

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Karya

Radio merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat. Perkembangan radio di Indonesia memiliki sejarah panjang yang berawal dari masa penjajahan hingga era modern saat ini. Radio pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1925 oleh pemerintah kolonial Belanda yang dikenal dengan nama Bataviasche Radio Vereeniging (Monumen Pers Nasional, 2021). Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 549 radio yang tersebar di berbagai provinsi. Adapun beberapa provinsi yang masuk ke dalam lima besar stasiun radio terbanyak yaitu Provinsi Jawa Barat (109 radio), Jawa Tengah (91 radio), Jawa Timur (86 radio), DKI Jakarta (37 radio), dan Lampung (28 radio) (DewanPers, 2024).

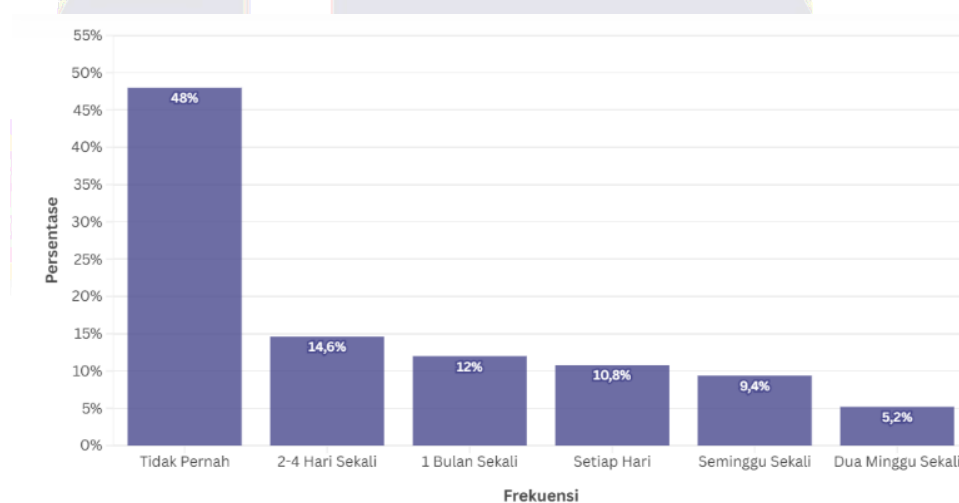


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media di Indonesia

Sumber: Wearesocial.com

Laporan terbaru We Are Social tahun 2024 menunjukkan bahwa 51,1% orang Indonesia masih mendengarkan siaran radio dan 84,6% masih menonton televisi. Masyarakat Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun masih mengakses

radio, meskipun perkembangan teknologi digital semakin pesat. Meskipun jumlah pendengar radio secara nasional menurun sekitar 5,6%, penurunan ini tidak serta-merta menghilangkan peran radio sebagai salah satu media untuk memberikan informasi dan hiburan. Radio tetap relevan dan diminati oleh sebagian besar masyarakat hingga saat ini karena kemudahan akses dan kemampuan untuk menyediakan informasi, hiburan, dan musik tanpa bergantung pada koneksi internet.



Gambar 1.2 Frekuensi Anak Muda dalam Mendengarkan Radio

Sumber: Goodstats.id

Berdasarkan gambar di atas tersebut, sebanyak 48% responden mengaku tidak pernah mendengarkan radio, sedangkan lebih dari setengah responden, yakni 52%, mengaku masih mendengarkan radio dengan frekuensi yang berbeda-beda (Nanda, 2024). Frekuensi dari jumlah responden yang mendengarkan radio tersebut adalah sebanyak 14,6% responden mendengarkan radio sebanyak 2-4 hari sekali, 12% responden mendengarkan radio dengan frekuensi 1 bulan sekali, 10,8% responden mendengarkan setiap hari, 9,4% responden mendengarkan seminggu sekali, serta 5,2% lainnya mendengarkan radio dua minggu sekali (Nanda, 2024). Data ini sekaligus menjadi bukti bahwa radio masih menjadi salah satu media yang didengarkan oleh masyarakat muda di Indonesia.

Saat ini radio mengalami berbagai perubahan signifikan, baik dari tata

kelola media yang tidak hanya berfokus pada media *on-air* saja, tetapi turut merambah ke media *online*, maupun dari segi pendistribusian konten yang telah terintegrasi. Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi radio di Indonesia masih cukup tinggi di kalangan anak muda. Terdapat beberapa alasan yang membuat anak muda masih mendengarkan siaran radio. Sebanyak 73,4% responden mendengarkan siaran radio untuk mengusir kebosanan, 37,8% untuk mendapatkan informasi, 28% untuk menambah wawasan, dan 21,2% ingin mendengarkan penyiar atau artis tertentu dan untuk konten yang paling diminati oleh anak muda pada siaran radio yaitu musik (73,4%), berita (40%), dan *talkshow* (26%) (Lubis, 2024).

Radio memiliki berbagai jenis program-program yang disajikan dalam berbagai bentuk seperti dalam bentuk acara *talk show*. Program *talk show* biasanya disajikan dengan berbagai topik perbincangan, di dalam program tersebut terdapat interaksi antara narasumber dengan penyiar untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan topik. Program *talk show* memiliki banyak format untuk mengemasnya seperti *vox pop*, kuis, interview, dan diskusi panel (Kustiawan *et al.*, 2023). Program radio yang dikemas dalam bentuk *talk show* dapat berisi perbincangan ringan ataupun topik yang berat. Berdasarkan data yang diolah penulis, di Tangerang terdapat beberapa stasiun radio swasta yang beroperasi, diantaranya:

| Radio                         | Konten                               | Website                                                                       |
|-------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Heartline Radio<br>(100.6 FM) | Keluarga dan Agama                   | <a href="https://heartline.co.id/#">https://heartline.co.id/#</a>             |
| Star Radio (107.3<br>FM)      | Musik, Lingkungan,<br>dan Gaya Hidup | <a href="https://www.staradio1073fm.com/">https://www.staradio1073fm.com/</a> |

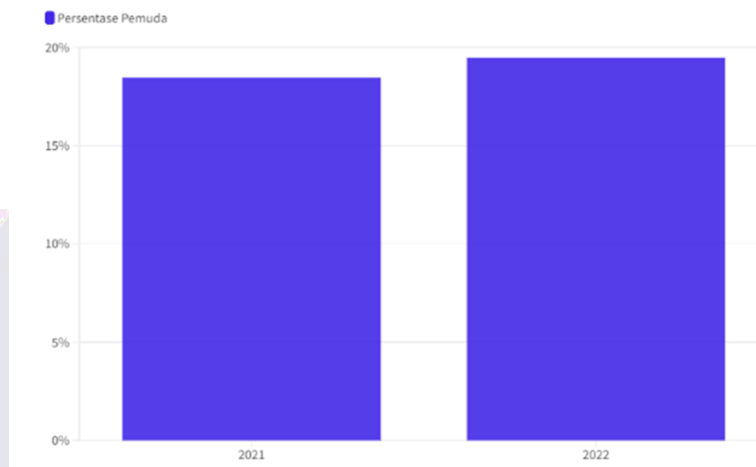
|                        |                              |                                                                         |
|------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Bens Radio (106.2 FM)  | Musik, Budaya, dan Keluarga  | <a href="https://www.bensradio.com/">https://www.bensradio.com/</a>     |
| Smooth Radio (99.5 FM) | Musik, Olahraga, dan Politik | <a href="https://www.smoothradio.com/">https://www.smoothradio.com/</a> |

Tabel 1.1 *Radio Swasta di Tangerang*

*Sumber: Data Olahan Penulis*

Bersasarkan data yang diperoleh penulis dari internet dan sosial media, beberapa stasiun radio yang ada di Tangerang memiliki topik – topik utama yang seringkali menjadi pembahasan antara lain musik, keluarga, agama, gaya hidup, dan lain-lain. Sampai saat ini penulis belum menemukan stasiun radio di wilayah Tangerang yang secara khusus mengangkat dan mengembangkan topik siaran mengenai dunia bisnis yang dijalankan oleh generasi muda. Meskipun terdapat beberapa program radio yang membahas kewirausahaan secara umum, namun topik tersebut tidak difokuskan secara konsisten pada segmen anak muda sebagai pelaku utama. Hal ini menjadi celah yang dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan konten siaran yang inovatif, relevan, serta memiliki nilai edukatif dan inspiratif bagi kalangan muda yang tertarik pada dunia bisnis.

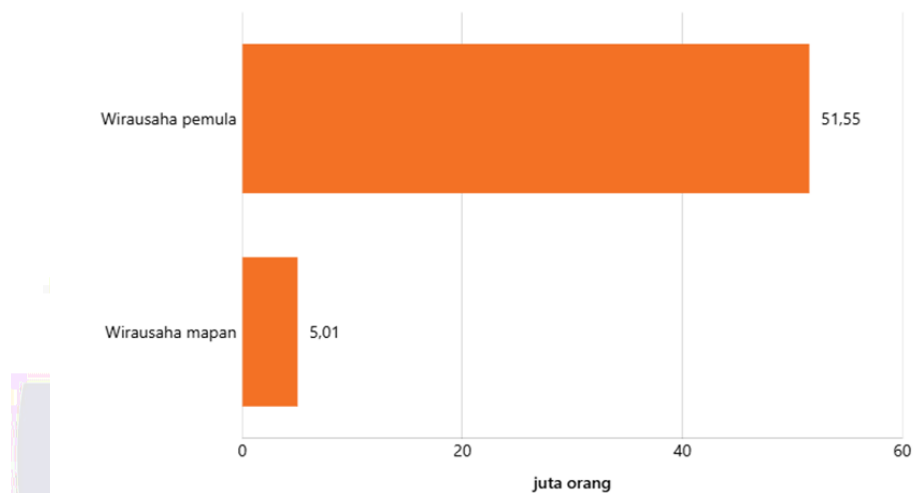
Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan mengurangi angka pengangguran di era modern, salah satu prioritas utama adalah membangun kewirausahaan pemuda. Pemuda Indonesia, yang berjumlah 64,19 juta orang, atau 24% dari populasi, memiliki potensi besar sebagai agen pembangunan dan motor penggerak ekonomi berbasis inovasi dan teknologi (Kemenko PMK, 2020). Untuk itu, sangat penting untuk membangun karakteristik wirausaha generasi muda yang memiliki kemampuan untuk berubah dari hanya mencari pekerjaan menjadi pencipta lapangan kerja baru yang berbasis teknologi digital. Perkembangan teknologi ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi generasi muda untuk mendirikan bisnis yang inovatif, kreatif, dan berbasis teknologi. Di era globalisasi yang penuh ketidakpastian ini, generasi muda harus mampu menggabungkan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan nilai tambah dan daya saing.



Gambar 1.3 Jumlah Pengusaha Muda di Indonesia

Sumber: Goodstats.id

Di Indonesia, pada tahun 2022 sebanyak 19,48% dari para pemuda menjadi wirausaha. Angka ini meningkat 1,02% dibandingkan tahun sebelumnya. Di tahun 2021, persentase pemuda yang menjadi wirausaha mencapai 18,46% (Rizqiyah, 2023). Para wirausaha di Indonesia bergerak di berbagai bidang seperti jasa, pertanian, dan manufaktur. Mereka menjalankan usaha dengan berbagai metode, antara lain usaha sendiri, dibantu oleh pekerja tidak dibayar, serta dibantu oleh pekerja yang dibayar. Laporan *Goodstats* pada tahun 2023 ini menunjukkan pentingnya mendorong lebih banyak pengusaha muda di Indonesia. Pengusaha muda memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional. Dengan adanya bonus demografi yang ditandai oleh tingginya populasi usia produktif di Indonesia, pemerintah perlu mengarahkan generasi muda agar tidak sekadar menjadi tenaga kerja, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja. Melalui kewirausahaan, pengusaha muda berpotensi besar mendorong penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan peningkatan kesejahteraan.



Gambar 1.4 Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori

Sumber: Goodstats.id

Berdasarkan data BPS tahun 2024, terdapat sekitar 56,56 juta orang yang berwirausaha di Indonesia, yang sama dengan 37,86% dari total angkatan kerja nasional. Mayoritas wirausaha di Indonesia termasuk dalam kategori pemula, dengan jumlah mencapai 51,55 juta orang atau 34,51% dari total angkatan kerja. Jumlah ini terdiri dari 29,11 juta orang yang memiliki usaha sendiri dan 22,44 juta orang yang berusaha dengan bantuan buruh tak tetap atau tak dibayar. Sementara itu, wirausaha yang termasuk dalam kategori mapan, yaitu wirausaha yang didukung oleh buruh tetap atau buruh yang dibayar, mencapai 5,01 juta orang atau 3,35% dari total angkatan kerja (Ahdiat, 2024).

Di Kota Tangerang, semangat kewirausahaan di kalangan anak muda menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pemerintah Kota Tangerang telah menginisiasi berbagai program untuk mendukung dan mendorong wirausaha muda dalam memulai serta mengembangkan bisnis mereka. Salah satu program unggulan adalah Tangerang BISA (Bantuan Insentif untuk Startup Anda), yang diluncurkan untuk membantu wirausaha pemula. Sejak tahun 2020, program ini telah memberikan bantuan modal usaha kepada 7.525 wirausaha pada tahun 2020 dan 7.416 wirausaha pada tahun 2021. Bantuan tersebut mengalami peningkatan nominal setiap tahunnya, mulai dari Rp500.000 hingga Rp760.000. Program ini

terbukti efektif dalam membangkitkan perekonomian lokal, dengan kontribusi sebesar 53,87 persen terhadap pertumbuhan Usaha di Kota Tangerang (Situs Resmi Pemerintah Kota Tangerang, 2021).

Selain itu, Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas Pemuda dan Olahraga bekerja sama dengan Global Edukasi Talenta Inkubator (GeTI) menyelenggarakan pelatihan bagi 1.000 calon wirausaha muda skala global dalam Program Digital Preneur pada Juli 2024 (Situs Resmi Pemerintah Kota Tangerang, 2024). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi generasi muda dalam bidang kewirausahaan digital, sehingga mereka dapat membuka lapangan kerja baru dan berkontribusi pada perekonomian daerah. Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang juga menawarkan program pelatihan kewirausahaan sejak tahun 2017, mencakup sembilan bidang seperti bisnis *online*, sablon, tata rias wajah, barista, digital marketing, pembuatan makanan, packaging, content creator, dan reparasi sepeda. Hingga tahun 2023, program ini telah dimanfaatkan oleh 2.755 warga Kota Tangerang (Situs Resmi Pemerintah Kota Tangerang, 2023)

Namun dihadapkan pada tantangan dan peluang dunia usaha, anak muda seringkali menghadapi berbagai kendala dan proses budaya yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk menjadi seorang pengusaha sukses (Fauziah et al., 2023). Meskipun terjadi perubahan ekonomi yang cepat, penting untuk mendorong pembentukan jiwa baru dan kreatif kewirausahaan pada generasi muda. Inovasi dan kreativitas memainkan peran penting dalam menciptakan nilai tambah, temukan peluang baru dan cari solusi baru untuk masalah yang dihadapi dalam bisnis. Dengan meningkatkan kapasitas inovasi dan kreativitas generasi muda, diharapkan mampu menciptakannya peluang yang lebih baik untuk pengembangan bisnis baru, pertumbuhan bisnis pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan sosial secara keseluruhan bersama.

Perancangan program radio ini berfokus dalam membuat sebuah program siaran yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan serta minat anak muda di Tangerang dalam bidang kewirausahaan. Permasalahan utama yang penulis identifikasi adalah kurangnya program radio yang secara khusus mengangkat tema bisnis anak muda, sedangkan potensi dan minat generasi muda dalam bidang ini semakin meningkat dari waktu ke waktu. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis memiliki usul untuk membuat sebuah program radio yang mengangkat topik bisnis anak muda di Tangerang, dengan menghadirkan narasumber yang merupakan pelaku usaha muda lokal, serta menyajikan konten yang bersifat edukatif, inspiratif, dan komunikatif. Program ini diharapkan tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi media informasi dan motivasi bagi para pendengar muda yang ingin atau sedang merintis usaha. Program radio dengan tema bisnis anak muda di Tangerang diharapkan dapat menjadi ruang dialog, berbagi pengalaman, dan penyebaran wawasan yang mendorong tumbuhnya ekosistem bisnis yang lebih progresif dan berkelanjutan di kalangan generasi muda.

Melakukan kolaborasi dengan Star Radio Tangerang untuk menayangkan program radio mengenai bisnis anak muda merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan program ini kepada masyarakat. Hal ini didasari oleh karakteristik konten Star Radio yang selama ini konsisten menyajikan tema-tema yang relevan dengan kehidupan anak muda, mulai dari hiburan, gaya hidup, hingga isu-isu terkini. Melalui kolaborasi ini, penulis menilai bahwa program yang diusung dapat lebih mudah menjangkau segmentasi *audiens* yang sesuai, tanpa perlu membangun basis pendengar dari awal. Dengan demikian, sinergi antara konten program dan profil pendengar Star Radio diharapkan dapat saling mendukung, serta memperkuat efektivitas penyampaian pesan dan tujuan dari program yang dibuat.

## 1.1 Tujuan Karya

Dalam membuat karya jurnalistik ini, terdapat beberapa tujuan dalam pembuatannya. Berikut ini adalah tujuan dari pembuatan karya:

1. Memproduksi sebuah program berupa siaran radio dengan format *talk show* dengan topik bisnis anak muda di Kota Tangerang.
2. Memberikan edukasi dan informasi kepada pendengar yang akan mendorong inovasi dan kreativitas dan pembentukan jiwa wirausaha pada generasi muda.
3. Membuat program berupa siaran radio *talk show* yang akan dipublikasikan di Star Radio Tangerang dengan durasi 60 menit.

## 1.2 Kegunaan Karya

### 1. Kegunaan Praktis

Hasil tugas akhir berbasis karya siaran radio ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas inovasi dan kreativitas generasi muda, diharapkan mampu menciptakannya peluang yang lebih baik untuk pengembangan bisnis baru, pertumbuhan bisnis pembangunan berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan sosial secara keseluruhan bersama.

### 2. Kegunaan Akademis

Hasil tugas akhir berbasis karya ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat tugas akhir membuat program radio.

### 3. Kegunaan Sosial

Hasil tugas akhir berbasis karya siaran radio ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada para anak muda yang ingin memulai membangun bisnis di era digital dan teknologi yang sudah semakin maju.