

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media konvensional yang telah lama dikenal oleh masyarakat luas, dengan RRI sebagai salah satu contohnya yang paling dikenal. Runtuhnya rezim Orde Baru setelah kerusuhan 14 Mei 1998 membawa perubahan besar dalam sejarah Indonesia. Setelah Presiden Soeharto lengser, jabatan presiden sementara dipegang oleh B.J. Habibie mulai 20 Mei 1998. Selama masa kepemimpinannya yang singkat, Habibie melalui Menteri Penerangan mengeluarkan SK No.134/SK/Menpen/1998 yang meringankan kewajiban stasiun radio swasta untuk menyiarkan ulang berita dari RRI, dari sebelumnya lebih sering menjadi hanya tiga kali dan satu kali siaran ulang. Selain itu, radio swasta juga diberi kebebasan untuk memproduksi dan menyiarkan berita mereka sendiri (Gusna et al., 2021).

Menurut data survei Radio Indonesia tahun 2020, jumlah pendengar radio di Indonesia mencapai 22,759 juta orang yang tersebar di sepuluh kota besar, dengan rata-rata waktu mendengarkan sekitar dua jam per hari. Angka ini menunjukkan penurunan signifikan dibandingkan data tahun 2017, yang mencatat 62,3 juta pendengar radio di seluruh Indonesia dengan durasi mendengarkan rata-rata 2,5 jam per hari. Penurunan ini berkaitan erat dengan kemajuan teknologi komunikasi yang terus berkembang. Inovasi teknologi telah menghadirkan berbagai media baru dan mengubah cara orang berkomunikasi, termasuk dalam mengakses informasi dan hiburan. Sebagai media konvensional, radio dituntut untuk beradaptasi agar tetap diminati oleh masyarakat. Salah satu bentuk adaptasi yang dilakukan adalah masuk ke ranah digital, yaitu dengan melakukan proses digitalisasi. Proses ini memanfaatkan teknologi digital untuk mengintegrasikan radio dengan berbagai aspek kehidupan sehari-hari (Hayati & Ariestanty, 2023), termasuk dalam kebiasaan mendengarkan siaran radio.

Perkembangan media yang semakin canggih tentu sangat menguntungkan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi. Keberadaan radio konvensional menjadi tanda tanya besar karena ranah digital telah mengubah sebagian besar sisi kehidupan masyarakat. Masyarakat kini lebih sibuk mencari informasi melalui televisi dan media berbasis internet sehingga tidak menganggap radio konvensional sebagai sumber utama informasi. Hasil riset oleh *Broadcasting Board of Governors* dan *Gallup* tahun 2015 mengungkapkan bahwa hanya sebelas persen masyarakat Indonesia yang memperoleh informasi melalui radio konvensional. Ditambah lagi dengan menyebarnya radio streaming di tengah masyarakat. Kondisi ini menjadi

tantangan tersendiri bagi radio konvensional yang masih bergantung pada gelombang *Frequency Modulation* (FM) atau *Amplitude Modulation* (AM). Tantangan tersebut semakin besar dengan adanya tren dari beberapa produsen ponsel yang mulai menghilangkan fitur radio konvensional dalam perangkat mereka, seiring dengan peralihan produk menjadi *smartphone* (Nirwana & Purnamasari, 2020).

Industri radio saat ini, di dalam negeri maupun secara global, sedang mengalami transformasi yang sangat signifikan sebab kemajuan perkembangan teknologi digital. Meskipun memiliki banyak tantangan, industri radio dapat membangun keberlanjutannya dengan platform streaming dan media social sehingga radio masih tetap relevan sampai saat ini. Radio tetap menjadi media penting dalam proses penyebaran informasi, edukasi, dan juga hiburan. Di tengah banyaknya informasi digital, radio masih berperan menjadi sumber informasi yang kredibel dan terverifikasi. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sangat mendukung kualitas siaran agar radio pun tetap menjadi tujuan utama informasi yang akurat bagi masyarakat (Nugroho et al., 2012).



Gambar 1.1

52% Responden anak-anak muda mendengarkan radio setidaknya sekali dalam sebulan

Sumber: *GoodStats*

Menurut survei yang dilakukan oleh *GoodStats* di tahun 2024, sebanyak 52% responden tercatat masih mendengarkan radio setidaknya sekali dalam sebulan. Frekuensi mendengarkan paling umum adalah 2–4 kali dalam sepekan (14,6%) dan satu kali dalam sebulan (12%). Menariknya, terdapat 10,8% responden

yang menyatakan mendengarkan radio setiap hari, menunjukkan bahwa tingkat keterjangkauan radio di kalangan generasi muda Indonesia masih tergolong tinggi. Meski demikian, hadirnya teknologi digital telah mulai memengaruhi kebiasaan dan pilihan media yang digunakan oleh pendengar radio, termasuk jenis perangkat yang dipakai. Sebanyak 48% responden kini memilih perangkat digital seperti komputer dan ponsel untuk menikmati siaran radio, namun pengguna radio analog tetap lebih banyak, yaitu sebesar 52% (Lubis, 2024).

Tak satu pun perusahaan di dunia yang mengharapkan terjadinya krisis (Sadarin, 2024). Namun realitanya, krisis dapat muncul secara tiba-tiba, mulai dari faktor internal maupun eksternal, sehingga menjadikan semua perusahaan dalam bentuk besar maupun kecil, bisnis ataupun non bisnis, rentan terhadap krisis. Dalam beberapa tahun terakhir, seluruh perusahaan mengalami dampak krisis akibat pandemi COVID-19 dan radio adalah industri yang termasuk dalam hal tersebut. PT Mahaka Radio Integra menjadi salah satu perusahaan radio besar di Indonesia, ternyata juga terkena dampak hingga tahun 2024 (Sadarin, 2024). Berkat penerapan manajemen komunikasi yang efektif, perusahaan tersebut berhasil menjaga reputasinya di tengah kondisi krisis (Sadarin, 2024).

Mengutip dari laman *website idnfinancials*, PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI). Perusahaan tersebut merupakan bagian dari Mahaka Group yang awalnya berdiri tahun 2006 dengan nama PT Genta Sabda Nusantara, yang menaungi stasiun radio terkenal di Jakarta yaitu Jak FM dan Gen Fm. Tahun 2015, Perusahaan tersebut resmi mengganti nama menjadi MARI. Saat ini, MARI dikenal sebagai salah satu penyedia utama konten audio di industri hiburan dengan delapan stasiun radio di bawah naungannya yaitu Jak FM, Gen FM, Mustang FM, Kis Fm, dan Hot FM. Hal lain yang dimiliki oleh MARI adalah mengembangkan platform audio digital bernama Noice, yang menyediakan beberapa layanan seperti *podcast*, buku audio, seri audio original, hingga radio daring.

Sebagai media yang imajinatif, industri radio selalu dituntut untuk kreatif dan inovatif agar siarannya tidak membosankan. Oleh karena itu, keberadaan penyiar menjadi sangat penting di dalam industri radio, Penyiar diibaratkan sebagai citra perusahaan. Karena keberhasilan performa penyiar akan berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan radio dalam mempertahankan pendengarnya (Dewantoro, 2024).

“*Newscaster* adalah penyiar berita yang bertugas menyampaikan siaran berita baik membacakan berita orang lain juga terjun langsung dalam peliputan dan proses pembuatan berita. Dalam artian penyiar bisa menjadi reporter dan sebaliknya reporter juga bisa menjadi *Newscaster* jika memenuhi potensi suara yang sesuai untuk menjadi *Newscaster* begitu pula penyiar bisa menjadi reporter.” (Melati, 2024)

Berdasarkan penjelasan tersebut, disimpulkan bahwa penyiar memiliki peranan yang sangat penting dalam industri radio. Dengan hadirnya kinerja penyiar menjadi salah satu faktor utama yang menjadikan masyarakat tertarik untuk tetap mendengarkan radio. Penyiar yang dapat menjalankan perannya dengan baik akan berkontribusi pada peningkatan jumlah pendengar, yang nantinya akan berpengaruh pada keberlangsungan stasiun radio tersebut (Muhammad Edward Dewantoro & Muhammad, 2024).

Kecerdasan buatan menjadi sorotan utama dalam ajang *International Broadcasting Convention (IBC) 2024*, yang menarik perhatian para profesional industri media dan hiburan untuk mengeksplorasi penerapannya secara praktis (Dillon Dak, 2024).

Pengalaman penulis selama menjalani praktik magang tidak hanya terbatas pada proses penyiaran berita, tetapi juga mencakup pengoperasian kecerdasan buatan (AI). Hal ini membuka wawasan penulis bahwa industri radio perlu beradaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi terkini agar tetap relevan. Seiring dengan semakin matangnya teknologi AI, fokus pembahasan kini bergeser dari sekadar potensi penggunaannya menuju penerapan nyata yang memberikan manfaat konkret dalam sistem penyiaran. Bahkan, menurut proyeksi Omdia, belanja AI di sektor media diperkirakan akan mencapai 13 miliar dolar AS pada tahun 2028. Ini menunjukkan bahwa industri membutuhkan pemahaman yang lebih jelas tentang cara paling efektif untuk memaksimalkan potensi AI (Dillon Dak, 2024).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang ini memiliki maksud untuk mendapatkan Gambaran tentang aktivitas industri kerja jurnalis pada media radio. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen News di PT. Mahaka Radio Integra
2. Mengaplikasikan dan membandingkan ilmu mengenai News Production yang telah dipelajari selama perkuliahan.
3. Mengembangkan hard skill dan soft skill yang diperlukan dalam proses penyiaran berita di PT. Mahaka Radio Integra

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas kerja magang di PT. Mahaka Radio Integra sejak tanggal 13 Januari 2025 hingga 13 Mei 2025. Untuk memenuhi ketentuan magang kampus yaitu 800 jam kerja atau 100 hari kerja. Kerja magang ini dilakukan secara langsung

ke kantor (WFO) dengan jadwal Senin – Jumat dan jam masuk fleksibel, disesuaikan dengan jam siaran yang sudah dijadwalkan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT. Mahaka Radio Integra, khususnya di *Departemen News*, terdapat sejumlah tahapan yang perlu dilalui. Proses dimulai dengan mencari informasi mengenai lowongan magang yang tersedia di departemen tersebut. Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penulis mengirimkan CV langsung kepada *News Editor* sebagai tahap awal seleksi. Selanjutnya, penulis mengisi formulir KM-01 yang diperoleh dari Program Studi sebagai bagian dari administrasi internal kampus. Setelah itu, penulis mengikuti proses wawancara dengan *News Editor* dari PT. Mahaka Radio Integra. Setelah wawancara dan formulir KM-01 disetujui oleh pihak Program Studi, penulis menerima dokumen KM-02 sebagai bentuk persetujuan resmi dari kampus.

Setelah dinyatakan diterima sebagai *Newscaster* di PT. Mahaka Radio Integra, penulis mengirimkan dokumen KM-02 yang dilengkapi dengan *cover letter* ke bagian legal perusahaan sebagai syarat administratif. Terakhir, penulis mengisi *registration form* di website MBKM Universitas Multimedia Nusantara dan melengkapi seluruh data yang diperlukan untuk proses pendaftaran magang secara resmi. Setelah itu penulis mulai melakukan praktik kerja magang di tanggal 13 Januari 2025, dan diawali dengan pelatihan dalam waktu satu minggu.

Praktik kerja magang dilakukan dari hari senin – jumat dengan sistem *Work From Office* (WFO), dalam sistem jadwal tersebut dibagi menjadi beberapa sesi siaran yaitu, siaran pagi (6.00 – 11.00), siaran siang (12.00 – 17.00), siaran malam (18.00 – 23.00). Penulis melakukan *rolling* sesi siaran dalam satu minggu sekali.