

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan bermasyarakat, jurnalisme memiliki peran penting. Peran yang dilakukan jurnalisme adalah memberi informasi pada masyarakat. Informasi sendiri menjadi komponen penting dalam terjadinya demokrasi. Oleh karena itu, jurnalis mempunyai tugas demokratik untuk menulis secara jelas dan dalam bahasa publik (Ishwara, 2011, p. 3).

Informasi yang diberikan jurnalis juga bukanlah sekedar informasi saja. Jurnalis dinilai tidak hanya melulu memberikan informasi melainkan diperlukan keahlian untuk memberi makna dari sebuah informasi. Makna ini dinilai dapat memudahkan khalayak untuk menginterpretasikan sebuah fakta. Oleh karena itu, seorang jurnalis bukanlah pelapor biasa melainkan juga seorang *interpreter* (Ishwara, 2011, p. 18).

Untuk melayani khalayak dari segi informasi, jurnalisme tentu menyentuh hampir semua aspek kehidupan khalayaknya (Ishwara, 2011, p. 34). Hal ini yang menciptakan beragam bidang dari jurnalisme itu sendiri. Bidang-bidang tersebut, antara lain jurnalisme bisnis, jurnalisme olahraga, jurnalisme lingkungan hidup, dan sebagainya. Yang disebut pertama dirasa memiliki pengaruh yang cukup besar pada khalayak.

Jurnalisme bisnis adalah jurnalisme yang menyiarkan berita tentang perubahan ekonomi yang terjadi dalam kehidupan masyarakat (Abrar, 2017, p. 2). Ekonomi yang dibicarakan dalam jurnalisme meliputi ekonomi mikro hingga makro. Oleh karena itu, seseorang ingin membeli suatu barang perlu mengetahui tentang harga barang tersebut yang bisa ditemukan dalam jurnalisme bisnis.

Pada ekonomi mikro, khalayak bisa mengetahui peluang-peluang yang dimiliki ketika hendak berbisnis. Dari informasi jurnalisme bisnis, mereka bisa menyusun strategi untuk memajukan bisnisnya (Abrar, 2017, p. 13). Tak

hanya strategi, khalayak juga bisa memanfaatkan berita bisnis untuk mengetahui aksi yang dilakukan oleh pesaingnya. Oleh karena itu, daya saing tercipta untuk tidak menyerah pada pesaingnya masing-masing.

Tak hanya ekonomi mikro, khalayak juga membutuhkan berita bisnis yang menyangkut perkembangan ekonomi makro. Mereka memersepsikan bahwa berita merupakan sinyal yang bisa mengatur perilaku mereka, paling tidak dalam mengatur bujet kehidupan keluarga sehari-hari (Abrar, 2017, p. 14). Contohnya, ketika ada berita kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) tentu akan mempengaruhi harga beberapa bahan pokok yang dibutuhkan khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, berita kenaikan harga BBM ini bisa mempengaruhi perekonomian keluarga.

Selain itu, jurnalisme bisnis juga berguna bagi wirausahawan yang membutuhkan naluri dalam ekspansi (Abrar, 2017, p. 2). Naluri yang digunakan untuk mengembangkan bisnis dinilai tidak dapat datang dengan sendirinya. Hal ini memerlukan berita bisnis yang dirasa mampu memberi rangsangan bagi wirausahawan.

Pentingnya jurnalisme bisnis di kalangan masyarakat dirasa belum cukup dikenali. Padahal segala hal yang dibahas dalam jurnalisme bisnis sangat dekat dengan kehidupan khalayak yang setiap harinya melakukan aktivitas ekonomi. Kurang mengertinya wartawan maupun khalayak terhadap jurnalisme bisnis ini yang menjadikannya sulit berkembang di Indonesia (Abrar, 2017, p. 3).

Pada tahun 2018, Presiden Jokowi pernah mengatakan pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) bahwa jumlah enterpreneur yang dimiliki Indonesia jumlahnya masih sedikit dibandingkan negara maju yang baru berjumlah 3,1% (Kuado, 2019). Padahal, negara-negara maju setidaknya memiliki enterpreneur sebanyak 14% dari total penduduknya. Secara tidak langsung, jurnalisme bisnis memiliki tanggung jawab dalam membantu pemerintah untuk meningkatkan jumlah enterpreneur di Indonesia. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan berita yang memuat adanya peluang bisnis dan segala hal yang berkaitan.

Jurnalisme bisnis memanglah bukan sesuatu yang mudah untuk dipahami. Seorang jurnalis bisnis pun dirasa perlu kemampuan yang ekstra untuk memproduksi berita bisnis. Kemampuan ekstra tersebut, antara lain menganalisis sebuah perusahaan dari laporan keuangan, melihat kaitan perkembangan bisnis dengan khalayak, serta mampu memberi ide untuk bisnis dari laporan yang diberitakan (Abrar, 2017, p. 10).

Jurnalisme bisnis di Indonesia sempat menjadi kebutuhan khalayak di akhir 1997 dan awal 1998. Pada masa itu, berita ekonomi menjadi informasi paling diminati oleh khalayak. Pasalnya, situasi ekonomi yang ditandai oleh krisis moneter yang sulit dikendalikan (Muhtadi, 2016, p. 108). Oleh karena itu, seluruh media mulai dari media cetak hingga media elektronik memproduksi berita terkait situasi tersebut.

Situasi krisis ekonomi ini menyebabkan jurnalisme bisnis sedikit mulai berkembang di Indonesia. Tingginya perhatian pembaca pada kasus tersebut menyebabkan arus pemberitaan ekonomi cukup deras. Pemberitaan ekonomi ini dianggap menjadi sentral beberapa koran pada umumnya menyediakan halaman khusus ekonomi (Muhtadi, 2016, p. 108).

Di Indonesia, media yang secara khusus menyajikan perihal bisnis tak seberapa dibandingkan dengan media mainstream yang memiliki diversifikasi jenis berita yang beragam. Media ekonomi mengeluarkan berita yang tidak hanya menyangkut masalah perdagangan, tetapi juga mengenai masalah-masalah lain, seperti perindustrian, perbankan, perburuhan, bursa efek, catatan harga pasar, dan sebagainya (Muhtadi, 2016, p. 109)

Salah satu media bisnis yang saat ini masih berdiri di Indonesia ialah *Harian Bisnis dan Investasi Kontan*. Terbit pada tahun 1996, media ini secara khusus membahas dunia ekonomi dari dalam negeri dan luar negeri. Media ini juga termasuk dalam unit perusahaan Kompas Gramedia yang merupakan salah satu perusahaan media besar di Indonesia.

Laporan magang ini secara khusus akan membahas bagaimana alur kerja jurnalis bisnis di media yang secara khusus membahas dunia ekonomi seperti *Kontan*. Harapannya, laporan ini bisa membuka pengetahuan baru bagaimana

jurnalis bisnis menjalankan pekerjaannya dengan kemampuan yang sebelumnya dikatakan lebih ekstra dibandingkan jurnalis pada umumnya. Selain itu, dengan adanya laporan ini juga bisa menjadi pegangan bagi siapapun yang memiliki niat berkecimpung di dunia jurnalistik, khususnya sebagai jurnalis bisnis.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari kerja magang ini ialah:

- a. Penulis ingin mendalami salah satu bidang jurnalisme yaitu jurnalisme bisnis.
- b. Penulis ingin mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang telah didapat selama belajar di UMN.
- c. Penulis ingin menambah relasi sesama wartawan yang ditemui di ruang redaksi maupun saat liputan.
- d. Memenuhi syarat kelulusan untuk mendapat gelar sarjana di UMN.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan panduan kerja magang yang telah disusun oleh tim dosen Fakultas Ilmu Komunikasi UMN, mata kuliah magang memiliki ketentuan terkait periode waktu pelaksanaan magang. Mahasiswa yang mengambil mata kuliah ini wajib melaksanakan magang minimal 60 hari kerja yang terdapat dalam 3 bulan kalender atau sesuai ketentuan perusahaan tempat pelaksanaan magang. Mahasiswa terhitung magang setelah form KM-03 sudah dikeluarkan oleh pihak kampus.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan surat keterangan penerimaan magang kuliah yang dikeluarkan oleh PT Grahanusa Mediatama per 13 Agustus 2019, penulis diterima magang sebagai reporter junior pada 8 Agustus 2019 sampai 30 Oktober 2019. PT Grahanusa Mediatama adalah nama perusahaan dari media bisnis dan investasi *Kontan*. Pada pelaksanaannya, penulis mengakhiri magang pada 31 Oktober 2019.

Selama periode tersebut, penulis melaksanakan kerja magang 5 hari dalam seminggu dengan 2 hari libur di setiap minggunya. Pengaturan jadwal kerja magang diberikan setiap bulan dan diatur sama halnya dengan jurnalis tetap lainnya. Setiap harinya, jam kerja juga bersifat fleksibel disesuaikan dengan penugasan yang berbeda tiap harinya.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mulai mencari tempat kerja magang dengan mengirimkan surat lamaran melalui email ke beberapa media pada 10 Juni 2019. Untuk media *Kontan*, penulis mengirimkan surat lamaran dan *Curriculum Vitae* (CV) pada 12 Juni 2019. Penulis mendapat email balasan pada 15 Juni 2019 yang berisikan undangan wawancara pada 17 Juni 2019.

Penulis memenuhi undangan wawancara dengan datang ke Gedung *Kontan* pada tanggal yang dijadwalkan. Untuk melakukan proses wawancara, penulis bertemu dengan Margaretha Matasak selaku HR & GA Manager dari PT Grahanusa Meditama. Dalam wawancara tersebut, penulis diminta menceritakan pengalaman dalam bidang jurnalistik. Selain itu, penulis diberikan penjelasan mengenai sistem kerja magang di perusahaan tersebut. Wawancara diakhiri dengan pengisian formulir kontrak kerja magang.

Pemberitahuan selanjutnya didapat penulis melalui pesan email pada 24 Juni 2019. Email tersebut berisikan undangan untuk mengikuti rapat redaksi pada keesokan harinya. Memenuhi undangan tersebut, penulis datang pada rapat redaksi. Dalam rapat tersebut, penulis memperhatikan pembicaraan *managing editor* bersama kepala redaktur setiap kompartemen mengenai isi rancangan koran pada hari itu. Setelah rapat redaksi, penulis langsung ditetapkan untuk menempati kompartemen investasi untuk rubrik non-bursa. Penulis langsung dikenalkan langsung dengan beberapa orang yang akan mendampingi selama kerja magang, antara lain kepala redaktur Harris Hadinata dan

asisten redaktur yang terdiri dari 3 orang, antara lain Anna Suci, Avanty Nurdiana, dan Sanny Cicilia.

Selama periode akhir Juni 2019 hingga awal Agustus 2019, kerja magang yang dilakukan oleh penulis termasuk magang informal. Untuk magang yang dianggap untuk memenuhi mata kuliah magang terhitung setelah penulis mendapat form KM-03 pada 8 Agustus 2019. Selama pelaksanaan kerja magang ini, penulis melakukan beberapa penugasan yang diberikan. Beberapa kali, penulis mencoba inisiatif untuk memiliki ide peliputan sendiri. Proses setelah artikel terbuat yaitu mengirim hasil artikel di situs ketan.kontan.co.id atau email di redaksi.investasi@gmail.com. Baru setelah itu, artikel diedit oleh editor online dan asisten redaktur untuk tulisan di koran.

Proses pelaksanaan magang dilanjutkan dengan penyusunan laporan magang. Laporan ini dibuat untuk menjadi bukti apa saja yang telah dilakukan penulis selama kerja magang. Dalam penyusunan laporan ini, penulis dibantu oleh pembimbing magang yaitu bapak Bobi Guntarto. Bimbingan tatap muka dilakukan beberapa kali sebelum laporan kerja magang ini dikumpulkan.