

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan media yang terbilang efektif dan efisien dalam penyampaian informasi kepada publik, karena radio dapat diakses di mana saja dan kapan saja, terlebih lagi dengan adanya teknologi *streaming*. Hingga saat ini, keberadaan radio masih diakui dan diperhitungkan keberadaannya karena karakteristiknya yang berbeda dengan televisi maupun media cetak dan daring karena penyebarannya yang membutuhkan waktu lebih lama. Bahkan, di era digital saat ini, radio masih menjalankan perannya dengan baik. Menurut Siahaan (2015), dengan teknologi multimedia yang tersedia, sejauh ini radio siaran di kota besar masih tetap eksis dan memiliki format yang beragam serta bertahan dengan segmentasi audiensnya (p. 1).

Menurut Survei *Nielsen Consumer Media View* yang berjudul *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia* (2017), Televisi masih menjadi media utama dan internet tumbuh sangat pesat di berbagai segmen usia, Keadaan ini menimbulkan berbagai asumsi terhadap eksistensi dari media radio. Hasil temuan *Nielsen Radio Audience Measurement* pada kuartal ketiga tahun ini menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Artinya, masih banyak yang mendengarkan radio walaupun tidak menggunakan radio konvensional, tetapi menggunakan *smartphone* via *streaming*. Radio konvensional juga masih digunakan terutama di mobil ataupun tempat usaha.

Selain itu, radio tetap memiliki satu karakteristik yang kuat dibanding media lain, yaitu *Theatre of Mind*. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media komunikasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi begitu banyak suara, dan berupaya memvisualkan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Masduki, 2004, p. 9).

Masduki (2004) menyatakan, khalayak pendengar radio cenderung selektif. Artinya, pendengar akan memilih program yang disukai atau memenuhi

kebutuhan mereka. Hal ini bisa disebabkan kondisi psikis, ruang, dan lingkungan sosialnya sehingga pendengar bisa tergerak untuk memilih program (p. 35). Hal ini berkaitan dengan peran seorang produser di radio. Seorang produser bertugas untuk menyajikan informasi yang akan disiarkan oleh penyiar. Tentunya, informasi yang disajikan harus sesuai dengan segmentasi pendengar yang sudah ada. Tidak hanya menulis materi siaran untuk disiarkan, produser radio memiliki tugas penting lainnya dalam keberlangsungan sebuah program.

Menurut MRA Media (2019), seorang produser bertanggung jawab dalam menyajikan sebuah *show* atau acara radio untuk pendengar. Peran produser dalam kesuksesan sebuah acara cukup besar. Tanggung jawabnya meliputi:

1. Memastikan tersedianya materi siaran, mulai dari *rundown* acara, rencana acara, lagu, hingga berbagai kelengkapan siaran seperti *gimmick* acara.
2. Melakukan *briefing* kepada semua peserta *show*, mulai dari penyiar, tamu, hingga operator.
3. Eksekusi acara sesuai rencana. Termasuk di dalamnya adalah memantau *flow* acara, sekaligus mengarahkan apa yang harus dilakukan oleh para pengisi atau pendukung acara.
4. Melakukan evaluasi terhadap acara yang telah selesai dieksekusi, untuk perbaikan di kesempatan berikutnya.

Dari beberapa fungsi tersebut, tercakup semua tugas yang perlu dilakukan oleh seorang produser radio. Seluruh fungsi tersebut juga diterapkan di Star Radio Tangerang, kecuali tugas memilih lagu, karena telah diberikan kepada *Music Director*.

Salah satu radio yang masih beroperasi di Tangerang adalah Star Radio dengan frekuensi 107.3 FM. Radio ini beroperasi sejak 11 Maret 1990 dan hingga saat ini masih memutar lagu-lagu terbaru dan menyiarkan informasi *ter-update*. Radio ini menghadirkan informasi-informasi seputar hiburan, olahraga, *showbiz* dan informasi-informasi terkini. Di tengah program yang ditargetkan pada generasi muda, Star Radio Tangerang tetap menyiarkan berita

dalam segmen *Star News Update*. Pada segmen tersebut, tugas produser adalah mem-*paraphrase* berita menjadi teks *script* radio yang mudah dimengerti oleh pendengar.

Pada semester ini, penulis melakukan praktik kerja magang di program *Lunchbox* yang disiarkan oleh Irene Djuardi pada pukul 11.00 - 15.00 setiap Senin hingga Jumat. Alasan penulis memilih praktik kerja di Star Radio Tangerang adalah karena segmentasi pendengar yang sesuai dengan kriteria penulis, yaitu berumur 18-35 tahun, dengan ekonomi sosial A, B, C+ dan Star Radio sudah beroperasi lebih dari 30 tahun sehingga akan banyak pelajaran yang bisa penulis dapatkan. Alasan penulis memilih praktek kerja magang sebagai produser adalah keinginan untuk mempelajari *flow* kerja sebuah perusahaan radio, khususnya di bidang *On Air*, mengetahui cara membuat skrip dan pemilihan konten.

Untuk menunjang praktek kerja lapangan, maka penulis membuat laporan magang yang berfokus pada proses dan hasil kerja selama periode magang atau praktek kerja lapangan yang berjudul “Peran Produser di Star Radio 1073 fm”.

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 mahasiswa jurnalistik dalam praktiknya di dunia kerja, seperti melakukan *script writing* dan menentukan materi siaran setiap harinya. Dengan diadakannya kerja magang, penulis dapat mengasah dan mempraktikkan ilmu-ilmu yang didapatkan selama kuliah, terutama cara menulis *radio script* dengan mem-*paraphrase* atau menyadur berita secara langsung di sebuah perusahaan media. Tidak hanya itu, kerja magang juga dilakukan sebagai bentuk pengamatan seperti apa proses dan lingkungan kerja sebagai seorang produser 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 15 September – 15 Desember 2020. Star Radio memberikan waktu kerja kepada karyawan magang yaitu empat jam kerja di waktu *On Air* dan minimal 2 jam kerja di luar *On Air* setiap harinya. Star Radio juga memberikan batasan jam masuk kerja maksimal pukul 13.00 WIB (kecuali divisi *On Air*) 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 11
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 Whatsapp, ditempatkan di divisi *On Air* sebagai produser.
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 lewat situs my.umn
10. Mendapatkan KM 003 sampai KM 007 dari BAAK melalui situs my.umn
11. Melaksanakan periode magang dari tanggal 15 September 2020 – 15 Desember 2020