



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jurnalisme *online* merupakan pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarakan melalui internet. Jenis tulisan media *online* sama dengan tulisan karya jurnalistik pada umumnya, yaitu *news*, *views*, dan *feature*, namun dikemas lebih ringkas supaya dapat mudah dinikmati oleh pengguna internet. Jurnalisme *online* lebih mengedepankan kecepatan pemberitaan daripada televisi atau koran, walaupun menyiarkan berita yang sama (Fachruddin, 2019, p. 26). Dengan adanya perkembangan teknologi memungkinkan orang mengakses internet dengan lebih mudah. Sehingga minat khalayak terhadap media bisa bergeser dari media cetak ke media *online* (Fachruddin, 2019, p. 27).

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada 2018 pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8 persen. Angka tersebut dinyatakan meningkat 10,12 persen atau sekitar 27 juta pengguna dari tahun sebelumnya. APJII mengatakan bahwa ada lebih dari 171 juta jiwa pengguna internet dari total 246,16 juta jiwa penduduk di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (Annur, 2019).

Hal tersebut membuat media cetak atau penyiaran seperti televisi saat ini juga memiliki media *online*. Keunggulan yang dimiliki media *online* daripada media konvensional, yaitu mudah diakses dan murah dari segi pengelolaan (Hamid & Budianto, 2011, p. 99).

Selain itu, media atau jurnalisme *online* memiliki tujuh karakteristik. Pertama, *unlimited space* atau halaman tak terbatas sehingga artikel dan berita bisa ditulis sepanjang dan selengkap mungkin tanpa batasan. Kedua, *audience control* yang memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita atau informasi. Ketiga, *non-lienarity* yang membuat masing-masing berita berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan. Keempat, *storage and retrieval* yang memungkinkan berita abadi, tersimpan, dan bisa diakses kembali dengan mudah

kapan dan di mana saja. Kelima, *immediacy* yang menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung. Keenam, *multimedia capability* yang memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya sekaligus. Ketujuh, *interactivity* yang memungkinkan interaksi langsung antara redaksi dengan pembaca, seperti melalui kolom komentar dan *social media sharing* (Iskandar & Lestari, 2016, p. 29).

Dalam memenuhi kriteria tersebut, dibutuhkan peran dari jurnalis atau wartawan dalam menulis berita *online* dengan tepat. Menurut Tarigan dan Dowson, sebagai seorang jurnalis harus terampil dalam berbahasa. Dalam keterampilan dalam berbahasa, wartawan dapat mengacu pada empat komponen, yaitu keterampilan menyimak (*listening skill*), keterampilan berbicara (*speaking skill*), dan keterampilan menulis (*writing skill*). Keempatnya memiliki keterkaitan yang sangat kuat bagi seseorang dalam berbahasa. Sehingga semakin terampil seseorang berbahasa maka akan semakin cerah dan jelas jalan pikirannya. Keterampilan hanya bisa diperoleh dan dikuasai dari praktik dan latihan (Sumadiria, 2008, p. 5).

Menurut wartawan senior, Rosihan Anwar, bahasa yang digunakan oleh wartawan dinamakan sebagai bahasa pers atau bahasa jurnalistik. Bahasa pers merupakan salah satu ragam bahasa yang memiliki sifat-sifat khas, yaitu singkat, padat, sederhana, lances, jelas, lugas, dan menarik (Sumadiria, 2008, p. 6).

Media juga memengaruhi wartawan dalam menulis sebuah berita. Menurut McLuhan, setiap media memiliki tata bahasa sendiri. Setiap tata bahasa di media memiliki kecenderungan (bias) pada alat indra tertentu, seperti alat indra peraba (meraba, menyentuh, dan sistem syaraf). Hal itu membuat media memiliki pengaruh yang berbeda pada perilaku manusia yang menggunakannya (Sumadiria, 2008, p. 5).

Wartawan dituntut untuk cepat dalam memproduksi berita seperti mesin yang harus terus berproduksi karena tuntutan pemodal. Hasil tulisan yang bagus dan analisis mendalam tidak lagi menjadi penting atau utama jika pada akhirnya tidak laku dipasaran. Sehingga yang menjadi sangat penting adalah laku dijual di pasaran (Iskandar & Lestari, 2016, p. 30).

Situs media *online* yang pertama kali muncul di Indonesia adalah Republika.co.id milik Harian Republika pada 1995. Di tahun yang sama, Majalah Tempo merilis tempointeraktif.com (kini Tempo.co), Harian Kompas mendirikan Kompas.com pada 1998. Saat itu ketiganya memindahkan isi media cetak mereka ke dalam versi online. Sehingga pembaca yang tidak bisa memperoleh koran Republika, Kompas dan Tempo dapat tetap membaca berita yang ada. Hal dikarenakan peningkatan jumlah pengguna internet (Sambo & Yusuf, 2017, p. 19).

Tempo.co menjadi salah satu media *online* tertua yang ingin menjadi situs media yang enak dibaca dan bisa dipercaya. Tempo.co juga berusaha untuk menerapkan standar tinggi jurnalisme khususnya dalam meliput peristiwa dan menuliskannya secara tajam, cerdas, dan berimbang. Dalam penulisan, Tempo memilih bahasa yang tegas dan jelas (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p. 9).

Tempo.co memiliki beberapa kanal, seperti Nasional dan Hukum, Ekonomi dan Bisnis, Metro, Internasional, Gaya Hidup, Sains, *Sport*, Otomotif, dan lain-lain. Setiap kanal memiliki redaktornya masing-masing. Sejak lahir Tempo tidak hanya mengutamakan topik laporan yang memang dibutuhkan pembaca, tapi juga tulisan yang penyajiannya selalu mengasyikkan. Karena hal itulah berlaku moto enak dibaca dan perlu. Tradisi itu terus dipertahankan (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p. 85).

Tempo mengaskan setiap wartawan yang diundang suatu lembaga berhak tidak menulis apa pun tentang acara yang dihadapinya selama Tempo berpendapat acara tersebut tidak layak dibuat berita. Sebagai wartawan Tempo harus menjunjung kejujuran dalam menyajikan fakta. Wartawan Tempo juga dilarang untuk membuat berita bohong atau berita yang tidak jelas sumbernya. Wartawan Tempo juga harus menghormati hak privasi seseorang dan tidak memberitakan hal-hal yang bersifat pribadi, seperti perceraian atau perselingkuhan seseorang, kecuali jika hal itu untuk dan demi kepentingan publik. Hal tersebut juga berlaku untuk pemberitaan kasus-kasus pidana yang berkaitan dengan anak-anak atau korban tindak pelanggaran asusila (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p. 22).

Selain tunduk pada Kode Etik Jurnalistik yang disusun Dewal Pers, Tempo juga memiliki kode etik sendiri sebagai tambahan. Nilai-nilai yang diterapkan sejak

Tempo berdiri ini adalah memberi tempat kepada mereka yang kurang memiliki kesempatan atau kekuatan untuk menyuarakan pendapatnya dan menjunjung serta menghargai pluralisme yang ada di dalam masyarakat (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p. 23).

Di antara banyaknya media, Tempo memiliki cara untuk memaksimalkan berita yang disajikan. Pertama, judul harus bisa menarik perhatian dalam sekejap. Kedua, penyampaian informasinya *straightforward, to the point*, langsung, dan tidak bertele-tele. Ketiga, bahasanya lugas, ringkas, jelas, dan tidak berbunga-bunga (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p. 217).

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis ingin mengetahui bagaimana proses penulisan berita *online* di Tempo.co dengan melakukan kerja magang. Penulis juga ingin mengetahui bagaimana penerapan ketentuan bahasa jurnalistik dalam penulisan berita *online* di Tempo.co yang sudah diperoleh penulis sebelumnya di Universitas Multimedia Nusantara .

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dalam kerja magang yang dilakukan, penulis memiliki tujuan, yaitu:

1. Mengembangkan kemampuan penulis untuk bekerja di bidang jurnalistik
2. Menerapkan teknik penulisan berita yang didapat dalam mata kuliah *News Writing* di media *online*
3. Mampu bekerja sama dan beradaptasi dengan baik di lingkungan tempat kerja

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis adalah tiga bulan mulai dari 16 Agustus 2019 sampai 30 November 2019. Penulis melakukan kerja magang di Gedung Tempo Jalan Palmerah Barat No. 8, Jakarta Selatan. Penulis melakukan kerja magang selama empat hari dalam seminggu, yaitu Senin sampai Rabu dan Jum'at. Setiap harinya penulis melakukan kerja

magang sesuai aturan yang telah disepakati yaitu, delapan jam mulai pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB, namun waktu tersebut dapat lebih cepat atau pun lama sesuai dengan penugasan peliputan.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis pertama kali mengirimkan Curriculum Vitae (CV) lewat *e-mail* ([pelatihan@tempo.co.id](mailto:pelatihan@tempo.co.id)) kepada pihak Tim Pelatihan PT Tempo Inti Media pada Selasa, 25 Juni 2019. Selain mengirimkan CV, penulis juga mengirimkan proposal magang yang telah dibuat sebelumnya. Dalam proposal magang tersebut, penulis menjelaskan latar belakang, tujuan, posisi yang diinginkan yaitu reporter, dan waktu pelaksanaan magang di Tempo.co. Penulis juga mengirimkan portofolio karya yang pernah dibuat oleh penulis melalui *link Google Drive*.

Pada Senin, 1 Juli 2019, pihak Tim Pelatihan PT Tempo Inti Media memberi balasan mengenai permohonan magang yang diajukan penulis. Tim Pelatihan PT Tempo Inti Media mengundang penulis untuk bertemu dan melakukan wawancara dengan Trias pada Selasa, 2 Juli 2019 di Gedung Tempo Jl. Palmerah Barat No.8, Jakarta Selatan. Tim Pelatihan PT Tempo juga meminta penulis untuk membawa dokumen pendukung yang penulis kirimkan melalui *e-mail* sebelumnya.

Usai melakukan wawancara, tepat satu minggu setelahnya pada Selasa, 9 Juli 2019 melalui *e-mail* Tim Pelatihan PT Tempo Inti Media memberitahukan bahwa penulis diterima untuk melakukan kegiatan magang. Dalam *e-mail* tersebut, penulis diberitahukan untuk bertemu dengan *user* pada Senin, 29 Juli 2019. Saat bertemu dengan *user*, Elik Susanto yang menjabat sebagai Koordinator Kanal Vertikal, penulis diminta untuk memilih tiga kanal yang ada di Tempo.co. Sehingga setiap bulannya, penulis akan berpindah dari kanal satu ke kanal lainnya sesuai kesepakatan antara penulis dan *user*. Penulis memilih kanal Nasional, Metro, Gaya Hidup (Cantik dan Seleb).

Penulis melaksanakan magang di Tempo.co selama empat bulan terhitung dari 1 Agustus - 30 November 2019. Namun, berdasarkan surat yang

dikeluarkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis memulai magang sejak 16 Agustus – 30 November 2019. Penulis dan redaktur pelaksana di setiap kanal juga sudah sepakat bahwa setiap hari Kamis, penulis tidak terhitung masuk dalam kegiatan kerja magang. Hal ini karena penulis setiap hari Kamis harus mengikuti mata kuliah Seminar Proposal.