



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

Media massa merupakan media komunikasi dengan menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebanyak-banyaknya dan area yang seluas-luasnya. Komunikasi massa tidak pernah lepas dari kehadiran massa. Dalam komunikasi massa, penyampaian pesannya adalah dengan menggunakan media dan disampaikan kepada massa (McQuail, 2005, p. 3).

Di era *digital* seperti sekarang ini, informasi bisa lebih mudah didapatkan melalui internet. Berbagai *platform* seperti media daring dan media sosial bisa menjadi pilihan untuk mengakses informasi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet di Indonesia semakin meningkat. Di tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia berjumlah 132,7 juta jiwa dan meningkat menjadi 143,26 juta jiwa di tahun 2017 (APJII, 2017).

Selain untuk berkomunikasi, internet juga digunakan untuk mencari informasi dan pengetahuan. Sebanyak 55,30% pengguna memanfaatkan internet untuk membaca artikel dalam kategori pemanfaatan internet di bidang edukasi. Sedangkan, di bidang gaya hidup, 58,01% pengguna memanfaatkan internet untuk membaca berita *Entertainment* atau hobi (APJII, 2017).

Kehadiran internet tidak lepas dari perkembangan media *online*. Kehadiran media *online* (dotcom) membuat koran media cetak yang sudah ada lebih dari seabad di Indonesia, terasa kurang *update*. Proses pengangkatan media *online* juga lebih cepat dan tidak membutuhkan kertas. Menikmati berita dari media *online* juga lebih mudah jika dibandingkan media cetak. Media *online* dapat menyampaikan berita secara ringkas dan tersedia fasilitas pencarian, interaktif dan selalu *update*. Pengguna internet bisa mendapatkan informasi dengan mudah karena adanya pemberitahuan yang langsung

diterima oleh pengguna. Dalam kesehariannya, pengguna internet sekaligus pembaca berita dapat dengan mudah mendapatkan berita yang ada di sekitar (Dewan Pers, 2011, p. 36).

Dengan mobilitas masyarakat yang tinggi, media *online* digemari oleh masyarakat karena mulai banyak media cetak yang beralih ke media *online*. Jika dibandingkan dengan persebaran berita pada masa media cetak dan masa media *online*, proses pembuatan berita pada media cetak membutuhkan waktu yang lama dan panjang, sehingga berita yang ingin diangkat tidak bisa langsung *update* karena media cetak terbit dalam jangka waktu yang tidak cepat (koran harian, koran mingguan, dan koran bulanan). Pemberitaan pada media cetak seperti koran biasanya merupakan berita yang sudah dikumpulkan dan dirangkum terlebih dahulu sebelum disebarluaskan. Sedangkan, pengangkatan berita dalam media *online* dapat dilakukan dalam tempo yang singkat dan cepat. Semakin berita tersebut *hits*, maka pembaca dapat mendapatkan berita terkait dengan sangat cepat di berbagai *platform* media *online*.

Adapun karakteristik media *online* menurut Romli (2018, p. 37) di antaranya adalah multimedia yang dapat memuat atau menyajikan berita atau informasi dalam berbagai bentuk (teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan). Aktualitas berisi tentang informasi aktual dengan mudah dan cepat. Cepat, dapat langsung diakses oleh semua orang. *Update*, informasi yang diperbarui dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional. Kapasitas luas merupakan wadah (web) yang dapat menampung naskah sangat panjang. Fleksibilitas merupakan pemuatan dan penyuntingan naskah yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Luas, dapat menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Interaktif, tersedianya fasilitas kolom-kolom komentar dan obrolan. Terdokumentasi, informasi yang diunggah tersimpan dalam arsip dan dapat ditemukan melalui link terkait. *Hyperlinked*, link terhubung dengan sumber yang berkaitan dengan informasi lainnya.

Kompas.com adalah salah satu pionir media *online* di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama *Kompas*

Online. Mulanya, *Kompas Online* atau KOL yang diakses dengan alamat *Kompas.co.id* hanya menampilkan replika dari berita-berita harian *Kompas* yang terbit hari itu. *Kompas.com* memiliki beberapa kanal, di antaranya News, Tren, *Hype*, Money, Bola, Tekno, Sains, Otomotif, Lifestyle, Properti, Travel, Edukasi, JEO, Kolom, Images, dan VIK.

Penulis melakukan kerja magang selama 60 hari kerja. Penulis bertugas untuk melakukan proses liputan terkait edukasi dan *Entertainment* dan melakukan proses penulisan berita (artikel). Penulis juga diberikan tugas untuk mengelola media sosial Banyak Ngomong & Usul (Bangsul) yang merupakan lanjutan dari mata kuliah *Digital Media Management* yang sudah diambil pada semester sebelumnya. Bangsul merupakan media satir yang memberikan informasi. Berita satir yang diangkat oleh Bangsul adalah berita yang sedang terjadi dan dikemas dengan gaya asik dan menarik ala Bangsul. Bangsul merupakan *project* yang terdiri dari lima anggota tim, yaitu Lavena Senjaya, Livia Marcella, Sarah Sekar, Tantiana Vida, dan Raisya Tamimi yang juga tergabung dalam kerja magang di *Kompas.com*. Pada *project* ini, kami memiliki tugas masing-masing seperti divisi desain grafis dan *content writer*, tak jarang beberapa anggota juga merangkap dua divisi tersebut.

Dalam mengelola Bangsul di *Kompas.com*, penulis berada di bawah arahan Pemimpin Redaksi *Kompas.com*, Wisnu Nugroho yang juga menyediakan program *Digital Journalism Camp* pada proses kerja magang yang penulis jalani selama 60 hari. Dalam pengerjaannya, Bangsul mendapat kebebasan untuk *remake* konten artikel yang ada di *Kompas.com* dan memberikan sentuhan ala Bangsul untuk diunggah di media sosial *Instagram @bangsul_id*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan oleh penulis bertujuan agar penulis dapat mengetahui dan mengalami secara langsung mengenai bagaimana lingkungan kerja jurnalistik saat berada di lapangan dan proses pembuatan berita di ruang redaksi. Pada saat kerja magang, mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari sealama masa perkuliahan

secara langsung agar dapat diterapkan secara langsung pada dunia kerja. Berikut adalah rincian dari tujuan kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

- 1) Dapat mengaplikasikan teori dan ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja magang secara langsung. Sehingga penulis dapat merasakan dan dapat menyesuaikan bagaimana pekerjaan seorang jurnalis yang sesungguhnya saat berada di lapangan dan proses pembuatan berita. Selain itu, agar penulis dapat siap jika ditempatkan di setiap kondisi yang terjadi di lapangan.
- 2) Merasakan bekerja sama dalam kelompok yang anggotanya memiliki cara bekerja dan pendapat yang berbeda, merasakan dunia kerja secara nyata, merasakan serta menghadapi bekerja di bawah tekanan dan merasakan hiruk-pikuk saat berada di lapangan maupun di meja redaksi.
- 3) Merasakan dan mengetahui proses dan kendala suatu liputan di lapangan, menangani kendala tersebut yang dimulai dari proses liputan di lapangan hingga berita tersebut sampai ke meja redaksi serta bagaimana proses dalam pengangkatan suatu berita.
- 4) Menerapkan sikap profesional, meningkatkan kreativitas dan tanggung jawab yang tinggi terhadap tugas yang diberikan dalam dunia pekerjaan, khususnya dalam bidang jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) memberikan ketentuan untuk melakukan praktik kerja magang minimal 60 hari kerja atau dua sampai tiga bulan.

Untuk memenuhi tujuan kerja magang, penulis melakukan praktik kerja magang di:

Nama Media : PT. *Kompas* Cyber Media

Alamat : Gedung *Kompas* Gramedia, Unit II Lt. 5

Jl. Palmerah Selatan No. 22-28

Jakarta 10270, Indonesia.

Penulis melakukan praktik kerja magang terhitung sejak 12 Agustus – 12 November 2019 dengan waktu kerja Senin sampai Minggu dari pukul 09.00 WIB – 17.00 WIB. Penulis mengambil hari libur pada Selasa karena penulis harus mengikuti mata kuliah *Visual Story Telling* (VST), Seminar Proposal, dan *Mobile Journalism* (Mojo).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di *Kompas.com* bersama tim Bangsul yang beranggotakan lima orang, yaitu Lavena Senjaya, Livia Marcella, Sarah Sekar, Tantiana Vida, dan penulis sendiri, Raisya Tamimi. Bangsul merupakan *project* dari mata kuliah *Digital Media Management* yang penulis ambil pada semester 6. Di mata kuliah tersebut, mahasiswa harus memiliki *project* media sosial. Bangsul merupakan media sosial berbasis satir dan informatif. Dalam tugasnya, masing-masing individu memiliki peran masing-masing, yaitu *content writer* dan *graphic designer*. Bangsul memilih *platform* Instagram dan Website untuk menyebarkan berita satir. Sebagai bentuk *project* UAS semester 6, dosen mata kuliah *Digital Media Management*, Wisnu Nugroho (Mas Inu) yang sekaligus Pemimpin Redaksi (*Editor in Chief*) *Kompas.com*, tertarik dengan *project* kelompok penulis dan menawarkan Bangsul untuk menjadi media sosial yang bekerja sama dengan *Kompas.com* di saat masa praktik magang.

Kompas.com menyediakan program kerja magang yang bernama *Digital Journalism Camp*, program ini ditujukan kepada mahasiswa yang masih aktif dan akan mengikuti praktik kerja magang, dalam program tersebut mahasiswa diharuskan mengajukan *project* berbasis media sosial kepada *Kompas.com*. Setelah mengajukan *project* Bangsul, pada tanggal 26 Juli 2019 tim Bangsul mendapatkan verifikasi untuk melakukan wawancara pada tanggal 29 Juli 2019 di Menara

Kompas, Jakarta. Pada hari itu, diberikan juga *briefing* mengenai apa saja yang harus dilakukan oleh peserta *Digital Journalism Camp*, tim penulis diberikan arahan untuk *remake* konten artikel yang sudah tersedia di *Kompas.com*.

Pada tanggal 7 Agustus 2019, penulis baru mendapatkan KM 01 dan langsung mengajukan kepada HRD *Kompas.com* untuk mendapatkan surat keterangan penerimaan magang, sehingga penulis sudah bisa melakukan praktik kerja magang pada tanggal 12 Agustus 2019. Setelah mendapatkan surat keterangan penerimaan magang, penulis mengurus KM 03 hingga KM 07 untuk mendapatkan kartu kerja magang, kehadiran kerja magang, laporan realisasi kerja magang, penilaian kerja magang, dan juga tanda terima penyerahan laporan magang.

Penulis mengurus surat KM 03 hingga 07 pada tanggal 15 Agustus 2017 dan terhitung mulai melakukan praktik kerja magang di *Kompas.com* terhitung 12 Agustus 2019 hingga 12 November 2019 sesuai dengan ketentuan dan persyaratan dari pihak kampus untuk melakukan praktik kerja magang selama tiga bulan atau 60 hari kerja.

Pada satu bulan pertama, penulis melakukan praktik kerja magang tanpa tatap muka (*remote*) dengan memberikan hasil dalam bentuk visual beserta *caption* sebanyak tiga konten setiap harinya untuk meminta persetujuan pengunggahan konten di media sosial *Instagram* Bangsul (@bangsul_id). Bekerja secara *remote* adalah bekerja secara jarak jauh tanpa harus tatap muka. Media yang digunakan untuk bekerja secara *remote* biasanya dapat melalui *e-mail* atau *platform* lainnya yang dapat memudahkan pekerjaan jarak jauh. Meskipun melakukan praktik kerja magang secara *remote*, tim Bangsul harus melakukan pertemuan dengan pembimbing lapangan, Erwin Hutapea (Mas Erwin), untuk melaporkan perkembangan dan kendala selama praktik kerja magang setiap minggunya. Pertemuan tiap minggu ditentukan oleh Mas Erwin.

Pada bulan kedua, penulis tetap melakukan praktik kerja magang *remote*, akan tetapi, penulis dan tim mendapatkan tugas tambahan yaitu

dengan membuat artikel pada kanal JEO di *Kompas.com*. Pemberian tugas artikel JEO ini merupakan tambahan dari Mas Inu. Artikel JEO merupakan artikel yang berbasis *long form*. Artikel yang dimuat di kanal JEO adalah artikel yang berisi antara 1.000 hingga 2.000 kata. Pada penugasan JEO ini, tim penulis diharuskan memilih tiga topik untuk dijadikan bahan liputan artikel agar dapat menghasilkan satu artikel JEO setiap bulannya selama periode praktik kerja magang. Namun, pada penugasan ini banyak terjadi *miscommunication* antara anggota tim dan *Editor* JEO, yaitu Palupi Annisa (Mbak Palupi) sehingga penugasan artikel JEO tidak berjalan dengan lancar.

Pada bulan ketiga, penulis masih mengerjakan penugasan *remote*. Karena JEO tidak berjalan dengan lancar, maka tim Bangsul mendapatkan penugasan di *desk Hype* yang merupakan bagian dari kanal *Entertainment* yang mengharuskan penulis untuk *stand by* di kantor. Di dalam kanal *Entertainment* dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu seleb, *Hype*, musik, film, dan hits. Penulis dan tim mendapatkan tugas untuk membuat 3-5 artikel setiap harinya untuk diunggah di *Hype*. Kemudian, pada awal bulan November 2019, *Hype* dan *Entertainment* bertukar posisi, sehingga *Hype* menjadi bagian dari kanal utama yang ada di *Kompas.com* dan penulis mulai mengunggah artikel di kanal *Entertainment*.