



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

1.4 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi, semakin banyak perubahan yang terjadi di kehidupan masyarakat, salah satunya ditunjukkan dengan cara informasi tersebar. Internet pun menjadi wadah berbagai informasi yang keberadaannya saat ini sudah dikenal oleh masyarakat luas. McQuail (2009, p. 28-29) menjelaskan bahwa internet merupakan media yang memiliki berbagai karakteristik dari teknologinya lewat cara penggunaannya, lingkup layanannya, hingga isi dan *image* di dalamnya. Keberadaan internet tidak dimiliki oleh pihak tunggal, sehingga untuk mengendalikan dan mengelolanya diperlukan jejaring komputer internasional yang terhubung satu sama lain. Dalam pengoperasiannya, ada protokol yang dilakukan berdasarkan hasil kesepakatan bersama. Beberapa pihak yang berperan dalam hal tersebut diantaranya seperti *provider* dan badan telekomunikasi.

Di Indonesia, persentase pemakai internet terhitung cukup tinggi. Dilansir dari kompas.com menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dari total populasi sebanyak 264 juta, ada 171,17 jiwa atau 64,8% orang Indonesia yang telah terhubung ke internet. Hasil tersebut didapatkan dari 5.900 sampel yang proses pengambilan datanya dilakukan selama Maret hingga 14 April 2019 dengan *margin of error* 1,28% (Yudha Pratomo, 2019).

Kemunculan internet dan tingginya jumlah pemakai yang ada kemudian mendorong munculnya media baru. Kemunculan media baru merupakan hasil pemekaran dari media konvensional atau dikenal sebagai konvergensi. Menurut Septiawan (2005, p. 135) perkembangan selalu dialami media massa sejak awal ditemukan. Munculnya model-model baru dalam media, merupakan suatu evolusi yang dihasilkan dari model yang sudah ada sebelumnya. Hal tersebut juga ditunjukkan pada media yang memanfaatkan internet.

Munculnya media baru, saat ini dibuktikan dengan lahirnya berbagai media daring yang kerap menjadi rujukan informasi publik. Menurut Kovach & Rosenstiel (2007, p. 204) banyak redaksi yang mulai menggunakan *website* untuk meningkatkan pengaruh cerita mereka dengan menyajikannya secara lebih personal dan interaktif. Media daring yang terhubung dengan internet memungkinkan berbagai hal untuk disalurkan pada para penggunanya dalam waktu yang relatif cepat. Saat ini jumlah media daring yang ada di Indonesia sendiri mencapai angka sekitar 43.000 (Kominfo, 2018).

Pola konsumsi masyarakat di era media baru sendiri telah bergeser ke arah *digital*. Menurut McQuail (2003, p. 302) munculnya media baru menjadikan masyarakat sebagai kelompok yang bergantung pada informasi elektronik yang kompleks, dimana hasil dari sumber daya jaringan komunikasinya diperuntukan bagi kegiatan komunikasi dan informasi. Segala informasi yang ada dalam media daring dihasilkan oleh para pencari berita yang kemudian membuat karya jurnalistik. Lukmantoro (2014, p. 2) menjelaskan bahwa segala aktivitas jurnalistik yang disalurkan lewat media daring akan disebut sebagai jurnalistik *online*.

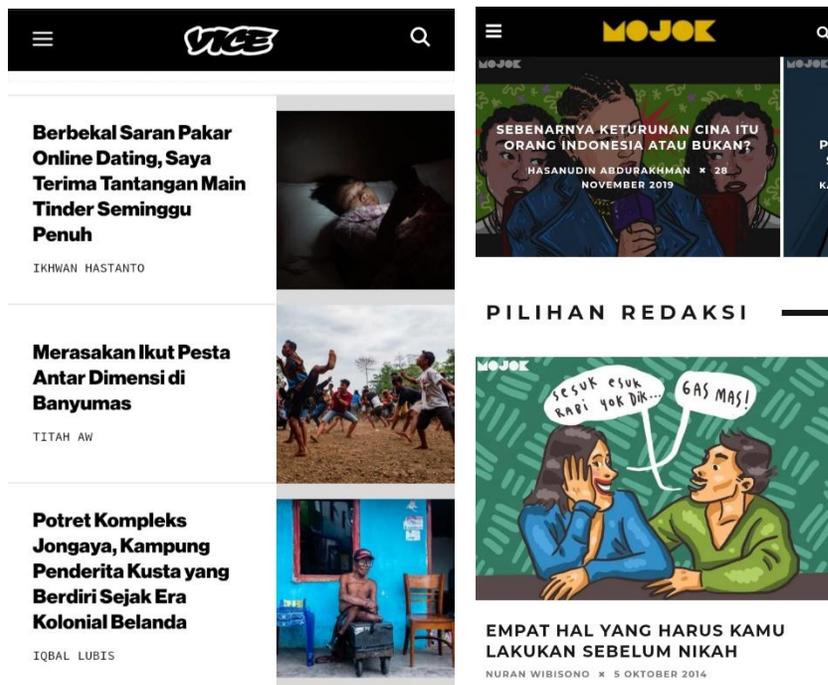
Praktek jurnalistik *online* sendiri terbilang lebih fleksibel dari media-media lain. Berbeda dengan media cetak yang mengejar tenggat waktu cetak, pengerjaan berita untuk media daring dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Selain itu jurnalistik *online* juga memiliki beberapa ciri yang menunjukkan pengerjaannya yang tidak kaku, seperti adanya beragam format media dalam isi peliputan yang memungkinkan interaksi antar penulis dan jurnalis, hingga adanya hubungan antara elemen berita yang dibuat dengan sumber-sumber *online* lain (Romli, 2012, p. 14).

Walaupun fleksibel dalam pembuatannya, proses pemberitaan juga berkaitan erat dengan berbagai kejadian terkini yang terjadi di sekitar kita. Berita-berita tersebut biasanya dikemas sebagai *hard news* yang sering menjadi pemicu perbincangan publik (Brooks et al., 2017, p. 4-5). Namun tidak semua kejadian aktual dapat diproses dan produksi sebagai konten berita. Jurnalis pun seringkali berbenturan dengan batasan yang dibuat oleh media yang menaunginya. Terkait hal

tersebut penulis ingin melihat secara nyata batasan yang harus dihadapi jurnalis pada kerja jurnalistik *online* yang dilakukan.

Batasan yang dibuat oleh suatu media seringkali juga dilakukan untuk menyesuaikan berita yang dihasilkan dengan gaya pemberitaan yang ada pada media terkait. Saat ini banyak bermunculan media daring yang tak hanya fokus memberitakan *hard news*. Banyak media daring yang kini memproduksi berita *soft news*, dimana tulisan yang dihasilkan lebih membahas sudut pandang lain suatu peristiwa dan umumnya lebih ringan juga membantu khalayak untuk lebih memahami pihak-pihak di balik suatu isu (Brooks et al.,2017, p. 5). Beberapa media yang lebih identik dengan *soft news* kini juga telah banyak muncul di Indonesia beberapa diantaranya seperti Mojok.co dan Vice Indonesia yang memiliki bentuk berita seperti gambar di bawah.

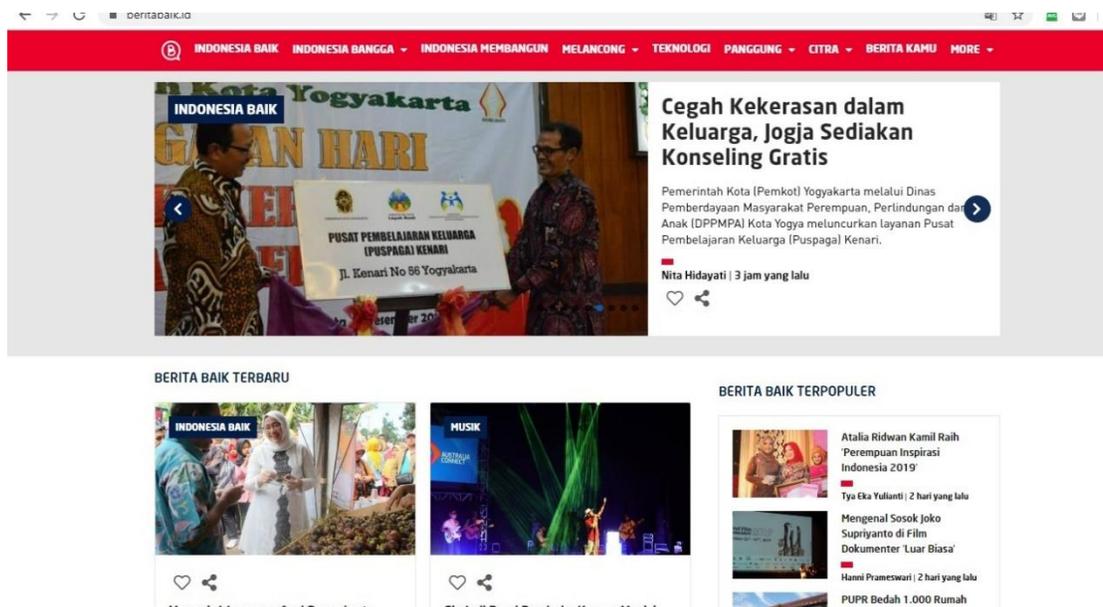
Gambar 1.1 Contoh media-media yang identik dengan *soft news*



Dengan mengesampingkan gaya berita baku yang biasa dipakai pada *hard news*, media-media tersebut memberikan tema-tema alternatif atau sisi lain suatu peristiwa yang bisa dinikmati pembaca dengan lebih ringan. Tulisan *soft news* pun dijadikan sebagai konten utama yang disuguhkan oleh kedua media tersebut.

Peristiwa baik yang tak setiap hari bisa ditemukan, membuat *soft news* menjadi salah satu pilihan konten yang menjadi opsi pemberitaan yang cukup sering dihasilkan oleh *Good News From Indonesia*, tempat penulis melakukan praktik magang. Berita *soft news* pun menjadi siasat ketersediaan tulisan di media tersebut setiap harinya. Sesuai dengan nama media daringnya, berita yang penulis buat di *Good News From Indonesia* harus merujuk pada hal-hal baik yang ada di Indonesia. Hal tersebut ternyata juga dilakukan beritabaik.id yang berada dibawah naungan PT. Warta Milenial Indonesia (WMI). Dalam laman “tentang kami” yang ada di *website*-nya dijelaskan bahwa media tersebut mengusung gaya berita jurnalisme positif. Ragam berita baik yang dimiliki media tersebut diharapkan dapat menjadi penyegar informasi di tengah masyarakat. Gambar dibawah merupakan contoh topik tulisan yang disajikan dalam *website* media daring tersebut.

Gambar 1.2 Contoh berita dalam media Indonesiabaik.id



Sebelumnya media dengan semangat yang sama pun telah hadir di luar Indonesia. Tirto.id pernah memuat artikel terkait praktik jurnalisme positif yang berkembang di dunia, termasuk Indonesia. *The Positive Vibes* yang didirikan Shauna Crockett-Burrows pada 1993 menjadi pelopor jurnalisme dengan pendekatan yang saat itu cukup baru. Berdirinya media tersebut berawal dari upaya perlawanan terhadap banyaknya narasi negatif yang muncul di media arus utama. Media tersebut pun sempat muncul

dalam beberapa edisi seperti Spanyol, Amerika Serikat, Argentina dan Hongkong. Praktik jurnalisme positif juga pernah dilakukan media-media ternama internasional, beberapa diantaranya seperti; *Huffington Post* dengan rubrik “Good News”-nya pada 2011, kompilasi berita inspirasi *Washington Post* yang diluncurkan lewat “The Optimist” pada 2014, munculnya rubrik “Solutions and Innovations” pada 2016 oleh *The Guardian* hingga rubrik “This Week in Good News” yang muncul di *New York Times* pada 2016. (Zen RS, 2018).

Jurnalisme positif tersebut juga diterapkan *Good News From Indonesia* lewat berbagai berita yang ada di dalamnya. *Good News From Indonesia* memiliki tujuan menjadi sumber utama kabar baik dari Indonesia. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat Indonesia, terutama anak muda bisa lebih optimis dan mencintai negeri mereka. Tujuan yang dimiliki *Good News From Indonesia* tersebut dilakukan lewat medianya karena berita memiliki pengaruh pada masyarakat. Kovach & Rosenstiel (2007, p.12) menuturkan bahwa berita yang ada di media membantu komunitas untuk mendefinisikan kelompoknya, menciptakan bahasa bersama hingga membentuk pengetahuan umum yang berasal dari kenyataan. Hasil aktivitas jurnalistik suatu media dianggap dapat membantu sebuah kelompok untuk mengenali tujuan, pahlawan bahkan musuh dari kelompok kita. Peran tersebutlah yang coba untuk dilakukan oleh media-media yang mengedepankan jurnalisme positif seperti *beritabaik.id* dan *Good News From Indonesia*.

1.5 Tujuan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai diantaranya;

- a. Penulis ingin menerapkan ilmu jurnalistik yang selama ini telah diterima dalam pembelajaran selama masa perkuliahan.
- b. Penulis berharap dapat mengembangkan pengetahuan dan kemampuan dalam menghasilkan produk jurnalistik khususnya dalam penulisan berita. Hal tersebut berkaitan dengan posisi penulis yang melakukan kerja magang sebagai reporter pada media terkait.

- c. Penulis ingin memperluas relasi dalam dunia jurnalistik agar kedepannya dapat lebih mudah menyesuaikan diri dalam dunia kerja pemberitaan.
- d. Penulis berharap kerja magang yang dilakukan dapat memenuhi kewajiban penulis sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sehingga dapat melanjutkan proses perkuliahan hingga sampai pada kelulusan.

1.6 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.6.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melakukan kerja magang, penulis mulai aktif sebagai salah satu reporter magang sejak 2 september 2019. Periode magang tersebut diakhiri pada tanggal 29 november 2019. Pada hari kerja penulis melakukan proses kerja pada kantor media *Good News From Indonesia* yang beralamat di Jl. Bendungan Jatiluhur No.19, Jakarta Pusat.

Waktu kerja penulis setiap harinya berlangsung selama delapan jam yang diawali dengan jam masuk pukul sepuluh dan jam pulang pukul enam. Namun penetapan waktu tersebut tidak kaku karena menyesuaikan dengan penugasan yang sedang penulis terima.

1.6.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan rangkaian praktik kerja magang yang merupakan kewajiban penulis sebagai mahasiswa aktif Universitas Multimedia Nusantara, penulis telah memenuhi persyaratan akademik dengan sekurang-kurangnya telah meluluskan 110 SKS pada mata kuliah yang diambil tanpa adanya nilai E.

Setelah melewati syarat tersebut penulis mencari beberapa kontak perusahaan media yang dilakukan lewat berbagai sumber informasi seperti internet dan rekomendasi yang telah diberikan oleh pihak kampus. Bersamaan dengan itu penulis mengajukan formulir KM-00 dan KM-01 untuk mendapat persetujuan kerja magang dari kampus pada tempat-tempat yang diajukan penulis. Penulis pun mendaftar pada beberapa perusahaan media dengan

mengirimkan beberapa berkas, seperti *Curriculum Vitae* (CV), Portfolio dan surat keterangan mahasiswa aktif.

Pada akhirnya penulis mendapat respon dari salah satu media yaitu *Good News From Indonesia* pada 28 Agustus 2019 setelah sebelumnya telah mengirimkan surat elektronik pada 27 Agustus. Penulis melakukan wawancara dan *briefing* pada 30 Agustus 2019 dan akhirnya memulai kerja magang pada awal minggu berikutnya. Bersamaan dengan itu pengantar kerja magang (KM-02) yang telah ditanda tangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi pun keluar sehingga mendorong penulis untuk melakukan kerja magang di media terkait.