



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan media yang sudah lama berdiri sejak tahun 1906 setelah media cetak muncul ke permukaan. Awalnya radio digunakan untuk keperluan perang, sebelum menjadi sebuah media untuk masyarakat. Radio itu sendiri masuk ke Indonesia pada tahun 1945, saat tahun kemerdekaan Indonesia. Pada masa ini Radio merupakan media yang banyak dipakai oleh masyarakat sebagai media yang utama, serta mengalami masa berjaya (RG, 2018).

Namun setelah berkembangnya zaman serta munculnya media televisi serta internet, media cetak seperti koran dan radio pun terkena dampaknya dan mengalami penurunan. Menurut data Serikat Perusahaan Pers (dh/Serikat Penerbit SuratKabar/SPS) tahun 2013 menyebutkan, pada tahun 2002 jumlah penerbitan media cetak di Indonesia mencapai 2.003, baik koran harian maupun mingguan, serta majalah dengan jumlah tiras atau keterjualan mencapai 17 juta eksemplar. Akan tetapi, tahun 2004 jumlah koran mengalami penurunan menjadi 695 penerbitan dengan 16 juta eksemplar. Tidak hanya media cetak saja yang mengalami penurunan, radio pun ikut terkena dampaknya. Namun walaupun sama-sama mengalami penurunan, menurut data dari KPI, penurunan penetrasi radio cenderung kecil. Pada tahun 2016 sampai 2017, penetrasi radio hanya berkurang sebesar 1% saja dan tidak terlalu terkena dampak yang besar (Ira, 2018).

Selain itu, *Nielsen Radio Audience Measurement* mencatat bahwa meskipun internet dan televisi tumbuh pesat pada kuartal ketiga tahun 2016, tidak berarti bahwa jangkauan akan pendengar radio menjadi rendah. Kendati penetrasi media televisi (96%), Media Luar Ruang (52%) dan Internet (40%) masih tinggi, namun radio masih terbilang cukup baik di angka 38 persen pada kuartal ketiga 2016 ini.

Angka penetrasi ini, menunjukkan bahwa media radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia. Serta para pendengar radio di 11 kota di Indonesia yang di survei Nielsen ini, setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari untuk mengakses radio (Nielsen, 2016).

Walaupun banyak asumsi yang timbul di masyarakat, bahwa pendengar radio perlahan-lahan mulai turun seiring dengan tumbuhnya media *online* saat ini, data *Nielsen Radio Audience Measurement* kuartal ketiga 2016 ini menunjukkan hal sebaliknya. Waktu mendengarkan radio per minggu, rupanya bertumbuh dari tahun ke tahun. Jika di tahun 2014 pendengar radio hanya menghabiskan waktu mendengarkan radio 16 jam per minggunya, hasil ini meningkat terus di tahun 2015 (16 jam 14 menit per minggu) dan tahun 2016 (16 jam 18 menit) (Nielsen, 2016).

Angka rata-rata ini mayoritas disumbangkan oleh Generasi X dengan rentang usia 35-49 tahun yang mendengarkan radio selama lebih dari 18 jam dari total keseluruhan pendengar. Disusul dengan *Baby Boomers* (50-65 tahun) dengan 17 jam 20 menit, *Silent Generation* (65 tahun ke atas) dengan 16 jam 22 menit, *Millenials* (15-34 tahun) 15 jam 37 menit, dan Generasi Z (10-14 tahun) yang menghabiskan waktu mendengarkan radio lebih dari 13 jam di setiap minggunya. Survey juga menunjukkan bahwa waktu mendengarkan radio pada Generasi X di tahun 2016 ini menunjukkan peningkatan dari sebelumnya hanya 16 jam 18 menit di 2014 dan 17 jam 39 menit di 2015. Jika ada asumsi yang muncul bahwa radio hanya didengarkan oleh generasi usia yang lebih berumur, ini bertolak belakang dengan hasil temuan Nielsen Radio Audience Measurement kuartal ketiga ini. Hasil Survey Nielsen menunjukkan bahwa, 57 persen pendengar radio adalah konsumen masa depan yang berada pada usia yang relatif muda. Kontribusi pendengar radio ini didominasi oleh Millenials 38 persen, Generasi X dengan 28 persen, dan Generasi Z 19 persen. Sementara pendengar radio pada Generasi *Baby Boomers* dan *Silent Generation* relatif lebih sedikit, masing-masing yang hanya berkontribusi sebesar 13 persen dan 2 persen (Nielsen, 2016).



Gambar 1.1.1 Segmentasi Pendengar Radio

Setelah melihat fakta yang ada bahwa walaupun pengguna radio berkurang, namun nyatanya radio masih tetap bertahan hingga sekarang dan tetap eksis di masa ini. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mempelajari radio, dimulai dari mempelajari tugas sebagai produser dan *script writer* dalam media radio. Karena bagaimana pun juga kedua fungsi tersebut memiliki peran yang penting dalam membuat ide kreatif serta menjaga bagaimana pendengar bisa terus

memiliki kedekatan dengan para penyiar. Ini kelebihan dari radio yang tidak dimiliki media lain, yaitu *Theatre of Mind* dan kedekatan. Serta penulis memilih radio sekaligus ingin mengetahui bagaimana kinerja yang terjadi di dalam sebuah perusahaan media radio yang membuat radio masih bisa bertahan hingga saat ini.

Penulis pun memilih Star Radio 107.3 FM sebagai tempat yang tepat untuk bisa mempelajari dan mengasah kemampuan penulis dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang muncul di benak penulis, yaitu mengapa radio masih bisa bertahan dan tetap eksis saat ini dan bagaimana cara mempertahankannya. Penulis juga berharap dengan diterimanya penulis untuk praktek kerja lapangan di Star Radio, penulis bisa mendapatkan hal yang baru yang belum pernah penulis ditemui sebelumnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktek kerja magang ini bertujuan agar lulusan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) tidak menjadi asing dengan dunia kerja, karena apa yang diajarkan secara teoritis selama masa kuliah akan dipraktekan dan mahasiswa akan memperoleh pengalaman secara langsung. UMN menjadi salah satu institusi pendidikan yang ingin meningkatkan kualitas mahasiswa, salah satunya mampu menghadapi realitas dunia kerja. Selain itu praktek kerja magang ini juga bertujuan untuk memenuhi mata kuliah program kerja magang yang menjadi salah satu mata kuliah yang wajib diambil dan dijalankan selama minimal 60 hari kerja.

Namun, penulis melihat tujuan dari program kerja magang ini lebih dari itu. Penulis melihat program kerja magang sebagai salah satu kesempatan yang telah diberikan UMN untuk menggali dan mengasah kemampuan mahasiswa sesuai dengan jurusan yang diminati. Selain ilmu yang didapatkan tentunya penulis juga ingin mempelajari bagaimana mental yang sebenarnya yang harus dihadapi saat terjun dalam dunia kerja dan permasalahan-permasalahan yang terjadi saat bekerja yang tidak dapat ditemui dalam teori. Selain itu penulis juga bertujuan untuk mendapatkan hal yang baru dalam praktek kerja magang dan mencoba mencari tahu

jawaban yang selama ini terbenak dalam pikiran penulis, tentang mengapa radio masih bisa *survive* dan memiliki eksistensinya tersendiri pada era digital dan internet saat ini.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktek kerja magang dimulai pada tanggal 3 Oktober 2018 dan berakhir pada 3 Januari 2019, selama 3 bulan. Sedangkan waktu kerja magang pada awalnya yaitu setiap Senin sampai Jumat (pukul 12.00-18.00) sebagai *News Writer*. Namun pada bulan November, penulis dipercaya oleh Star Radio untuk menjadi produser di salah satu program pagi “Stars in The Morning” sehingga jam kerja pun berubah menjadi Senin sampai Jumat (pukul 06.00-12.00).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang di Star Radio 107.3 fm, prosedur pelaksanaan yang dilakukan Penulis sebagai berikut:

- a. Penulis mengikuti seminar pembekalan magang di Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Mengisi KRS semester 7
- c. Mengisi form KM-00 dan KM-01 mengenai data pribadi dan tempat perusahaan magang yang ingin dituju yang ditandatangani oleh Bpk.Lilik, selaku Ketua Program Studi Fakultas Jurnalistik.
- d. Pihak UMN memberikan form KM-02 yaitu surat pengantar dari universitas untuk perusahaan yang dituju.
- e. Mendaftar magang ke Star Radio dengan menghubungi salah satu media sosialnya dan datang untuk memberikan CV.
- f. Pihak Star Radio mewawancarai penulis di Kantor.
- g. Pihak Star Radio memberikan konfirmasi penerimaan magang via aplikasi WhatsApp.

- h. Memperoleh surat pengantar penerimaan magang yang sesuai dengan jurusan penulis yaitu dibagian *News Writer* dan *Script Writer*.
- i. Penulis menyerahkan surat pengantar penerimaan magang ke bagian admin program studi ilmu komunikasi dan BAAK
- j. Penulis mengambil form KM-03 sampai dengan KM-07 di BAAK Universitas Multimedia Nusantara.
- k. Selanjutnya penulis datang bekerja di Star Radio sesuai dengan waktu yang dijadwalkan dalam konfirmasi penerimaan magang.
- l. Selanjutnya, pembimbing lapangan penulis di Star Radio adalah Mas Chris Suprpto selaku penyiar pagi di Star Radio. Dengan bantuan semua bagian dalam Star Radio, maka penulis dapat melakukan pekerjaan yang diberikan dengan baik.
- m. Penulis menuliskan laporan dari setiap pekerjaan yang dilakukan penulis dan diserahkan kepada pembimbing lapangan yaitu mas Christ sebagai pembimbing lapangan dan Kak Martin Marsis sebagai koordinator anak magang.

