

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya teknologi, para jurnalis dan penggiat berita terus mendorong dan beradaptasi untuk membuat penggunaan media juga informasi konsumen mengikuti perubahan seiring berjalannya waktu untuk mengemas sebuah produk beritanya untuk di informasikan bagi publik. Ketersediaan perubahan tersebut ada pada bentuk teknologi yang serba dilakukan secara daring terutama di masa pandemi COVID-19 ini. Untuk mendapatkan informasi dengan mudah, penggunaan teknologi yang dapat diakses secara daring dapat mendorong terutama media massa untuk memberikan informasinya kepada publik (Ambardi, Gilang, Lindawati, & Adam, 2017, p. 3).

Kehadiran internet membuat media terus menggali publik atas penerimaan informasi yang tak terbatas terutama dari jenis informasi yang dibutuhkan. Ketersediaan informasi juga dapat disebarluaskan dan diperbarui secara terus menerus salah satunya dengan menggunakan teknologi berita. Kegunaan ini membuat publik dapat memilih dan menerapkan berita inovatif dengan mendapatkan kata kunci yang diinginkan dari informasi yang tersedia (Ishwara, 2005, p. 49). Kehadiran media berbasis daring juga menjadi tempat sebagian besar publik untuk lebih cepat mendapatkan jenis informasi yang ditujunya.

Rahardjo dalam buku *Isu-isu Teoritis Media Sosial* (2011, p. 6), menjelaskan bahwa media baru tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi informasi serta komunikasi yang terus pesat. Internet telah memanfaatkan aktivitas jurnalisme dan jaringannya untuk terus mencari, mengolah serta mengirimkan sebuah informasi untuk dikemas dalam bentuk produk jurnalisme. Produk jurnalisme tersebut disebarluaskan oleh jaringan yang dapat diakses publik. Bahkan sering disebut kehadiran internet menjadi tampilan yang melahirkan sebuah media baru.

Kehadiran media baru terutama media berbasis *online* menghadirkan berbagai macam jenis informasi yang luas berdasarkan kebutuhan dari masing-masing publik, termasuk juga pada berita dengan jenis informasi seputar *infotainment* dan *entertainment*.

Pakar komunikasi pembangunan, Everet M. Rogers merumuskan bahwa salah satu konsep pesan yang efektif adalah hasil pesan dari *infotainment*. Ide dasar bersumber dari asumsi informasi dan juga kebutuhan publik, namun tidak dapat diterima secara pasti karena diperlukan sebuah cara khusus terutama dalam mengambil perhatian publik di tengah-tengah penyampaian informasi. Maka perkembangan tersebut dilakukan dengan menyisipkan *entertainment* (hiburan) untuk menarik perhatian pada sebuah informasi yang akan disampaikan, maka dari sinilah munculnya konsep dasar *infotainment*. Kemasan *infotainment* sendiri bersifat informatif namun diselipkan dengan *entertainment* sekaligus menarik perhatian publik untuk menjadikan informasi sebagai pesan utama yang dapat diterima (Iswandi, 2006, pp. 65-68).

Melihat jenis informasi bersifat *entertainment* di Indonesia dimaknai sebagai informasi hiburan yang disampaikan kepada publik sehingga informasi ini tidak termasuk dalam informasi yang dibutuhkan, namun informasi yang dianggap dapat menghibur (Iswandi, 2006, p. 66). Selain itu beberapa masyarakat juga merasa tidak asing ketika mengetahui kata *entertainment* diantaranya menganggap sajian informasinya berupa selebritis, gaya hidupnya sampai aktivitas sehari-harinya. Namun, jenis informasi *entertainment* ini sebenarnya adalah sebuah tayangan yang menyajikan sebuah informasi dalam bentuk hiburan dan bersifat luas tidak hanya pada satu topik.

Salah satu media yang menyajikan jenis informasi seputar *entertainment* yang luas adalah Cultura. Cultura sendiri merupakan media *online* independen yang menyajikan informasi seputar budaya, gaya hidup, dan hiburan berupa musik, *travel*, film, seni, *game* dll. Cultura dikuratori dengan cermat untuk menyediakan konten berkualitas tinggi yang berkaitan dengan budaya, isu terkini, gaya hidup dan berbagai jenis berita hiburan.

Sebagai sebuah media daring, konten Cultura lebih bertujuan untuk memberikan informasi hiburan yang sebagian besarnya mengemas berita dengan cara

*soft news*. *Soft news* sebuah informasi yang mengisi hiburan. Namun, terkadang juga memberi informasi yang penting (Rolnick, Tate, & Taylor, 2008, p. 3). Informasi yang dikemas secara *soft news* juga bukan menjadi berita yang terbaru. Namun, lebih mendalami dari segi keunikannya yang dapat diberitakan kapan pun. Menurut (Ana, 2016, p. 52) setidaknya harus ada enam nilai berita untuk menulis sebuah cerita nilai tersebut dari kepentingan (*significance*), ukuran (*magnitude*), ketepatan waktu (*timeliness*), dekat (*proximity*), terkemuka (*prominence*), humanistik atau sentuhan (*human interest*), dll.

Sebagian besar berita yang disajikan merupakan *soft news*, konten yang ada pada *Cultura* juga menggunakan gaya penulisan *feature* dengan bahasa yang sederhana dan berkualitas. Penulisan *feature* adalah sebuah tulisan berbasis cerita yang kreatif, subyektif dan mudah untuk dirancang dalam menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca (Ishwara, 2005, p. 59). Tulisan *feature* juga harus berdasarkan atas fakta, jadi tidak hanya menginformasikan, melainkan membuat pembaca seolah-olah ada dalam isi berita yang telah ditulis. Maka, jurnalis harus memiliki kemampuan bercerita saat mengemas *feature*.

Adanya revolusi dari metode produksi sebuah berita dapat dilihat melalui cara medianya memberikan hasil berita serta dari prosesnya yang mudah untuk diakses secara publik. Cara tersebut juga dilakukan oleh media *Cultura*.

Melihat peran penting dari seorang jurnalis media daring. Penulis tertarik untuk melakukan magang sebagai reporter di *Cultura* terutama pada kanal berita mengenai *entertainment*. Penulis memilih opsi tersebut karena melihat adanya kebutuhan masyarakat atas informasi tersebut.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan kerja magang sebagai reporter di *Cultura* guna memenuhi syarat kewajiban akademis yang ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang ini memiliki bobot 4 SKS sebagai mata kuliah yang wajib diambil penulis.

Selain itu, penulis juga melakukan kerja magang untuk lebih mendalami dunia jurnalistik terutama jurnalis *entertainment*, dengan menerapkan teori dan ilmu yang selama ini didapatkan di kelas *Entertainment Journalism* ke dalam kinerja jurnalis yang sesungguhnya. Penulis juga ingin mempelajari hal baru, yaitu praktik kerja jurnalis *entertainment* serta mendalami tulisan *soft news* yang selama ini belum begitu penulis alami saat menjadi mahasiswa jurnalistik. Tidak hanya itu, penulis juga ingin memperluas jaringan dan koneksi dengan rekan dan karyawan lainnya.

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

Penulis melakukan kerja magang selama 60 hari lebih. Kerja magang dimulai pada 24 Agustus 2020 hingga 20 November 2020 sebagai reporter *Cultura* berdasarkan surat keterangan yang dikeluarkan PT Anagata Darpa Sangkara.

Penulis melakukan kerja magang pada hari Senin sampai Jumat setiap minggunya. Waktu kerja magang dimulai pada pukul 09.00 hingga 17.00 WIB secara *work from home* (WFH) dikarenakan proses magang masih dimasa pandemi COVID-19 dan PSBB, waktu tersebut juga dapat berubah ketika penulis mendapat tugas peliputan di luar hari kerja.

Untuk dapat melakukan magang di *Cultura*, penulis mengajukan surat permohonan kerja magang sekaligus *Curriculum Vitae* (CV) disertai dengan portofolio melalui surel *Cultura* (PT Anagata Darpa Sangkara). Beberapa hari kemudian, surat permohonan tersebut ditanggapi oleh perusahaan dan dihubungi untuk melakukan sesi tanya jawab melalui surel. Kemudian, Penulis diterima untuk melakukan kerja magang di *Cultura*.

Setelah mendapat kartu magang dan surat keterangan penerimaan dari perusahaan, penulis resmi mulai melakukan kerja magang pada 24 Agustus 2020. Penulis melaksanakan kerja magang di bawah pengawasan Direktur sekaligus Kepala *Creative & Digital Cultura*, yaitu Andhika Zulkarnaen. Penulis membuat artikel sesuai dari arahan dan review dari perusahaan.

Pada minggu pertama kerja magang, penulis diberi beberapa pelatihan terutama membaca tiap jenis dari berita yang ada di *Cultura*. Kemudian, Penulis diajar

bagaimana melakukan penulisan dengan gaya dan teknik yang sesuai dengan prosedur dalam mengolah sebuah informasi menjadi sebuah artikel berita yang mudah untuk dipahami dan dibaca.

Pada minggu kedua dan ketiga penulis mulai untuk dilepas mengerjakan berbagai tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan, seperti liputan event yang dilaksanakan secara virtual dan juga membuat berita seputar *entertainment* dan *lifestyle*. Selama menjalankan proses tersebut penulis dibekali berita dari media-media asing seperti *Variety.com*, *Our Culture Mag*, *Vanity Fair* dll. Selain itu juga, Penulis mendapatkan hal baru terutama pada penulisan *review* yang mempunyai tanggung jawab besar untuk memahami sebuah konten yang dijadikan berita, menilai dengan perspektif diri sendiri, dan mengoreksi hasil karya yang pernah ditayangkan sebelumnya. Setelah berhasil melakukan proses tersebut, penulis diajarkan untuk kembali melakukan riset dan survei dari hasil tulisan yang telah dilakukan.

Pada minggu keempat dan kelima, penulis didorong untuk melakukan peliputan di lapangan dan membahas mengenai budaya terutama budaya di Toraja, Sulawesi selatan. Penulis juga dibekali dengan topik menarik untuk membuat berita yang panjang dan mendalam terutama saat melakukan wawancara, penelitian untuk mengolahnya dalam bentuk berita.

Setelah selesai melakukan magang, penulis melakukan dan membuat laporan magang guna bentuk dari pertanggungjawaban selama proses kerja magang yang sudah dilakukan. Laporan ini di proses dengan konsultasi bersama dosen pembimbing yaitu F.X Lilik Dwi Mardjianto.