

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sekarang ini, teknologi terus berkembang dan membuat masyarakat harus terus beradaptasi dengan perubahan yang ada. Munculnya internet juga membuat masyarakat terus bergeser dari satu platform ke platform lainnya dan membuat media konvensional seperti televisi, radio, dan cetak harus memenuhi kebutuhan tersebut dengan mulai muncul di platform-platform digital.

Dari tahun 2017 sampai 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017, pengguna internet di Indonesia tercatat ada 143,26 juta pengguna. Lalu, pada tahun 2018 meningkat menjadi 171,17 juta pengguna atau sama dengan 64,8 persen penduduk Indonesia sudah mendapatkan akses internet (APJII, 2018, p.1). Angka tersebut kembali meningkat sebanyak 73,7 persen pada tahun 2019. Dari total 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia, sebanyak 196,71 orang telah mendapatkan akses internet (APJII, 2019, p.15).

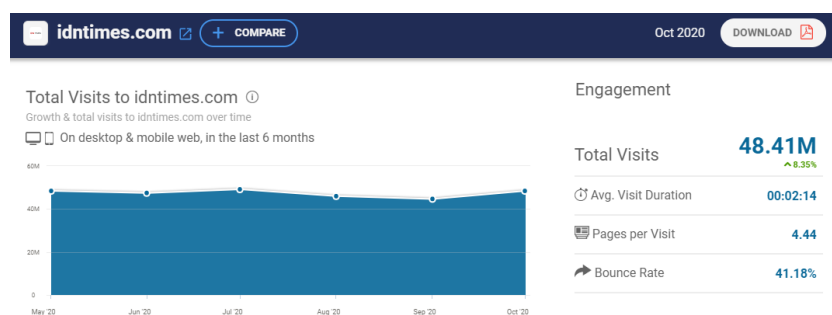
Berdasarkan data tersebut, penulis menyimpulkan bahwa meningkatnya penggunaan internet berkaitan erat dengan keinginan masyarakat untuk dapat mengakses berita terbaru yang *up to date*. Dalam memenuhi keinginan tersebut, media di platform-platform digital tentunya harus bersaing untuk menghadirkan berita yang menarik, cepat, aktual, faktual, dan memberi kepuasan bagi para pembacanya (Soraya & Nasir, 2019, p.2).

Dalam literatur jurnalistik, dikenal jurnalisme hiburan (*entertainment journalism*), yaitu genre jurnalistik yang fokus pada informasi dunia hiburan, khususnya seni, selebritas, dan artis. Christopher H. Sterling dalam *Encyclopedia of Journalism* menyebutkan, jurnalisme *entertainment* berkaitan dengan informasi industri hiburan, seperti film, musik, *fashion*, *video games*, dan sebagainya yang punya tujuan untuk menghibur (Sterling, 2009, p. 527).

Berdasarkan data yang dimiliki UC Browser, pengguna Internet di Indonesia membaca 4-12 artikel berita setiap hari (Nawangwulan, 2016, para. 1). Menyusul pernyataan tersebut, Federal Marcos dari UC News Team juga menjelaskan bahwa ada 5 kategori konten yang disukai orang Indonesia. Konten-konten tersebut secara berurutan adalah berita nasional, hiburan, gaya hidup, sepak bola, dan teknologi (Nawangwulan, 2016, para. 2). Menjadi konten kedua yang paling banyak dibaca setelah berita nasional membuat berita hiburan atau jurnalisme *entertainment* tidak bisa disepelekan begitu saja. Walaupun memiliki gaya penulisan yang lebih ringan, hal tersebut membuktikan bahwa berita hiburan juga memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Salah satu media digital di Indonesia yang ikut mengedepankan berita hiburan atau jurnalisme *entertainment* adalah IDN Times dengan kanal Hype-nya. Tampil dengan jenis berita *listicle*, IDN Times memberikan pembahasan yang ditulis berdasarkan ide-ide pokok (sub judul) dan didukung dengan gambar yang menarik sesuai dengan sub judul yang dibahas (IDN Times Community, 2018, para. 3). Berita yang ditampilkan oleh IDN Times juga selalu didukung dengan gambar yang humanis, menunjukkan adanya interaksi manusia pada gambar tersebut di setiap sub judulnya, yang membuatnya lebih menarik untuk dibaca.

Gambar 1.1 Laporan Analitik IDN Times



Sumber: *similarweb.com*

Berdasarkan data dari Similar Web per Oktober 2020, IDN Times masuk ke dalam peringkat 6 untuk kategori News and Media dengan total kunjungan 48,41 juta kali selama 6 bulan terakhir. Hal ini membuktikan bahwa IDN Times adalah salah satu media yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi. Penting dan populernya berita hiburan serta keseriusan IDN Times dalam mengembangkan berita hiburan tersebut adalah alasan yang membuat penulis ingin melakukan proses kerja magang di IDN Times sebagai reporter.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang di *idntimes.com* adalah untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah magang sebagai mahasiswa Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, praktik kerja magang ini dirasa dapat menerapkan pengalaman praktik kerja jurnalis di media *online* yang selama ini sudah didapatkan secara teori lewat pembelajaran di perkuliahan seperti mata kuliah, penulisan berita, penulisan *feature*, serta riset dan *fact-checking*. Selama proses kerja magang ini, penulis juga merasa sangat terbantu dengan bantuan tim *idntimes.com* yang sangat berpengaruh bagi penulis dalam hal penulisan dan kepekaan terhadap isu-isu penting yang sedang terjadi.

Praktik kerja magang di *idntimes.com* sendiri merupakan salah satu cara penulis untuk mendalami teknik-teknik menulis *feature*, sesuai keinginan penulis yang ingin mahir dalam menulis berita *entertainment*. Sehingga dengan kesempatan kerja magang di *idntimes.com* ini, penulis dapat merasakan pengalaman meliput, menulis, dan belajar untuk lebih terampil dalam penulisan *feature*.

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

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

Mengacu pada kontrak yang dikeluarkan oleh IDN Times, penulis akan melakukan kerja magang selama 4 bulan yang terhitung dari 3 Agustus 2020 sampai 30 November 2020. Setelah mengisi KRS dan mengambil mata kuliah *internship* di tanggal 12 Agustus 2020, penulis mengisi KM-01 agar waktu magang bisa terhitung. Kemudian, pada tanggal 14 Agustus 2020, penulis menerima KM-02 yang menandakan magang sudah disetujui kampus dan periode magang sudah bisa terhitung. Karena pada tanggal 17 Agustus 2020 penulis mendapatkan hari libur dari kantor, waktu magang akan mulai dihitung pada tanggal 19 Agustus 2020. Oleh karena itu, waktu magang yang akan ditempuh penulis dan terhitung oleh kampus adalah selama 60 hari, dihitung dari 19 Agustus 2020 sampai 12 November 2020. Selebihnya, dari tanggal 13 November 2020 sampai 30 November, penulis tetap melangsungkan proses kerja magang sampai kontrak selesai.

Dalam tiga minggu pertama proses magang yaitu dari tanggal 3 Agustus 2020 sampai 21 Agustus 2020, penulis melangsungkan magang dengan sistem kerja *Work From Office* (WFO) atau bekerja langsung dari kantor. Namun, karena himbuan dari pemerintah DKI Jakarta dan ada 1 karyawan IDN Times yang dinyatakan positif COVID-19, akhirnya mulai tanggal 24 Agustus 2020, IDN Times memberlakukan sistem kerja *Work From Home* (WFH) atau bekerja dari rumah. Untuk jam kerja yang penulis tempuh, dalam WFH ataupun WFO tidak ada perbedaan, yaitu penulis melangsungkan proses magang ini dari pukul 09.00 sampai 17.00 WIB.

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

Setelah selesai menempuh perkuliahan di semester 6 lalu, penulis mulai menuliskan beberapa nama media yang ingin dilamar untuk proses magang, serta mencari tahu tentang pembuatan *Curriculum Vitae* (CV). Selanjutnya, penulis juga mengumpulkan *file* atau berkas-berkas yang terpakai semasa kuliah, untuk menjadi portofolio di dalam CV.

Sebelum mengirimkan lamaran kerja ke media-media yang akan dituju, penulis memastikan terlebih dahulu tentang isi CV, kalimat pembuka di e-mail, portofolio, dan alamat pengiriman e-mail perusahaan. Setelah

dirasa sudah lengkap, akhirnya penulis mulai mengirimkan e-mail lamaran magang ke media-media yang diinginkan pada tanggal 1 Juli 2020.

Setelah menunggu sekitar 2 minggu, salah satu perusahaan yang penulis lamar yaitu IDN Times mengontak kembali dengan ajakan untuk melakukan wawancara magang pada tanggal 15 Juli 2020 via Google Meet. Selama proses wawancara, penulis diberi pertanyaan seputar jurnalistik, apa saja yang sudah dipelajari semasa kuliah, dan pengetahuan seputar dunia hiburan, terutama bidang KPop dan KDrama. Kemudian, penulis diberi tugas untuk membuat dua artikel yang harus dikumpulkan keesokan harinya.

Setelah melewati proses wawancara tersebut, penulis kembali dikontak via email pada tanggal 20 Juli 2020 dan penulis dinyatakan diterima untuk memulai proses magang di IDN Times. Akhirnya, penulis diberikan kontrak untuk dapat memulai proses magang di tanggal 3 Agustus 2020 di kanal Hype and Men.