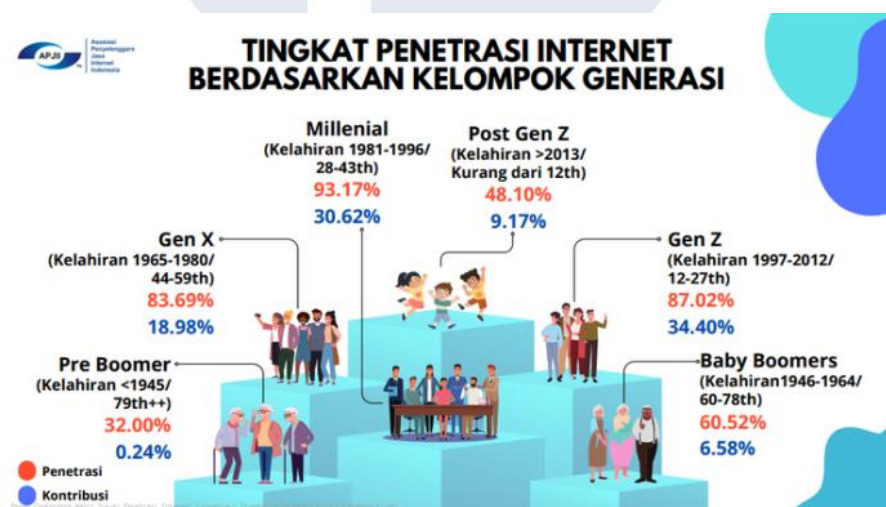


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern seperti saat ini, media massa mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat dari media konvensional ke platform berbasis internet, salah satunya media sosial. Fenomena ini menandai babak baru dalam evolusi komunikasi massa yang ditandai dengan konvergensi platform media, personalisasi konten, interaktivitas, dan demokratisasi produksi informasi (Bamasputri dan Fitriani, 2025). Kehadiran media sosial dan layanan streaming membuat audiens, khususnya generasi muda, lebih memilih konten yang bersifat interaktif dan mudah diakses kapan saja.



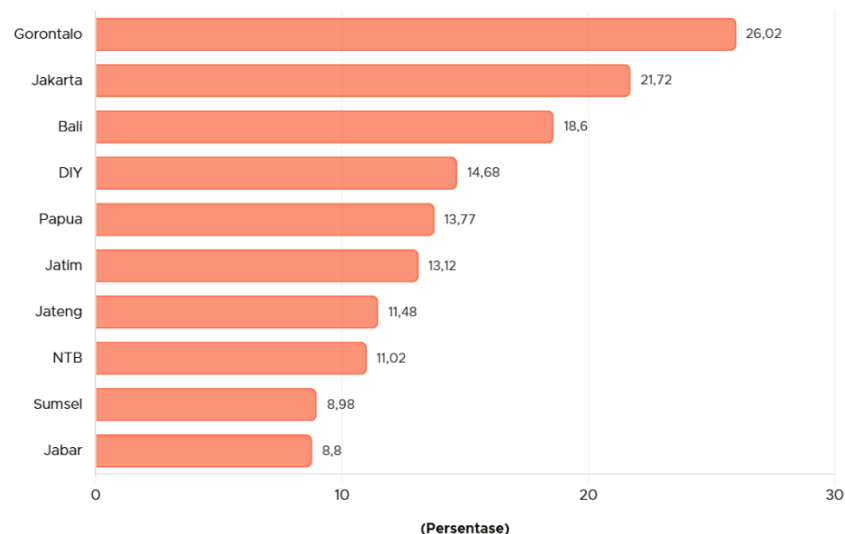
Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Kelompok Generasi

Sumber: *komite.id* (2024)

Menurut data dari survei yang diadakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, menunjukkan bahwa Gen Z (1997-2012) adalah kelompok generasi yang paling sering mengakses internet, yaitu dengan persentase sebanyak 34,40%. Lalu, disusul oleh generasi milenial di

posisi ke dua (1981-1996) sebanyak 30,62%. Kemudian, Gen X (1965-1980) sebanyak 18,98%, Post Gen Z (di atas 2013) sebanyak 9,17%, *baby boomers* (1946-1964) sebanyak 6,58% dan *pre boomer* (di bawah 1945) sebanyak 0,24%. Kondisi ini membuat beberapa *platform* media konvensional seperti radio dan televisi mulai tersisihkan. Hal ini dikarenakan masyarakat khususnya generasi muda lebih memilih konten-konten yang dapat diakses dengan mudah di internet dari pada media konvensional seperti radio.

Menurut Ahmad (2015), radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik. Gelombang elektromagnetik tersebut melintas dan merambat melalui udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut. Radio sendiri dalam beberapa dekade terakhir menjadi salah satu media yang digunakan oleh masyarakat sebagai sumber informasi terkini serta hiburan.



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

GoodStats

Gambar 1.2 10 Provinsi dengan Pendengar Radio Terbanyak di Indonesia

Sumber: Goodstats (2025)

Di Indonesia sendiri, terdapat masyarakat yang masih setia mendengarkan siaran radio. Dilansir dari *Goodstats*, menunjukkan bahwa terdapat sepuluh besar

daerah atau provinsi di Indonesia yang masih mendengarkan radio pada tahun 2025. Gorontalo sendiri menjadi daerah dengan pendengar radio terbanyak di Indonesia dengan persentase 26,02%. Diikuti daerah lainnya seperti Jakarta dengan jumlah 21,72% di posisi kedua, Bali dengan jumlah 18,6% di posisi ketiga, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah 14,68%, Papua dengan jumlah 13,77%, Jawa Timur dengan jumlah 13,12%, Jawa Tengah dengan 11,48%, Nusa Tenggara Barat dengan 11,02%, Sumatera Selatan dengan jumlah 8,98%, dan Jawa Barat dengan jumlah pendengar sebanyak 8,8%.

Data tersebut membuktikan bahwa radio masih dinikmati bagi sebagian masyarakat Indonesia. Namun, tidak bisa dimungkiri jika industri radio saat ini mengalami penurunan jumlah peminat. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2024 pada artikel kompas.id, jumlah pendengar radio di Indonesia hanya sekitar 8,6% atau hanya sekitar 25 juta orang dari total populasi. Sehingga, saat ini radio menghadapi tantangan yang cukup besar. Tantangan tersebut berupa penurunan jumlah pendengar, berkurangnya minat generasi muda, serta persaingan yang semakin ketat dengan *platform* digital lainnya. Akibatnya, industri radio di sejumlah daerah mengalami penurunan eksistensi dan pendapatan, sehingga dapat dikatakan berada dalam kondisi yang terpuruk jika tidak mampu beradaptasi.

Dilansir dari [website kpi.go.id](https://kpi.go.id), KPID Jawa Tengah menemukan beberapa stasiun radio di wilayah Jawa Tengah yang tidak beroperasi atau tidak siaran lagi, serta sejumlah lembaga penyiaran yang tidak memenuhi kewajibannya. Artikel tersebut juga menyebutkan bahwa penyebab radio mati atau tidak beroperasi lagi dikarenakan ketidaksiapan pengelola dalam berinvestasi dan tidak lagi menghasilkan pemasukan sebagai bisnis, serta masalah perpanjangan izin yang terlambat sehingga frekuensi radio digudangkan. Sementara itu di daerah lain, rri.co.id menyebutkan bahwa salah satu stasiun radio legendaris di kota Bandung, yaitu *Hard Rock FM* atau yang sekarang dikenal dengan *The Rockin'Life* telah resmi berhenti mengudara di tahun 2026 dan beralih ke siaran digital melalui *website* dan aplikasi. Keputusan ini merupakan bagian dari langkah perusahaan

untuk meninggalkan siaran analog dan beradaptasi dengan perubahan perilaku audiens yang semakin beralih ke platform digital. Oleh karena itu, radio saat ini dituntut untuk melakukan inovasi. Salah satunya melalui digitalisasi konten dan pemanfaatan media sosial. Hal ini dilakukan agar radio tetap relevan dan mampu mempertahankan posisinya di tengah perubahan lanskap media massa saat ini.

Maka dari itu, saat ini sudah mulai banyak stasiun penyiaran radio yang beradaptasi dengan zaman modern seperti sekarang. Salah satu bentuk adaptasinya ialah merambahnya para stasiun radio tersebut ke media-media digital seperti video (*Youtube*), *Podcast*, dan pastinya media sosial. Menurut Damayanti (2024), hampir semua stasiun radio di Indonesia melakukan konvergensi untuk mempertahankan eksistensinya. Beberapa strategi konvergensi yang dilakukan yaitu melakukan siaran melalui digital streaming, membuat konten program siaran yang lebih menarik dengan gaya audio visual seperti podcast, memilih penyiar yang memiliki popularitas dan berkarakter, melakukan upgrading peralatan siar, memiliki sosial media sebagai *media branding* dan publikasi konten, serta mengunggah konten ke media Youtube.

Salah satu stasiun penyiaran yang telah mengikuti perkembangan zaman saat ini adalah Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI). LPP Radio Republik Indonesia adalah stasiun radio bersejarah yang sudah ada dari masa kemerdekaan. Sebagai lembaga penyiaran publik, RRI memiliki peran krusial dalam menyediakan informasi, edukasi, dan hiburan bagi masyarakat Indonesia. Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 mengenai penyiaran, menjelaskan bahwa lembaga penyiaran publik merupakan lembaga yang bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi untuk memberikan layanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, serta kontrol sosial bagi masyarakat. Oleh karena itu, RRI menjalankan tugasnya bukan sebagai alat pemerintah maupun kepentingan tertentu, melainkan sebagai media yang mengutamakan kepentingan publik secara luas serta menjaga keberagaman dan persatuan bangsa melalui siaran yang berkualitas.

Menghadapi era digital yang terus berkembang, RRI melakukan beberapa inovasi untuk mempertahankan eksistensinya supaya tetap relevan dengan pendengar di zaman modern ini, yaitu dengan menyediakan layanan siaran secara digital melalui aplikasi RRI Digital. Selain itu, RRI juga melakukan transformasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens masa kini. Melalui beragam platform digital, RRI berusaha meningkatkan interaksi, memperluas jangkauan informasi, serta menegaskan citranya sebagai media publik yang fleksibel terhadap kemajuan teknologi. Maka dari itu, salah satu divisi di RRI Jakarta yaitu Layanan Pengembangan Usaha (LPU) mempunyai peran dalam digitalisasi lembaga Radio Republik Indonesia. Di dalam divisi tersebut terdapat beberapa posisi, salah satunya yaitu media sosial. Posisi media sosial RRI berperan penting dalam melaksanakan strategi komunikasi digital, terutama dalam membuat serta menyebarkan konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik audiens saat ini.

Dalam kesempatan kali ini, pemegang menjalani praktik kerja magang di divisi Layanan dan Pengembangan Usaha di posisi *Social Media Intern*. Pemegang memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di LPP Radio Republik Indonesia Jakarta di divisi dan posisi tersebut karena pemegang menilai bahwa LPP RRI Jakarta dapat memberikan wadah bagi pemegang untuk mengembangkan *skill* serta kemampuan pemegang berdasarkan teori dan pengalaman yang telah didapat selama masa perkuliahan di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Radio Republik Indonesia memberi kesempatan kepada pemegang untuk menyaksikan secara langsung penerapan strategi komunikasi digital dalam lingkungan lembaga penyiaran publik. Praktik kerja magang ini juga berguna bagi penulis untuk bisa mempraktikkan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah dalam situasi kerja nyata. Dengan demikian, melalui program magang ini, pemegang dapat mengenali kesenjangan antara teori dan praktik serta memperoleh pengalaman yang memperkuat kompetensi untuk terjun di dunia kerja di masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik Kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai pemenuhan syarat untuk mendapatkan gelar S1 pada program studi *Strategic Communication*. Kegiatan magang yang dilakukan merupakan program yang disediakan oleh kampus sebagai sarana mahasiswa/i agar mendapatkan pengalaman untuk mempersiapkan diri mereka di dunia kerja. Adapaun maksud dan tujuan pemegang melaksanakan praktik kerja magang di LPP Radio Republik Indonesia Jakarta sebagai *Social Media Intern* adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui peran dan proses kerja divisi Media Sosial di LPP Radio Republik Indonesia Jakarta.
2. Mengimplementasikan teori-teori dalam mata kuliah pada program studi Ilmu Komunikasi yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja magang.
3. Mengembangkan *softskill* dan *hardskill* yang telah dipelajari selama masa perkuliahan untuk diterapkan pada praktik kerja magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis sebagai *social media intern* di LPP Radio Republik Indonesia Jakarta dimulai pada 2 Februari 2026 hingga 2 Juni 2026. Pemilihan tanggal tersebut telah disesuaikan oleh ketentuan dari panduan MBKM Magang Track 1 yang mewajibkan mahasiswa melakukan praktik kerja magang yaitu minimal 80 (delapan puluh) hari atau 640 (enam ratus empat puluh) jam kerja. Penulis melaksanakan praktik kerja magang dari hari senin sampai jumat yang dimulai dari pukul 08.00 - 17.00 WIB. Proses kerja dilakukan secara *on-site* atau *work from office* (WFO) setiap harinya di Gedung LPP Radio Republik Indonesia yang beralamat di Jalan Medan Merdeka Barat No. 4-5, Jakarta Pusat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengisi Pra-KRS internship pada website my.umn.ac.id
- 2) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Mengisi KRS internship pada website my.umn.ac.id dengan syarat telah menempuh 103 SKS dengan catatan tidak ada nilai D & E.
- 4) Mengisi dan submit formulir KM-01 untuk mendapatkan surat pengantar kepada perusahaan dari ketua program studi Ilmu Komunikasi.
- 5) Menyiapkan berkas-berkas seperti surat pengantar dari kampus atau KM-02, *Curriculum Vitae* (CV), transkrip nilai, dan membuat surat permohonan kerja magang yang kemudian diserahkan kepada Herdi selaku divisi Sumber Daya Manusia (SDM) di LPP RRI pada tanggal 29 Januari 2026.
- 6) Memulai praktik Kerja di LPP Radio Republik Indonesia Jakarta pada tanggal 2 Februari 2026 hingga 2 Juni 2026 pada divisi Layanan dan Pengembangan Usaha (LPU) di posisi *Sosial Media Intern*.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Memulai praktik kerja magang sebagai *Media Sosial Intern* pada divisi Layanan dan Pengembangan Usaha di LPP RRI Jakarta.
- 2) Menerima arahan dan penugasan pekerjaan yang dibimbing langsung oleh Maulana Yusuf selaku mentor dan supervisor.
- 3) Melaksanakan praktik kerja magang dan secara teratur mengisi *daily task* yang kemudian diajukan kepada supervisor untuk mendapat approval.
- 4) Mempersiapkan berkas-berkas, seperti KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-

05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) sebagai kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan online atau secara onsite di kampus.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui kemudian diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang magang.

