahun 1925 di Indonesia. Mulanya, radio menjadi media terbesar kedua setelah surat kabar. Media radio diperkenalkan kepada masyarakat pada masa penjajahan Belanda di Indonesia. Dikutip dari Kompas.com, Radio pertama di Indonesia ialah *Bataviase Radio Vereniging (BRV)* yang disiarkan di Batavia atau yang sekarang dikenal dengan Jakarta. Radio pertama itu hadir pada tanggal 16 Juni 1925 (Kompas.com, 2018).

Pada masa itu, radio belum banyak digunakan, karena radio tergolong media untuk kaum tertentu. Masa kejayaan radio diperkirakan terjadi pada era 80-an hingga 90-an (Masduki, 2006, p. 1). Media radio memiliki peran yang besar pada masa perjuangan kemerdekaan Indonesia. Salah satunya ialah radio menjadi media yang dipilih para pejuang kala itu untuk menyebarkan pembacaan teks proklamasi kemerdekaan Indonesia di seluruh wilayah Nusantara (Muntadliroh, 2019, p. 1).

Berkembang mengikuti waktu, radio kini tidak hanya menjadi media untuk berbagi berita, melainkan menjadi sarana hiburan atau *entertainment* di Indonesia. Fungsi dan peranan radio mengikuti perkembangan yang ada dimasyarakat, sebagai unsur dari proses komunikasi, radio memiliki ciri, sifat, dan karakter dari media massa lainnya (Effendy, 1991, p. 18).

Masduki (2001) mendefinisikan radio sebagai media auditif yang berarti hanya bisa didengar, murah, merakyat, dan bisa diakses dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan, dan hiburan. Kekuatan radio ialah imajinasi, sebab radio adalah media yang buta. Radio sendiri menstimulus banyak suara yang berupa visualisasi dari suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengar (Masduki, 2001, p. 9).

Perkembangan radio yang didorong oleh pergerakan masyarakat dapat terlihat dari masuknya industri musik rekaman ke dalam radio. Saputra (2018) menuliskan bahwa musik pertama kali masuk radio karena radio menjadi media yang mudah ditemui dimana-mana. Promosi musik yang dahulu hanya mengandalkan *roadshow*, kali ini pencipta musik mengandalkan media radio karena efektif dan efisien (Saputra, 2018, p. 2).

Hingga saat ini musik pada radio merupakan hal yang mengantar radio semakin dekat dengan masyarakat. Masuknya musik ke dalam radio didorong oleh adanya sebuah berita yang menjadikan musik sebagai selingan bergantian siaran berita. Dewasa ini, radio yang sudah erat dengan musik tidak bisa melupakan ketentuannya yaitu sebagai media, media harus membawa berita atau informasi yang berguna bagi pendengarnya, dan seluruh nilai-nilai berita. Memiliki pemikiran yang serupa dengan Masuduki, Ardianto (2004) juga mengemukakan kekuatan dari radio ialah daya langsung, daya tembus, dan daya tarik. Daya langsung yang berarti siaran radio langsung dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pendengar dengan cepat. Daya tembus dengan arti faktor lain yang menyebabkan radio dianggap sebagai kekuatan untuk menjadi media yang tidak mengenal jarak dan rintangan. Daya tarik menjadi faktor kekuatan lainnya dari radio, karena sifat radio yang dekat dengan musik, kata-kata, dan efek suara (Ardianto, 2004, p. 128).

Selain dari kekuatan, radio pun memiliki sisi kelemahan, menurut Torben Brandt (2001), radio menjadi lemah karena cepat hilang dengan arti apa yang disiarkan akan gampang dilupakan oleh orang yang mendengar, berlalu linier, dengan maksud ialah program siaran radio mengikuti perjalanan waktu (Brandt, 2001, pp. 13-16).

Menurut Morissan (2008, pp. 1-14) dalam bukunya Menejemen Media Penyiaran, media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi berupa produk budaya atau pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan budaya dalam masyarakat. Studi komunikasi massa membahas dua hal pokok, salah satunya ialah media massa melihat hubungan antara

media dan audiennya, baik secara kelompok maupun individual. Hubungan antara media dan audiennya menekankan pada efek-efek yang timbul dalam individu atau kelompok sebagai hasil interaksi dengan media. Bisnis dalam media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling menantang karena mengelola manusia dengan tujuan yang berbeda-beda dari setiap pelaku media (Morissan, 2008, pp. 1-14).

Seiring dengan perkembangan teknologi, kehadiran media baru mampu mempermudah kehidupan manusia untuk berbagi informasi. Menurut Mark Poster (1990), akan ada periode baru dimana teknologi interaktif, khususnya internet akan mampu mengubah masyarakat. Teknologi interaktif tersebut akan mendorong masyarakat untuk lebih mengembangkan dirinya ke dalam arus perkembangan komunikasi interaktif (Poster, 1990, p. 5).

Menurut Pavlik (dalam Hapsari, 2018, p. 62) teknologi informasi yang semakin maju akan terus memengaruhi jurnalisme, ada empat hal, yakni cara kerja jurnalis mencari berita, sifat konten berita, struktur organisasi media di dalam redaksi dan sifat dari hubungan antara media dengan banyak pihak seperti hubungan media dengan reporter, publik, khalayak, kompetitor, sumber berita, sponsor, dan regulasi yang mengendalikan pers. Keempat hal ini berlaku untuk media mass, terutama media massa konvensional yaitu media cetak, media radio, dan media televisi (Hapsari, 2018, pp. 62-70).

Radio yang membagikan informasi dan berita hanya melalui penyiaran, akan membuat pendengar kesulitan mendapatkan kembali informasi yang telah disampaikan penyiar. Tidak hanya itu, salah satu fungsi utama radio ialah media informasi. Dimulai sejak masa reformasi, radio berlomba untuk menawarkan program jurnalisme, untuk menyiarkan kegiatan pemerintahan seperti perpindahan kekuasaan dari Soeharto ke Habibie. Radio sebagai media informatif yang memiliki kedekatan dengan masyarakat sehingga membentuk karakter yang kuat dalam proses pemberitaan. Banyak orang mendengarkan radio karena untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi. Sifat radio yang bergerak linier ini membentuk radio berbeda dengan media cetak. Radio memberikan informasi sesuai dengan apa yang sedang terjadi, tetapi

media cetak memberikan informasi setelah kejadian terjadi (Masduki, 2001, pp. 2-9).

Prambors Radio lahir pada tahun 1971 bermula dari radio buatan yang hanya bisa didengar orang-orang di wilayah tertentu. Beberapa radio lainnya yang berdiri di Jakarta dan memiliki segmentasi kalangan anak muda (17-29 tahun) yaitu, Gen FM, Trax FM, Hits FM, Virgin Radio, Mustang, dan Prambors Radio. Dari data pribadi Prambors Radio, tercatat bahwa Prambors Radio menjadi salah satu radio anak muda yang memiliki sekitar 1.873 pendengar setiap harinya.

Tabel 1.1 Jumlah Pendengar Prambors Radio *On-Air*

Waktu (Senin-Jumat)	Pendengar
00:00 – 06:00	109
06:00 – 10:00	378
10:00 – 13:00	363
13:00 – 16:00	394
16:00 – 20:00	369
20:00 – 00:00	260

Sumber: Data Milik Prambors Radio (2020)

Dengan adanya kemajuan teknologi dan kemudahan penggunaan, Prambors Radio menggunakan bantuan media sosial dan pemanfaatan *website* atau situs yang ada dalam jaringan internet dalam mendistribusikan kembali informasi yang telah disebarakan melalui *on air*. Penggunaan media sosial dan beberapa bantuan teknologi berbasis daring mempermudah penyimpanan data dan berbagi akses data (Haryanto, 2016, p. 131). Berkembangnya media daring dan konvensional, membuat radio ikut berkembang untuk menggapai pendengarnya.

Menurut Kaplan dan Haenlien (2010), media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet, beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0, sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunanya (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 53). Rata-rata pengguna media sosial dari kalangan dewasa muda (usia 18-29 tahun) memiliki rata-rata

pengguna media sosial terbesar dengan angka 90 persen (Duncan, 2013, p. 18).

Gambar 1.1 Pengikut Media Sosial Prambors Radio



Sumber: Data Milik Prambors Radio, (2020)

Pada tahun 1971 sampai 2010, Prambors mengudara dengan menggunakan analisis pribadi dalam menilai kebutuhan anak muda. Namun, saat ini Prambors menggunakan riset atau survei untuk mengenal kebutuhan anak muda sehingga mampu mengerti dan mengimbangi pasar. Salah satu cara untuk tetap dekat dengan pendengar, sebulan sekali, divisi musik Prambors Radio mengadakan survei dan riset dengan nama *The Hits Jury*, dalam survei-nya melalui bantuan media sosial, *The Hits Jury* berbentuk kuesioner yang dilakukan *online* dengan bantuan *Google Form* (<https://musicsurveymrn.checkbox.com/Prambors-The-Hits-Jury-003>).

Survei ini berisikan pertanyaan seputar musik pilihan di Prambors Radio dengan tujuan untuk tetap memperbarui daftar lagu yang disiarkan di Prambors dan mengikuti selera musik pilihan pendengar.

Prambors mengudara dalam bentuk *on air*, *off air*, dan *online* dengan mengikuti perkembangan anak muda. Radio ini menyajikan program-program yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan dikemas dengan menarik dan menyenangkan. Prambors juga memiliki tim penyiar dari kalangan anak muda. Prambors ikut mengadakan banyaknya aktivitas penunjang terlepas dari program *on air*, dengan bantuan promosi kegiatan dari divisi *digital content*. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh Prambors Radio, seluruhnya menggunakan bantuan *platform* media sosial (Instagram,

Twitter, Facebook) dan *website* untuk berkomunikasi dengan pendengarnya. Program-program *off-air* dan *online* dilakukan untuk memberikan pengetahuan baru dan membentuk suatu komunitas baru anak muda, yang memberikan mereka inspirasi dalam kegiatan sehari-hari. Program yang rutin diadakan oleh Prambors Radio selain *on air* seperti, “Kumpul Kamu” yakni suatu kegiatan seminar dan berbincang bersama dengan senior atau profesional dalam bidangnya; “Skulymprize” yang menjadi kegiatan untuk belajar dan bermain bersama; “Mendadak Billie Eilish (atau nama selebriti lainnya) merupakan acara atau kegiatan yang melibatkan selebriti tersebut; “Kabur Libur” acara jalan-jalan *travelling* bersama Wadyabala; dan “Konser bintang Jatuh” acara nonton konser. Seluruh kegiatan ini dilakukan secara rutin dalam waktu tertentu dengan bantuan media sosial dan *website* dalam penyebarannya.

Melalui kerja magang ini, penulis ingin mengetahui cara alur kerja sebuah radio terutama pada bidang berita di digital. Sehingga bukan hanya menjadi hiburan, tetapi radio bisa terus menjadi media yang mengutamakan berita.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dengan mengikuti kegiatan kerja magang di Masima Radio Network (PT. Jaringan Delta FeMale Indonesia) departemen program unit Prambors Radio sebagai *digital content writer intern*. Selain dilaksanakan program ini sebagai syarat kelulusan S1, penulis memiliki tujuan lainnya, yaitu:

1. Mengetahui dan mempelajari peran dan prosedur dari pekerjaan *digital content writer*, baik dari penulisan untuk artikel di *website* Pramborsfm, penulisan *caption* untuk media sosial, dan berbagai kegiatan penulisan pada bagian digital Prambors Radio.
2. Mendapatkan pengalaman bekerja di bidang digital sebuah media terutama radio.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang di PT Jaringan Delta FeMale Indonesia (Masima Radio Network) departemen unit Prambors Radio dimulai pada 2 September 2020 – 1 Desember 2020 selama 60 hari kerja (3 bulan). Jam kerja yang ditetapkan berdasarkan sistem Prambors Radio untuk pemagang, yaitu dari hari Senin hingga Jumat, dimulai pada pukul 10.00 sampai dengan 18.00.

Kebetulan saat penulis melakukan kegiatan magang, Indonesia, tepatnya di Jakarta yang tengah berada pada kondisi pandemi Covid-19. Sehingga, terjadi beberapa perubahan pada pelaksanaan praktik kerja yang seharusnya dilaksanakan sepenuhnya di kantor Prambors Radio yang terletak di Jl. RS. Fatmawati Raya No. 7, Cilandak Barat, Jakarta Selatan mengalami perubahan.

Ketentuan dari pemerintah DKI Jakarta, dalam masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyangkut pembatasan jarak sosial atau *social distancing*. Tertulis dalam Peraturan Gubernur Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 33 Tahun 2020 Tentang “Pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta” (Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 2020, p. 4). Penulis melakukan pembagian waktu kerja, yaitu pada waktu yang ditentukan perusahaan, penulis hadir di kantor dan bekerja dengan waktu yang telah disepakati. Dalam seminggu, penulis hadir ke kantor sekurang-kurangnya dua hari, dan bekerja dari rumah sekurang-kurangnya 3 hari.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada akhir bulan Agustus 2020, penulis mengajukan permohonan surat Keterangan Magang (KM-01) untuk persetujuan

tempat kerja magang. Penulis mengajukan dua pilihan perusahaan untuk dijadikan tempat magang, salah satunya Prambors Radio sebagai *content writer* atau penulis. Tak menunggu lama, penulis mendapatkan persetujuan dari ketua program studi dan dibuatkan KM-02 sebagai permohonan kerja lapangan dari pihak Universitas ke perusahaan yang dituju.

Dikarenakan ketertarikan dengan penulisan artikel dan berita, penulis memutuskan untuk bergabung dengan Prambors Radio yang tepat pada tanggal 17 Agustus 2020, meresmikan halaman *website*-nya. Pada tanggal 22 Agustus 2020, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada salah satu karyawan Prambors via e-mail dan mendapatkan panggilan pada 24 Agustus 2020 untuk melakukan wawancara pada hari Senin, 31 Agustus 2020.

Wawancara dipimpin oleh pihak penanggung jawab *website*. Setelah wawancara dilakukan, penulis mendapat kepastian untuk bergabung dengan Prambors Radio dan dapat mulai bekerja pada Rabu, 2 September 2020 sampai dengan 1 Desember 2020 selama 60 hari. Penulis bekerja di bawah divisi *digital content* (media sosial dan *website*). Dibimbing oleh Adrian Pratama sebagai penanggung jawab lapangan dan *assistant manager digital content* dan dibawah pengawasan Fitzgerald Salendu sebagai *digital content and business manager*.

Penulis menandatangani surat perjanjian kerja magang dari perusahaan yang berupa kesepakatan magang dengan pihak perusahaan dan universitas (kartu kerja magang). Dilengkapi dengan form kehadiran kerja magang, form penilaian, dan form realisasi kerja magang.

Selesai dari kegiatan praktik lapangan, penulis mendapatkan penilaian dari pembimbing lapangan dan surat pernyataan telah menyelesaikan praktik kerja magang. Laporan magang disusun

berdasarkan hasil kerja magang yang dibimbing langsung oleh dosen pembimbing.