



### **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

Penggunaan internet menjadi hal yang biasa. Saat ini, pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa yang membuat penggunaan internet di Indonesia menempati peringkat ke-3 di Asia (internetworldstats, 2021). Mayoritas internet digunakan untuk penggunaan media sosial. Berdasarkan data dari Indonesian Digital Report 2021, Indonesia sendiri memiliki pengguna media sosial aktif sebanyak 170 juta penduduk (Kemp, 2021).

Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 3 jam 40 menit dalam sehari. Instagram menjadi media sosial urutan ke-3 dengan pengguna terbanyak yaitu sebesar 86,6% dari jumlah penduduk (Riyanto, 2021). Untuk mendapatkan informasi, sebesar 76% berasal dari media sosial, 59,5% dari televisi, dan 25,2% berasal dari berita *online* (Pusparisa, 2020). Artinya sebagian besar informasi didapatkan melalui media sosial.

Media konvensional pada umumnya mulai berkonvergensi dengan platform digital seperti media sosial dan media *online*. Konvergensi media yang dimaksud merupakan sebuah penggabungan beberapa media yang dianggap berbeda seperti media cetak dan media elektronik menjadi sebuah media tunggal (Romelteamedia, 2019). Cara kerja jurnalis menjadi digital dan konten yang dihasilkan juga dalam bentuk digital (Ashari, 2019). Jurnalis digital dituntut untuk bisa menyajikan berita secara *multiplatform* melalui tulisan, audio, dan video (Adzika, 2015). Seperti halnya radio sebagai media konvensional juga turut aktif dalam memberikan informasi melalui media sosial sehingga pendengar atau khalayak masih menjadikan radio dalam bentuk siaran maupun melalui konten media sosial sebagai sumber informasi. Radio bergerak di ranah hiburan dan pemberitaan, tetapi radio

juga dapat bersifat menghibur sekaligus informatif. Dari 35 orang, 50% menganggap radio masih menjadi sumber berita dan sebanyak 48,6% menggunakan radio sebagai media hiburan (Sandra, 2018). Hal ini termasuk dalam *entertainment journalism* dimana berita yang disampaikan mencakup selebritis dan musisi. Tidak hanya itu, *entertainment journalism* juga mencakup *soft news* yang berkaitan dengan gaya hidup (Hanusch, 2010).

MRA Broadcast Media membawahi lima radio, yaitu, Trax FM Jakarta, Hardrock FM, Cosmopolitan FM, Brava Radio, dan IRadio. MRA Broadcast Media merupakan salah satu group media radio yang melakukan transformasi ke dunia digital dengan menghadirkan penyiaran radio yang dapat didengar melalui *streaming* lalu berkonvergensi ke media digital yang menggunakan media sosial. Kelima radio ini memiliki *audience* yang cukup besar di media sosial terutama Instagram. Tidak hanya sebagai media marketing penyiaran radio, Instagram juga digunakan oleh kelima radio sebagai sumber informasi mengenai berita hiburan. Di MRA Broadcast Media juga memiliki divisi digital konten yang mana penulis sebagai penulis konten berita hiburan untuk mengisi konten di media sosial Instagram milik kelima radio tersebut dengan mengikuti proses jurnalistik yang ada. Proses jurnalistik meliputi riset, mencari nilai beritanya, dan mengikuti kode etik jurnalistik (Handayani, 2017). Nilai berita yang dapat diterapkan, yaitu penting atau menarik bagi khalayak, berpotensi membangkitkan emosi khalayak, dan informasi terkini (Suciati & Fauziah, 2020).

Penulis memutuskan melaksanakan kerja magang di media ini karena konten pilar yang disajikan melalui Instagram dari masing-masing radio sesuai dengan minat penulis. Kanal berita yang disajikan lewat *website* juga sesuai dengan minat yaitu *entertainment* yang termasuk musik, gaya hidup, dan isu terkini.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan kerja magang sebagai penulis konten berita hiburan dan penulis artikel di MRA Broadcast Media. Tujuan kerja magang, yaitu memenuhi syarat kelulusan akademis yang ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang berbobot 4 SKS.

Selain sebagai syarat kelulusan, kerja magang juga dipakai oleh penulis sebagai sebuah kesempatan untuk menambah pengalaman di dunia kerja. Tidak hanya pengalaman saja, tetapi penulis juga dapat menambah ilmu khususnya dalam penulisan konten digital di bidang jurnalistik. Penulis juga belajar dalam penulisan artikel yang baik dan benar sehingga menghasilkan sebuah karya jurnalistik yang pantas dinikmati khalayak.

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

Kerja magang dilakukan sekitar 62 hari kerja. Berdasarkan surat keterangan dari PT Radio Suara Kedjajaan, penulis terdaftar sebagai pekerja magang bagian digital konten yang dimulai pada 5 Agustus 2021 hingga 4 November 2021.

Jadwal kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat mulai pukul 10.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB. Kerja magang dilakukan secara *hybrid* (*work from home* dan *work from office*). Penulis diberikan kesempatan untuk kerja dari kantor hanya 3 hari dalam seminggu. Karyawan yang masuk ke kantor juga bergantian setiap minggunya dan tetap masuk 3 hari saja jika terjadwalkan untuk kerja dari kantor.

Ada beberapa persiapan yang dilakukan penulis sebelum melaksanakan kerja magang, yaitu mempersiapkan *curriculum vitae* (CV) sebagai surat lamaran dan data diri kepada perusahaan terkait. Setelah itu, penulis melakukan *interview* sebagai kandidat calon pekerja magang. Lalu, penulis diterima sebagai pekerja magang bagian konten digital yang akan ditugaskan di media sosial dan *website* kelima radio.

Sebelum hari pelaksanaan magang dimulai, penulis diberikan pembekalan terhadap konten yang akan dibuat seperti apa, konten pilar setiap masing-masing radio, produk konten dari judul hingga isi harus dengan kualitas tinggi. Pembekalan ini dilaksanakan selama 2 hari melalui *teleconference zoom*.

Kerja Magang dibimbing langsung oleh salah satu kepala divisi digital MRA Broadcast Media yaitu Budhi Samsudin. Pelaksanaan kerja magang diarahkan sesuai dengan kepala divisi sosial media setiap radio. Dalam 60 hari kerja magang, penulis berkesempatan bekerja di 3 radio yaitu, Trax FM Jakarta dibawah oleh Adhya M. Bintang, Hardrock FM dibawah oleh Nindi Shafira, dan Brava Radio dibawah oleh Marco. Selain itu, penulis juga berkesempatan belajar menjadi penulis artikel untuk penulisan artikel kelima website radio (Trax FM, Hardrock FM, Cosmopolitan FM, Brava Radio, dan IRadio) yang dibawah langsung oleh Budhi Samsudin.

Pada minggu pertama hingga minggu ketiga penulis ditugaskan mengisi konten digital untuk Instagram Trax FM Jakarta. Pelaksanaan kerja magang mengikuti standar dan ketentuan konten sosial media Trax Fm.

Pada minggu ketiga hingga ketujuh Penulis ditugaskan untuk mengisi konten digital Instagram Hardrock FM. Pelaksanaan kerja magang mengikuti standar dan ketentuan konten sosial media Hardrock FM.

Pada minggu kedelapan hingga ke-13 penulis ditugaskan untuk mengisi konten digital Instagram Brava Radio. Pelaksanaan kerja magang mengikuti standar dan ketentuan konten sosial media Brava Radio.

Pada minggu ke-14 penulis ditugaskan untuk mengisi artikel di website kelima radio. Pemilihan artikel yang dibuat dibebaskan dan penulis harus menyesuaikan dengan konten pilar di setiap radio.

Setelah proses kerja magang selesai, penulis membuat laporan kerja magang sebagai bentuk dan bukti pertanggungjawaban selama proses kerja yang dilakukan. Laporan ini dibuat dan dikonsultasikan dengan dosen pembimbing yaitu Rony Agustino Siahaan, M.Si.