

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini memungkinkan informasi berkembang dan menyebar dengan cepat selaras dengan tuntutan kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Berkaitan dengan kebutuhan akan informasi, maka media harus menjadi tempat yang dapat memenuhi kebutuhan manusia tanpa mengenal batasan waktu. Putra (2006, p. 16) mengatakan bahwa seseorang membutuhkan berita dan informasi yang dapat melingkupi serta memengaruhi kehidupan. Maka dari itu media *online* hadir sebagai pembuka bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang cepat, mudah, dan luas.

Usaha untuk memperoleh kebutuhan informasi tak terlepas dari peran masyarakat yang juga berperan aktif dalam memanfaatkan akses internet. Hal ini terlihat dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII dan Polling Indonesia bahwa, pengguna internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 171,17 juta dari populasi 264,16 juta. Angka tersebut telah meningkat 10,12 persen dibandingkan tahun lalu. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak pengguna internet, maka eksistensi media *online* dapat semakin berkembang seiring dengan kebutuhan manusia akan informasi (Teknokompas.com, 2019).

Eksistensi media *online* yang terus berkembang ini membuat cara produksi berita yang dilakukan oleh para jurnalis juga dituntut untuk memiliki kekuatan kecepatan, bebas, dan murah. Prinsip *real time online* inilah yang menyorot perhatian khalayak untuk lebih memilih media *online* dalam hal informasi. Kondisi ini pada akhirnya mendatangkan konsekuensi logis bahwa media *online* harus bersaing dengan media lain untuk merebut perhatian khalayak (Ishwara, 2014, p. 14).

Menurut Bowden (Gatra.com, 2011) karakteristik utama dan keunggulan media *online*, yaitu “ruang tanpa batas” sehingga dapat memuat sepanjang dan sebanyak mungkin karya jurnalistik. Sajian informasi media *online* tidak dibatasi

waktu atau durasi seperti yang dialami oleh radio dan televisi dan memiliki sifat yang terus diperbaharui. Media *online* bisa memuat semua komponen seperti teks, video, audio, juga foto dan dapat tampil secara berbarengan. Tidak hanya itu, tak seperti televisi dan radio yang mengharuskan pemirsa memasang mata dan telinga supaya tak ada informasi yang terlewatkan, berbeda dengan audiens media *online* yang dapat memperoleh semua informasi tanpa harus secara intens berkonsentrasi. Media *online* bahkan dapat mengikutsertakan pembaca untuk dapat mengoreksi, memuji, berinteraksi dengan sesama pengakses berita *online* hingga mengkritik pembuat berita (M. Romli, 2018, p. 34).

Berbagai kelebihan yang dimiliki media *online* yang telah dipaparkan di atas, membuat media *online* “berani” memperluas jangkanya dengan memiliki berbagai macam kanal pemberitaan dalam satu portal media *online*. Kanal tersebut akan mengelompokkan berbagai jenis konten berita yang disajikan oleh tiap media *online*. Konten berita tersebut bisa sangat beragam dan tak terbatas jumlahnya, hal ini yang membuat media *online* menjadi daya tarik bagi khalayak (Lestari, 2017, p. 3).

Menurut Kusumaningrat (dalam Prasty, 2014), salah satu konten berita yang tersaji di dalam media *online* adalah konten olahraga. Harus diakui bahwa faktanya konten mengenai olahraga merupakan “menu” bagi setiap media karena menarik perhatian pembaca. Daya tarik berita olahraga adalah kandungan unsur hiburan di dalamnya dan dapat menjadi semacam pelepasan atau katarsis bagi masyarakat yang ingin mengaktualisasikan dirinya. Pada masa tertentu, peristiwa olahraga dapat menyatukan beragam manusia, seperti perebutan Piala Thomas. Ia menyatukan seluruh bangsa Indonesia dalam satu kata: nasionalisme. Prasty (2014, p. 2) berpendapat, “bahkan berkat pemberitaan media, ajang seperti Piala Dunia, tidak lagi hanya milik masyarakat yang negaranya ambil bagian di kejuaraan tersebut. Masyarakat di negara yang absen di Piala Dunia pun, ikut merasakan kemeriahannya.”

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Coakley (dalam Prasty, 2014). Coakley menilai bahwa tanpa media, olahraga tidak akan dikenal luas. Media dan olahraga memiliki hubungan yang menguntungkan keduanya;

Without the media, commercial sports would not be so wide-spread and there would be less emphasis on elitist form of competitive sports. Without exposure to sports through the media, people would probably give lower priority to organized competitive sports in their everyday lives. Without sports, newspaper circulation probably would decrease, and television programming on weekends and holidays would be different and less profitable for television companies.

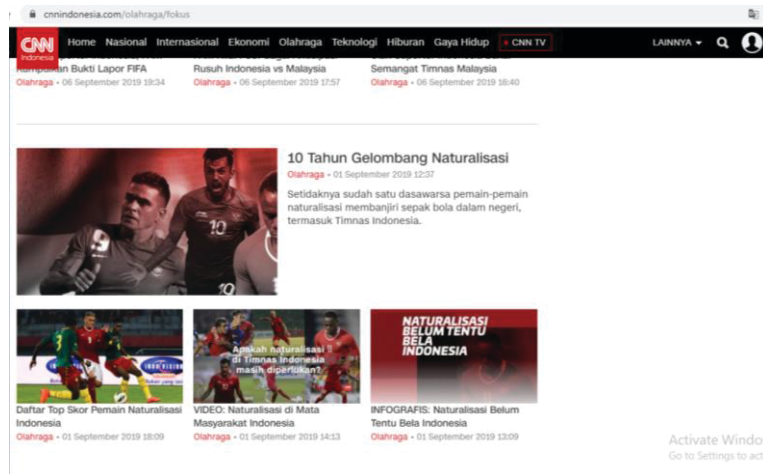
Menurut Marsis (dalam Prastyana, 2014), berita olahraga di Indonesia sendiri berkembang di tahun 1970-an. Padahal satu dekade sebelumnya, berita olahraga hanya sebagai liputan tambahan. Hal ini menggambarkan bahwa berita olahraga kurang dianggap dan dinilai tidak cukup penting. Berita olahraga sendiri dahulu masuk kedalam kategori hiburan, dan pada saat itu hanya beberapa koran yang memiliki rubrik khusus olahraga. Ruang penempatan berita olahraga didalamnya pun kecil. Salah satu “titik balik” berita olahraga di Indonesia adalah adanya siaran langsung pertandingan sepak bola. Penonton sangat menikmati siaran langsung tersebut sehingga menginginkan lebih banyak informasi, mengenai apa yang sebenarnya terjadi dan bagaimana perkembangannya kemudian.

Namun saat ini hampir semua media *online* banyak menyajikan berita olahraga. Hal ini menjadi keuntungan dan tantangan tersendiri bagi setiap media *online* untuk memberikan konten yang berkualitas dan memiliki ciri khas tersendiri. Perlu menjadi catatan bahwa jurnalisme kini berada dalam keadaan yang membingungkan, perubahan teknologi yang begitu cepat membuat pasar media menurun dan makin sempit. Sementara itu tekanan untuk menjalankan operasi secara efisien justru semakin kuat (Ishwara, 2014, p. 14).

Setelah melihat isi konten kanal olahraga CNNIndonesia.com melalui situs, penulis melihat bahwa CNNIndonesia.com mengangkat pemberitaan olahraga yang memiliki kebaruan dan ciri khas tersendiri, seperti terdapat kanal fokus yang mana di dalamnya mengangkat peristiwa olahraga baik itu yang sudah terjadi (kilas balik) atau yang sedang berkembang, pembahasan mendalam soal fenomena olahraga baik itu pertandingan maupun prediksi, menyajikan “Ngobrol sports” dan “Edusports” dalam bentuk video, membuat naskah infografis, membuat konten khusus untuk membahas cerita para legenda tokoh olahraga, dan masih banyak lagi. Sebagai media berita daring warabala CNN Internasional, CNNIndonesia.com

terlihat menerapkan nilai-nilai tertentu dan memegang standar penulisan berita berdasarkan prinsip jurnalistik.

Gambar 1.1 *Screenshot* Kanal Fokus



Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar 1.1 menunjukkan kanal olahraga CNNIndonesia.com memiliki kanal fokus yang membahas mengenai peristiwa olahraga di masa lampau dan isu yang sedang berkembang saat ini. Biasanya konten fokus akan dibagi kedalam beberapa artikel dengan berbagai *angle*, infografis, serta video.

Gambar 1.2 *Screenshot* Konten “Ngobrol Sports”



Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar 1.2 menunjukkan kanal olahraga CNNIndonesia.com memiliki konten “Ngobrol Sports” yang membahas mengenai prediksi sebuah pertandingan dan juga membahas isu yang sedang berkembang di dunia olahraga. Konten “Ngobrol Sports” ini akan tayang seminggu sekali.

Gambar 1.3 *Screenshot* Konten “Edusports”



Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar 1.3 menunjukkan kanal olahraga CNNIndonesia.com memiliki konten “Edusports” yang mana membahas sejarah atau istilah dalam suatu cabang olahraga, dan menjelaskan suatu fenomena di dunia olahraga.

Gambar 1.4 *Screenshot* Konten Testimoni



Sumber : Dokumentasi Penulis

Gambar 1.4 menunjukkan kanal olahraga CNNIndonesia.com memiliki konten testimoni dalam berbentuk artikel yang berisikan cerita perjalanan karier legenda tokoh olahraga ternama.

CNNIndonesia.com juga merupakan salah satu media *online* terbesar saat ini di Indonesia. Berdasarkan data versi Comscore, media *online* CNNIndonesia.com menutup 2017 dengan menduduki peringkat 10 besar media *digital* Indonesia berkat raihan total 7,3 juta *Unique Visitor* (UV) dan 53,85 juta *Page Views* di *desktop* dan *mobile web*. Pencapaian ini ditorehkan hanya dalam waktu tiga tahun sejak pertama kali hadir pada 20 Oktober 2014 silam (CNNIndonesia.com, 2018).

Maka dari itu, penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang menjadi reporter kanal olahraga di CNNIndonesia.com. Hal ini agar penulis dapat memahami dan belajar alur kerja profesi jurnalis, bagaimana jurnalis bekerja dalam memproduksi suatu berita sebelum akhirnya penulis dapat sebenarnya terjun

langsung menjadi seorang praktisi media di masa yang akan datang. Pada praktik kerja magang ini, penulis juga berkesempatan untuk mengembangkan ilmu jurnalistik yang telah didapat dengan menerapkannya sebagai reporter kanal olahraga di CNNIndonesia.com.

Dalam laporan ini akan dibahas bagaimana pola kerja jurnalis kanal olahraga di CNNIndonesia.com dalam memilih *angle* dan gaya bahasa. Kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang di CNNIndonesia.com yang diperoleh penulis, dijalani dengan sebaik mungkin agar dapat memperkaya pengetahuan penulis terkait praktik jurnalistik di kanal olahraga. Melalui praktik kerja magang ini, penulis melihat, mendengar, merasakan, dan menjalani penulisan berita, liputan, dan mempelajari berbagai hal dalam dunia olahraga yang tidak diketahui penulis sebelumnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Memenuhi syarat kelulusan mata kuliah magang sebagai mahasiswa Program Studi *Multimedia Journalism* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama menjalani perkuliahan di Program Studi *Multimedia Journalism* dalam praktik kerja magang, seperti proses wawancara, peliputan, dan proses menulis artikel yang sesuai dengan kaidah jurnalistik khususnya dalam kanal olahraga.
3. Menambah bekal penulis untuk dapat siap secara mental, fisik, kognitif dan memiliki kepekaan terhadap suatu isu.
4. Mempersiapkan penulis menjadi pribadi yang profesional untuk dapat menghadapi dunia kerja nyata dan sebagai gambaran pekerjaan yang dilakukan dalam dunia jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dimulai dari 8 Agustus 2019 hingga 22 November 2019. Tempat penulis melakukan praktik kerja magang berlatar di Gedung Transmedia Lt. 3A, Jl. Kapten P. Tendean Kav. 12 - 14A, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, 12790, Indonesia. Penulis telah menempuh periode kerja magang selama 60 hari yang terhitung sejak 8 Agustus 2019 hingga 22 November 2019.

Waktu kerja magang normal penulis adalah sembilan jam yang dimulai pada pukul 09.00 hingga pukul 18.00. Namun jam kerja tersebut tentatif, bergantung dari keputusan editor dan *writer* ketika memberikan tugas. Apabila terdapat agenda liputan, penulis akan pulang lebih larut dan terkadang pulang lebih awal. Pelaksanaan hari kerja magang adalah empat hari kerja yang dimulai pada hari Senin hingga Jumat. Penulis diberikan libur pada hari Selasa dikarenakan penulis masih mengikuti satu mata kuliah yang mewajibkan penulis untuk mengikuti kelas seminar proposal di kampus pukul 11.00 hingga 14.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pengajuan magang dilakukan dengan mengirimkan *curriculum vitae* beserta portofolio ke alamat email HRD dan redaksi pada 3 Juni 2019 ke sejumlah media *online* seperti Kumparan.com, Kompas.com, Liputan6.com, CNNIndonesia.com dan media *online* khusus olahraga seperti Indosport, Bola.com, dan Bolasport.com. Pada tanggal 17 Juni 2019, penulis dipanggil untuk diwawancarai oleh redaktur pelaksana CNNIndonesia.com, Ike Agestu. Usai wawancara, penulis langsung dinyatakan diterima untuk magang menjadi reporter kanal olahraga dan dijadwalkan untuk masuk pada 24 Juni 2019. Setelah mengisi Kartu Rencana Studi dan menunggu jadwal Kartu Rencana Studi tambah ganti, penulis langsung mengikuti prosedur persyaratan praktik kerja magang dengan mengajukan Kartu Magang (KM) 01.

Usai mengajukan KM 01, beberapa hari kemudian penulis langsung mendapatkan KM 02 yang berisi surat dari kampus untuk CNNIndonesia.com. Dalam surat tersebut penulis melihat tanggal terhitung magang adalah 8 Agustus 2019. Tanggal terhitung magang tersebut penulis diskusikan dengan HRD sekaligus sekretaris CNNIndonesia.com untuk menentukan tanggal selesai melakukan praktik kerja magang. Pada akhirnya disepakati bahwa penulis akan selesai praktik kerja magang pada tanggal 22 November 2019. Setelah itu penulis memperoleh surat penerimaan magang dari pihak CNNIndonesia.com pada 14 Agustus 2019. Kemudian, surat keterangan diterima magang di CNNIndonesia.com diserahkan kepada BAAK Universitas Multimedia Nusantara pada hari yang sama dan penulis menerima KM 03 hingga KM 07.