

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Radio merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan dengan cara memancarkan gelombang berupa suara, tentunya radio juga tidak sulit untuk kita temukan, merakyat, dan mudah untuk kita bawa atau kita dengarkan dimana saja. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai salah satu media imajinatif, sebab sebagai alat komunikasi yang hanya bisa kita dengarkan, radio juga memiliki ciri khas berupa suara yang dihasilkan oleh penyiar yang disalurkan melalui gelombang suara untuk dapat dinikmati bagi telinga pendengarnya (Nasution, 2018).

Sejak kelahiran undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran, merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan melalui alat pemancar yang berguna untuk memperluas siaran dengan cara menyalurkan frekuensi radio dengan menggunakan kabel yang dapat diterima atau didengar oleh masyarakat dengan alat bantu berupa media penerima siaran (Nasution, 2018). Sejak tahun 1988 siaran radio di Indonesia mengalami terus mengalami peningkatan dengan terbentuknya stasiun radio kurang dari seribu, dan sampai saat ini terus meningkat hingga 3000 lembaga penyiaran radio (Monika, 2022).

Radio berperan sebagai media massa yang menjadi wadah informasi yang diberikan kepada masyarakat luas dengan tujuan informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dan cepat tersampaikan. Media massa merupakan bagian dari

komunikasi massa yang dapat diartikan sebagai surat kabar, majalah, radio televisi, atau film (Putri, 2021).

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan data berdasarkan hasil survey pada tahun 2023 populasi bagi pengguna internet di Indonesia yaitu 78,19 persen dan menembus angka 215.626.156 dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa. Bisa dikatakan pada tahun 2019 penggemar radio mengalami kenaikan yang disebabkan oleh berkembang internet yang pesat serta transformasi digital semakin kuat akibat adanya pembelajaran dan pekerjaan yang dilakukan dari rumah akibat pandemi Covid. Tentunya pengelola stasiun radio dituntut untuk beradaptasi dan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar dapat kembali menarik bagi penggemar radio. Karena pengelola stasiun radio kalah bersaing, eksistensi radio semakin lama akan kalah dengan media sosial lainnya.

Menurut data Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Kemenparekraf, 2021), bahwa minat pendengar radio mengalami peningkatan sebesar 10,42% pada tahun 2020. Berdasarkan hasil temuan Nielsen juga menunjukkan bahwa pada tahun 2016 total pendengar radio sebesar 57% berasal dari Generasi Z dan Milenial. Terdapat temuan baru yang dilakukan oleh Nielsen Advertising Intelligence (Ad Intel) dengan menunjukkan iklan pada radio sebanyak Rp1,7 Triliun berdasarkan Nielsen Media Indonesia pada 2019.

Konsep produksi berupa acara *talkshow* disajikan dengan interaksi antara seorang narasumber dengan penyiar dengan penyampaian pesan yang informatif

serta menghibur. Penyiar tentunya harus memiliki karakter yang mampu membuat pendengar radio mendengarkan informasi yang dengan jelas dan tentunya interaktif. Kegiatan interaktif yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dapat disebut dengan *the talk*, vox-pop, ataupun interview (Habibah, 2016). Program ini tayang dengan mengutamakan isu atau topik yang menarik dan hangat untuk dibicarakan di kalangan remaja maupun dewasa.

Hal ini yang mendorong penulis untuk memproduksi sebuah karya berupa program siaran radio sebagai sarana penulis untuk memberikan informasi dan edukasi bagi penggemar radio. Dalam memproduksi program siaran radio ini penulis mengemas dalam bentuk *talkshow* dengan harapan supaya informasi yang ingin disampaikan oleh penulis dapat mudah dipahami dan terlihat santai tetapi mudah diingat oleh pendengar. Penulis beserta dengan tim produksi juga telah membuat nama program dan tema pembahasan yang nantinya akan dibawakan pada saat produksi.

Nama program tersebut adalah YOLO dan tema besar pembahasan yang akan penulis produksi adalah *body image*. YOLO sendiri mempunyai kepanjangan yaitu (*You Only Live Once*) dengan maksud didunia ini kita hanya hidup sekali, maka pergunakan waktu tersebut dengan hal yang positif.

Penulis tertarik untuk memanfaatkan media radio untuk membuat program radio berupa *talkshow* dan mempunyai target pendengar berusia 17 - 25 tahun. Program ini dibawakan secara talkshow agar mendapatkan dua sudut pandang yaitu yang pertama dari orang yang mempunyai profesi sebagai seorang model dan yang

kedua adalah seorang psikolog yang memahami cara bagaimana untuk mengubah pandangan dari body image negatif menjadi positif.

Talkshow ini mempunyai tujuan untuk memotivasi anak remaja yang merasa selalu kurang puas dalam bentuk tubuh agar bisa memaksimalkan seluruh bentuk tubuh dari apa yang sudah mereka miliki. *Talkshow* ini akan disiarkan melalui siaran radio, dan live streaming Youtube yaitu Heartline FM.

Standar kecantikan pada wanita mulai dari kalangan remaja hingga dewasa sampai saat ini masih menjadi hal yang menakutkan dari segi psikologis. Dengan memiliki tubuh yang ideal seperti misalnya, putih, tinggi, langsing, berambut lurus stigma dan perspektif tersebut menjadi alat ukur kecantikan dan keinginan serta impian dikalangan remaja perempuan hingga dewasa di Indonesia. Hal tersebut dapat mengakibatkan timbulnya rasa tidak percaya diri dari orang tersebut (Sutriyanto, 2020).

Faktor bertambahnya berat badan menjadi hal yang paling ditakutkan oleh perempuan khususnya pada lingkungan sosial. Faktor tersebut akan dijadikan sebagai bahan candaan sehingga keluar julukan seperti gendut, gembrot, dsb. (Munawarah, 2017). Perbuatan yang bertujuan untuk bercanda itu, ternyata tidak disukai oleh perempuan yang sedang mengalami bertambahnya berat badan, sehingga perempuan tersebut timbul rasa tidak percaya diri dan dapat menimbulkan rasa menarik diri dari lingkungan sosial.

Maka untuk mendapatkan bentuk badan yang ideal kebanyakan perempuan melakukan diet yang disebabkan oleh faktor internal yang menjadi acuan terjadinya

perilaku diet tidak sehat karena persepsinya terhadap ketidakpuasan pada bentuk tubuhnya sendiri (Abdurrahman, 2014).

Bertambahnya berat badan dapat mengakibatkan kegemukan atau *overweight*. Dikutip dari laman (Depkes.go.id, 2015), salah satu cara untuk menentukan status gizi dengan membandingkan berat badan (kg) dan tinggi badan (Meter). Perempuan untuk dinyatakan kurus < 17 kg/m, normal 17 – 23 kg/m, kegemukan 23 -27 kg/m, Obesitas >27 kg/m. Permasalahan ini dapat ditanggapi sebagai permasalahan positif maupun negative, untuk sebagian kaum remaja khususnya wanita kegemukan tersebut ditanggapi dengan negative diantaranya dengan melakukan program diet ekstrim yang membuat dirinya mengalami bulimia dan anoreksia (Putri, 2018).

Permasalahan mengenai *body image* yang terjadi pada remaja putri membuat masa pertumbuhan menjadi terganggu dengan pandangan terhadap kondisi fisik serta mampu menerima tubuhnya dengan efektif. Remaja perempuan dituntut untuk menerima kondisi fisiknya serta memanfaatkan tubuhnya secara efektif, agar dapat terlihat atau mendapatkan bentuk tubuh yang ideal serta terhindar dari celetukan atau candaan yang terjadi di lingkungan sosialnya (Ardiyanti, 2022). Tetapi, penulis masih menemukan remaja putri yang kurang percaya diri pada citra tubuhnya serta *body image* negatif pada lingkungan sosial.

Permasalahan mengenai citra tubuh yang negative membuat remaja putri mengalami gangguan sehingga menimbulkan rasa ketidakpuasan diri, gangguan terhadap kepercayaan diri mereka hingga berujung depresi. Gangguan tersebut

membuat seseorang remaja putri merasa cemas dan berujung kekurangan fisik minor. Menurut (Yan Yan, 2014), industry sosial media baik cetak maupun online memuat konten-konten yang menunjukkan nilai standar kecantikan.

Contohnya adalah pada sosial media Instagram banyak sekali artis yang terjun didunia entertainment membuat konten atau postingan yang menunjukkan keindahan pada citra tubuhnya, hal tersebut dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan diri pada remaja perempuan terhadap bentuk tubuhnya.

Sosial media mempunyai peranan sebagai media penyampaian informasi seperti penyebaran konten yang berkaitan dengan standar kecantikan, namun hal tersebut tetap menjadi hal yang subjektif. Standar kecantikan yang umumnya beredar di kalangan masyarakat ialah cantik itu harus berkulit putih, tinggi, langsing, dsb.

Pandangan tersebut seolah-olah terbantahkan oleh sekarang artist yang bernama Tara Basro membuat postingan pada halaman Instagram, isinya membuat gerakan atau kampanye terhadap remaja perempuan untuk mencintai dan tidak perlu malu dengan bentuk fisiknya. Konten tersebut diterima di kalangan masyarakat sehingga sekarang ini artis dan juga *influencer* mendukung gerakan *love yourself* yang diunggah pada laman akun Instagram.

Berdasarkan pembahasan tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat isu pelaku body image, remaja yang mengalami ketidakpuasan terhadap citra tubuhnya, serta ketidakpercayaan diri yang terjadi dikalangan remaja khususnya kepada

perempuan. Program tersebut penulis kemas melalui program radio *talkshow* yang akan disiarkan oleh radio Heartline FM.

1.2 Tujuan Karya

Dalam membuat karya jurnalistik, terdapat beberapa tujuan utama dalam membuat suatu karya. berikut adalah tujuan dari karya:

1. Membuat program karya berupa siaran radio dengan format *talkshow* dengan topik pembahasan mengenai Standar Kecantikan VS Kesehatan Mental di Stasiun Radio Heartline FM.
2. Memberikan informasi kepada pendengar radio Heartline FM terhadap kepercayaan diri dalam bentuk tubuhnya sendiri berdasarkan para ahli.
3. Membuat program siaran radio yang dikemas dalam bentuk *talkshow* dan dibagi menjadi tiga episode dengan jumlah total berdurasi 60 menit dengan tema Body Image.

1.3 Kegunaan Karya

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi kepada pendengar radio Heartline FM tentang pentingnya mencintai citra tubuh diri sendiri agar selalu percaya diri dalam kehidupannya.

2. Kegunaan Sosial

Dengan Karya yang akan dibuat ini, diharapkan dapat memotivasi anak remaja yang mengalami kurang percaya diri terhadap bentuk tubuhnya, dan bisa lebih menghargai dan mencintai dirinya sendiri tanpa harus menambah atau mengurangi terhadap apa yang sudah mereka miliki.

