

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Arus globalisasi di Indonesia menyebabkan adanya perubahan di segala aspek kehidupan seperti cara berkomunikasi, pandangan, pola pikir, dan gaya hidup yang selalu terbaru. Era digital yang terus berkembang membuat setiap orang mudah dalam berkomunikasi, mengakses informasi dan membagikan informasi. Kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan kini dapat dengan mudah diakses hanya dalam satu layar (Ohy, Kawung, & Zakarias, 2020, pp. 2-5)

Makin besarnya pengguna internet ini telah berpengaruh terhadap pola penggunaan media massa yang mempengaruhi serta merubah gaya hidup masyarakat (Abdullah & Puspitasari, 2018, p. 102). Kemudahan mencari informasi melalui internet yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja membawa dampak pada perkembangan bisnis media. Sejak tahun 2000an, banyak media *online* bermunculan yang keberadaannya menggeser eksistensi media konvensional seperti media cetak (Ikhwan, 2020, p. 70).

Dahulu, masyarakat mendapatkan informasi terkini mengenai peristiwa yang terjadi melalui media cetak seperti majalah, koran, dan tabloid. Namun, saat ini masyarakat dapat menggunakan internet untuk mendapatkan informasi, seperti membaca berita atau mencari informasi melalui media *online*. Hal tersebut membuat media konvensional seperti media cetak harus membuat strategi baru demi mempertahankan eksistensinya. Salah satu cara yang dapat diterapkan adalah dengan bertransformasi ke media *online* (Ikhwan, 2020, p. 70).

Media *online* memiliki kecepatan, kemudahan akses, dapat diperbaharui dan dihapus kapan saja. Selain itu, media *online* juga memiliki interaksi dengan pembaca atau pengguna. Hal tersebut merupakan perbedaan utama media *online*

dengan media tradisional. Perbedaan lainnya adalah media *online* tidak memiliki batas waktu seperti yang dikenal di media tradisional (Romli, 2018, p. 18).

Menurut Foust dikutip dalam (Romli, 2018, p. 20), jurnalisme *online* juga memiliki beberapa keunggulan lainnya yaitu Pengawasan Audiens (*Audience Control*), dimana *audience* atau pembaca dapat mengontrol berita yang ingin dibaca atau tidak sehingga dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang disukai. Nonlinier (*Nonlinearity*), dimana berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan. Kemudian Penyimpanan dan Pengambilan (*Storage and Retrieval*), yaitu audiens dapat dengan mudah mengakses kembali berita yang tersimpan atau terarsipkan. Ruang Tidak Terbatas (*Unlimited Space*), dimana jumlah berita yang dipublikasikan jauh lebih lengkap dibandingkan dengan media lainnya karena tidak adanya batasan kolom atau durasi seperti pada media tradisional. Kesegaran (*Immediacy*), dimana informasi atau berita dapat dipublikasikan sesegera mungkin kepada audiens. Interaktivitas (*Interactivity*), yaitu memungkinkan adanya interaksi dengan audiens dimana terdapat fitur kolom komentar dan bagikan ke media sosial.

Salah satu perusahaan media yang bertransformasi dari media konvensional ke arah *online* adalah *Xposeindonesia.com*. Pada tahun 1998 hingga 2000, *Xposeindonesia.com* merupakan media cetak berupa majalah yang hanya fokus pada bidang *music*. Namun, demi mempertahankan eksistensinya, *Xposeindonesia.com* bertransformasi menjadi media *online* dengan fokus pada hiburan dan gaya hidup (N. Sunny, personal communication, Oktober 19, 2020).

Xposeindonesia.com memproduksi karya berupa tulisan dan foto yang dipublikasikan di situs web. Adapun karya berupa video yang dipublikasikan melalui YouTube. Terdapat 8 rubrik yang terdapat di *Xposeindonesia.com* yaitu *Music, Film, Travel, Culture, Lifestyle, Exclusive, Bens Corner, dan Gallery*.

Xposeindonesia.com menggunakan gaya penulisan *feature*. Menurut Lesmana (2017, p. 6) *feature* adalah bentuk tulisan di media massa yang umumnya menyajikan informasi yang ringan serta menghibur. Penulisan *feature* juga bersifat tidak terikat oleh waktu serta menuntut kreativitas yang tinggi dari penulisnya.

Konten berita yang dihasilkan *Xposeindonesia.com* seputar hiburan dalam negeri. Hal tersebut menjadi latar belakang penulis melaksanakan magang di *Xposeindonesia.com*. Melakukan kerja magang di *Xposeindonesia.com* dapat menambah pengetahuan penulis dalam bidang jurnalistik, terutama jurnalisme *online* yang mana era digital lebih berkembang. Selain itu, penulis ingin mendalami pemahaman mengenai penulisan *feature* di media *online*.

Penulis berperan sebagai penulis konten dengan menulis artikel dari hasil riset melalui internet dan video wawancara yang dipublikasikan di Instagram TV. Tema dari artikel yang dibuat penulis ditentukan oleh Redaktur Pelaksana. Namun, penulis juga dibolehkan untuk inisiatif dalam menentukan tema sendiri untuk artikel yang dibuat. Penulis juga melakukan liputan langsung ke lapangan seperti reporter pada umumnya. Maka dari itu, penulis juga melakukan sunting video dari hasil liputan. Tidak hanya itu, penulis juga bertugas dalam melakukan sunting foto.

1.2 TUJUAN MAGANG

Selain menjadi salah satu syarat menempuh pendidikan strata, tujuan kerja magang yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui proses kerja jurnalisme terutama penulis konten di media *online*. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui serta mendalami mengenai proses penulisan artikel *feature*. Dalam hal tersebut, penulis dapat mengasah kemampuan mengenai kerja jurnalistik yang diajarkan di universitas.

Sebagai penulis konten, penulis dapat mengetahui dan memahami gaya penulisan artikel *feature* di *Xposeindonesia.com*. Melaksanakan magang di *Xposeindonesia.com* juga membuat penulis terbiasa dengan cara kerja jurnalistik serta dapat menghasilkan artikel atau tulisan yang menarik dan informatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di *Xposeindonesia.com* selama 62 hari. Terhitung dari tanggal 20 Agustus 2020 hingga 20 oktober 2020. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis bekerja dari rumah. Hal

tersebut membuat waktu penugasan menjadi fleksibel sehingga hari Minggu termasuk hari kerja. Maka dari itu, penulis bekerja dari hari Senin hingga hari Minggu, pukul 09:00 hingga 17:00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada awalnya, penulis kesulitan mencari tempat magang karena banyak perusahaan media yang tidak membuka lowongan untuk peserta magang. Hal tersebut karena adanya pandemi Covid-19. Seiring waktu, beberapa perusahaan media mulai membuka lowongan bagi peserta magang meskipun jumlahnya terbatas.

Setelah itu, penulis mengajukan CV magang ke beberapa media seperti *Radio Prambors*, *Muslimah Daily*, dan *Xposeindonesia.com*. Dari ketiga media tersebut, *Xposeindonesia.com* adalah yang paling cepat merespon CV magang penulis. Pada tanggal 8 Agustus, penulis melakukan wawancara via telepon dengan Redaktur Pelaksana *Xposeindonesia.com*, Nini Sunny.

Kemudian, pada tanggal 10 Agustus, penulis mendapatkan konfirmasi bahwa diterima sebagai penulis konten di *Xposeindonesia.com*. Karena posisi tersebut sesuai dengan yang telah diajarkan di universitas, maka penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di *Xposeindonesia.com*.

Untuk melakukan praktik kerja magang, penulis mengajukan formulir surat pengantar magang dari kampus atau pengajuan KM I. Kemudian, penulis mendapatkan surat pengantar magang untuk ditunjukkan ke kantor yang penulis kehendaki atau KM II. Setelah KM II diterima, penulis mengirimkannya ke *Xposeindonesia.com*.

Penulis dinyatakan dapat mulai bekerja pada tanggal 20 Agustus 2020. Dalam melaksanakan praktik kerja magang di *Xposeindonesia.com*, penulis bekerja dari rumah. Hal tersebut karena karyawan yang bekerja di kantor dibatasi akibat pandemi Covid-19.