



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

Pada era globalisasi saat ini, teknologi informasi berkembang dengan pesat. Masyarakat memiliki banyak opsi untuk mencari informasi dalam bentuk berita. Hal ini membuka peluang bagi media baru yaitu media *online*. Dari survei yang dilakukan oleh Nielsen, pembaca media cetak juga adalah pengguna internet. Data Nielsen menunjukkan sebanyak 65% pembaca media cetak mengakses internet melalui ponsel pintarnya selama hampir 3 jam tiap harinya. Data Nielsen *Consumer and Media View* juga menunjukkan bahwa sampai dengan Juli hingga September 2017, jumlah pembaca versi digital mencapai 6 juta orang dengan penetrasi sebesar 11%. Media *online* juga dinilai mampu menjangkau konsumen media masa depan yakni Generasi Z dengan rentang usia 10-19 tahun sebanyak 17% (nielsen, 2017).

Menurut Haryanto (2014, p. xi), Perhatian pada jurnalistik ini perlahan-lahan berkembang pada soal yang lebih luas seperti perkembangan media itu sendiri, baik sejarahnya, maupun perkembangan terkini, kemudian juga pada masa ketika internet berkembang hingga munculnya media baru.

Sejarah mencatat, media-media baru selalu hadir seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan media juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi masyarakat. Penemuan mesin cetak oleh Gutenberg melahirkan media cetak pada abad 18. Pada tahun 1920-an munculnya radio melahirkan jurnalisme radio. Begitu pula kehadiran televisi pada pertengahan abad 20 melahirkan jurnalisme *broadcasting* (Margianto & Syaefullah, 2012, p. 12).

Kehadiran internet yang telah memberi pengaruh cukup besar terhadap cara orang bersosialisasi dengan orang lainnya (Severin & Jr., 2007, p. 443). Internet telah membawa perubahan besar di segala aspek kehidupan masyarakat modern. Hubungan sosial, perilaku politik, model bisnis, hingga praktik jurnalisme saat ini jauh berada dibandingkan dengan keadaan pada awal 2000-an (Wendratama, 2017, p. 2). Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

dalam buletin APJII (APJII, 2018), penetrasi penggunaan internet di Indonesia pada 2017 meningkat menjadi 143,26 juta jiwa. Pada survei yang dilakukan tahun 2016, jumlah penggunaan internet di Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya.

Munculnya internet membawa perubahan baru dalam dunia informasi. Perubahan ini juga berdampak pada bagaimana mendapatkan informasi dari media cetak ke media *online*. Tidak hanya media cetak yang beralih ke dunia maya, tetapi media elektronik seperti televisi dan radio pun mengikuti arus yang sama. Mulai muncul teknologi *streaming* untuk televisi dan radio sehingga masyarakat hanya memerlukan laptop atau perangkat yang tersambung ke internet untuk menonton televisi dan mendengarkan radio. Berita yang awalnya hanya tayang di televisi atau dibacakan di radio pun kini memiliki versi tertulisnya di media *online*.

Ada pula tiga keunggulan media *online* menurut Yunus (2012, p. 32-33) adalah informasi yang dihasilkan bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Berita *up to date* karena media *online* memiliki proses penyajian berita yang lebih mudah dan sederhana sehingga informasi dapat dimutakhirkan dari waktu ke waktu. Bersifat *real time* karena media *online* dapat langsung menyajikan berita saat peristiwa tengah berlangsung, bukan setelah peristiwa. Terakhir, media *online* disebut praktis karena dapat diakses di mana dan kapan saja asal didukung dengan fasilitas internet. Meski alur kerja jurnalistiknya tidak jauh berbeda dengan media tradisional, media daring atau yang juga disebut *new media* memiliki beberapa karakteristik khusus yakni digital, interaktif, hipertekstual, virtual, terhubung, dan tersimulasikan (Lister et al., 2009, p. 13).

Beritagar.id adalah media *online* yang berada di bawah payung PT Lintas Cipta Media dan merupakan anak perusahaan dari Global Digital Prima (GDP) Venture. Dengan visinya “Merawat Indonesia”, Beritagar.id bermaksud untuk dapat menjernihkan suatu isu, berdasarkan fakta, dan data yang valid. Media ini menyajikan beritanya dengan menggunakan data, teknologi, dan visual (videografik dan infografik) (“Tentang Kami,” 2015, para. 2).

Berbeda dengan media *online* lainnya, media ini tidak mengutamakan kecepatan, karena untuk kecepatan *update* itu sendiri Beritagar.id telah menggunakan sistem teknologi robotik yang membuat berita singkat seperti hasil pertandingan sepak bola, cuaca, dan saham (Sandy Pramuji, *personal communication*, September 13, 2019). Untuk berita yang ditulis oleh reporter, tingkat kesalahan informasi yang diberikan terbilang sangat minim karena menunggu fakta dan data yang valid dari narasumber terkait. Sandy Pramuji, redaktur pelaksana dari Beritagar.id mengatakan dalam pembuatan berita yang ditulis oleh reporter, media ini tidak mengutamakan kecepatan, setelah melakukan liputan berita langsung terbit, namun tetap mengutamakan kredibilitas. (*personal communication*, September 13, 2019).

Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Beritagar.id karena merupakan media baru yang mampu bersaing dengan media lain melalui berbagai konten yang dimiliki. Salah satunya konten artikel yang berasal dari redaksi. Media beritagar.id menyajikan konten “Berita” yang menyajikan informasi peristiwa sehari-hari dan ada juga konten yang membahas isu-isu terkini dengan pakarnya langsung melalui konten “Bincang”. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mempraktikkan ilmu penulisan berita yang penulis dapat selama di bangku perkuliahan dan mengaplikasikannya di media Beritagar.id.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang selama kurang lebih tiga bulan sebagai reporter di subdivisi berita harian di Beritagar.id. Kerja magang dilakukan sebagai salah satu syarat wajib kelulusan yang diharuskan Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan gelar strata satu (S1). Selain itu, penulis memiliki tujuan lainnya, yaitu:

1. Menerapkan ilmu-ilmu jurnalistik yang telah dipelajari selama kuliah seperti *News Writing*, *Feature Writing* dan *Interview Techniques and Reporting* khususnya pada praktik menulis berita di subdivisi berita harian Beritagar.id.
2. Membangun relasi dengan sesama karyawan Beritagar.id baik dalam redaksi maupun dengan divisi lainnya. Relasi yang dimaksud seperti

mendapatkan kontak narasumber yang akan berguna untuk liputan selanjutnya atau rekomendasi tempat kerja di media lain.

3. Mendapatkan pelajaran dan pembekalan tentang dunia kerja di bidang jurnalistik sehingga jika lulus kelak penulis sudah punya bekal pengalaman magang di Beritagar.id.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang selama 60 hari kerja sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Periode praktik kerja magang ini dilakukan dari 5 Agustus 2019 hingga 8 November 2019 di Gedung Beritagar.id, tepatnya di jalan Jatibaru no.28 Jakarta pusat. Hari dan jam bekerja yaitu Senin hingga Jum'at pukul 10.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB atau sampai pekerjaan selesai. Namun, jam kerja ini bersifat fleksibel sesuai dengan agenda hari itu, bisa juga penulis mendapatkan liputan, atau pekerjaan membuat artikel pada hari sabtu dan minggu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai kerja magang, penulis menyiapkan *Curriculum Vitae* (CV) dan mengirimkan ke beberapa media yaitu, DAAI TV, CNN Indonesia, Kompas.com, dan Beritagar.id. Penulis mengirimkan email ke media tersebut dengan melampirkan CV, dan juga beberapa hasil liputan yang telah dilakukan selama menjalani perkuliahan. Namun, CNN Indonesia.com, Kompas.com, dan DAAI TV, sedang penuh oleh mahasiswa yang magang. Lalu, pada 15 juli 2019 penulis dihubungi oleh Beritagar.id melalui sekretaris redaksi yaitu Mba Airin Febriana untuk melakukan wawancara pada tanggal 17 Juli 2019 jam 14.00 WIB di kantor Beritagar.id.

Setelah melakukan wawancara, penulis dihubungi lagi dengan mba Airin Febriana bahwa telah diterima untuk melakukan magang di Beritagar.id. Penulis memutuskan memulai kerja magang pada tanggal 29 Juli 2019. Namun, karena adanya aturan dari Universitas bahwa magang akan dihitung setelah Kartu Magang

(KM-03) dikeluarkan oleh Universitas. Maka dari itu, mulai tanggal 29 juli 2019 hingga 4 Agustus 2019 penulis tidak dihitung magang. Baru terhitung magang dari tanggal 5 Agustus 2019.

Setelah menjalani kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan editor Beritagar.id, Sandy Pramuji, para editor lainnya, redaktur pelaksana subdivisi Berita, dan para reporter. Penulis diberi kepercayaan untuk menulis artikel berita dari rilis, informasi di media sosial resmi pemerintahan, dan juga melakukan liputan ke beberapa tempat.

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, ada beberapa prosedur dari universitas yang harus diikuti oleh para mahasiswa. Prosedur tersebut di antaranya adalah:

1. Mahasiswa harus hadir dalam seminar sosialisasi magang dimana mahasiswa diberikan pembekalan mengenai syarat tempat magang dan syarat divisi yang diperbolehkan serta para mahasiswa juga harus mengisi formulir KM-01, yaitu formulir pengajuan kerja magang. Mahasiswa mengisi data diri mereka dan mengisi data perusahaan yang akan menjadi tempat magang. Pengisian formulir KM-01 bertujuan untuk mendapatkan persetujuan tempat magang dari ketua prodi Ilmu Komunikasi, apakah tempat magang yang diajukan merupakan tempat yang sesuai dengan kriteria universitas untuk ditandatangani oleh ketua prodi.
2. Jika sudah disetujui oleh kaprodi, maka mahasiswa dapat memberikan KM-01 kepada admin prodi komunikasi untuk mendapatkan KM-02, yaitu surat pengantar kerja magang atau permohonan kerja magang untuk diberikan kepada perusahaan atau institusi. Saat mengajukan magang ke perusahaan yang dituju, mahasiswa harus menyertakan formulir KM-02, *curriculum vitae* dan transkrip nilai. Jika perusahaan tertarik, maka mereka akan memanggil mahasiswa untuk mengikuti *interview*.
3. Tahap yang ketiga adalah apabila mahasiswa sudah diterima di perusahaan, mahasiswa harus meminta surat pernyataan kepada perusahaan yang menyatakan bahwa mahasiswa sudah diterima oleh perusahaan disertai dengan cap perusahaan. Surat pernyataan ini harus

disalin menjadi dua lembar, salinan pertama diserahkan kepada admin prodi sebagai bukti bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah diterima oleh perusahaan dan salinan kedua diserahkan kepada BAAK untuk mendapatkan formulir KM-03 – KM-07 (kartu kerja magang, kehadiran kerja magang, laporan realisasi kerja magang, penilaian kerja magang, tanda terima laporan kerja magang).

4. Apabila sudah mendapatkan KM-03 – KM-07 mahasiswa bisa memulai kegiatan magang di perusahaan yang sudah mahasiswa tentukan. Waktu pelaksanaan magang adalah sesuai dengan kesepakatan antara mahasiswa dan perusahaan. Pada intinya, universitas menentukan bahwa mahasiswa harus melakukan kegiatan kerja magang selama minimal 60 hari yang disesuaikan dengan kehadiran di perusahaan yang bersangkutan.