



### **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**

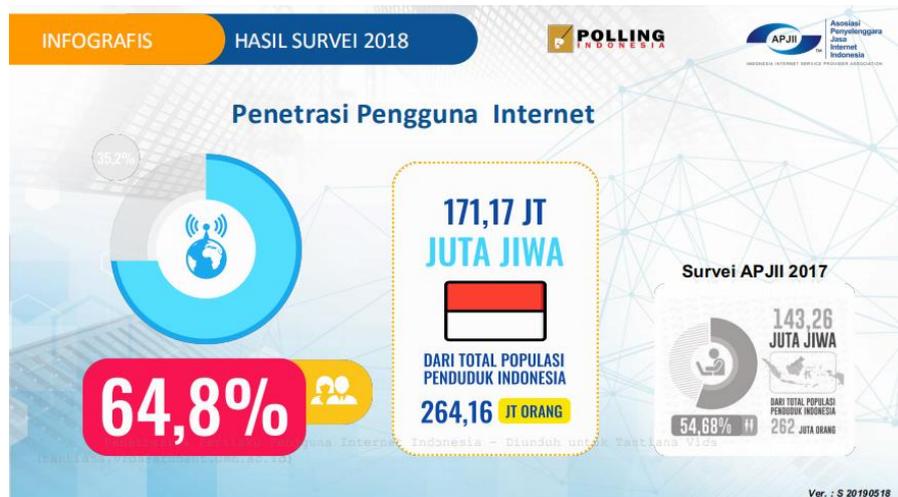
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berita merupakan hasil dari karya jurnalistik. Menurut Sumadiria (2006, p. 65), berita merupakan laporan mengenai fakta atau sebuah ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi khalayak yang disiarkan melalui media berkala seperti, radio, televisi, surat kabar, atau media online. Terkait dengan itu, jurnalistik merupakan kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya (Sumadiria, 2006, p. 3).

Dewasa ini, berita tidak hanya disampaikan melalui media konvensional atau media arus utama saja, seperti televisi, radio, surat kabar, tetapi juga dapat melalui internet. Perkembangan internet dan teknologi menjadikan informasi atau berita dapat diakses dengan cepat. Pengguna Internet di Indonesia semakin meningkat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet pada tahun 2017 sebanyak 143,26 orang menggunakan internet dari total 262 juta penduduk Indonesia dengan presentase 54,68 persen dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebanyak 10,12 persen menjadi 64,8 persen (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2018). Hal tersebut menyebabkan pencarian informasi mulai bergeser.

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet 2018



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Pencarian informasi akhirnya mulai bergeser dari media arus utama ke media baru, salah satunya adalah media sosial dan media online. Menurut John Vivian (2008, dalam Nasrullah, 2016, p. 13) keberadaan media baru seperti internet dapat melampaui pola penyebaran media tradisional karena sifat internet yang dapat berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*. Dengan hal tersebut masyarakat dimudahkan untuk mendapatkan informasi melalui media sosial dengan cepat dan di mana saja, bahkan bisa mendapatkan informasi dari luar negeri.

Di Indonesia kemunculan media online dimulai pada 17 Agustus 1994 dengan tayangnya *Republika.co.id* yang diikuti oleh media lain, salah satunya adalah *Kompas.com* yang pada masa itu bernama *Kompas Online*. *Kompas.com* yang berdiri di bawah PT Kompas Cyber Media (KCM) sendiri dikenal sebagai portal berita daring yang selektif dalam menyajikan suatu pemberitaan kepada masyarakat (Handayani & Hermawan, 2017, p.53). *Kompas.com* pun tidak hanya memberikan informasi melalui situs *www.kompas.com* saja, namun *Kompas.com* juga memberikan informasi melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Menurut Nasrullah (2016, p. 36) media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Bahkan Kompas.com pun ingin memperluas jangkauan pembaca dengan mengadakan proyek *Digital Journalism Camp*. Proyek ini dapat dilakukan secara berkelompok dengan membuat sebuah proyek di bidang jurnalistik yang berada di bawah naungan Kompas.com. Melihat hal tersebut, penulis dan kelompok sebagai mahasiswa Jurnalistik tertarik untuk menerapkan ilmu akademis yang sudah didapatkan dengan mendaftarkan diri pada *Digital Journalism Camp* dengan proyek Bangsul\_id yang bergerak di bidang media sosial, Instagram. Bangsul\_id merupakan proyek karya penulis dan tim yang dikembangkan dari hasil mata kuliah *Digital Media Management* pada semester 6.

Bangsul\_id tidak tergabung dalam redaksi Kompas.com. Namun tetap memberikan informasi berdasarkan berita yang ada di Kompas.com dan diubah menjadi visual yang menarik pada Instagram, @bangsul\_id yang disertai dengan *caption* yang menarik pembaca untuk membaca artikel Kompas.com. Bangsul\_id terkadang menuliskan berita secara satire. Satire sendiri adalah pesan yang memiliki tujuan untuk menyerang seseorang atau institusi otoritas yang dianggap layak untuk diserang atau disakiti, namun bukan dalam bentuk fisik tetapi dalam pemaknaan simbolik yang membuka ruang interpretasi bagi siapapun yang membaca atau menyaksikan pesan tersebut (dalam Freedman, 2019; Utomo, 2015, p. 195).

Menurut Jones, Satire lebih populer di kalangan anak muda karena satire memiliki derajat otentisitas pesan yang jauh lebih ideal sebagai antitesis dari realitas yang diproduksi oleh politisi, pengiklan, dan konstruksi media. Maka dari itu, Bangsul\_id memiliki target audiens diantara usia 16 hingga 30 tahun. Namun tim Bangsul\_id tetap mengikuti dan menyesuaikan dengan Kompas.com, maka dari itu tidak semua konten mengandung satire dan lebih menyesuaikan pada artikel yang ada pada Kompas.com

Selain melakukan praktik kerja magang di Bangsul\_id, penulis dan tim juga melakukan kerja magang di bawah *desk* Edukasi dan Hype. Penulis terkadang melakukan peliputan dan penulisan berita yang berhubungan dengan Kanal Edukasi, lalu pada Oktober 2019 resmi bergabung dengan *desk* Hype untuk melakukan penulisan mengenai berita Entertainment. Penulis juga diberi tanggung jawab untuk mencari berita mendalam yang akan digarap pada Kanal JEO.

Dengan mengambil praktik magang di Kompas.com, penulis berharap dapat mempraktikkan segala ilmu yang sudah dipelajari dan mempelajari hal baru, terutama di bidang pemberitaan di media online serta media sosial yang sedang banyak dilakukan media.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Internship program studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara. Praktik kerja magang ini bermaksud untuk mempersiapkan mahasiswa pada dunia kerja kelak. Pada praktik kerja magang ini, penulis dapat mengaplikasikan teori dan praktik yang diajarkan selama masa perkuliahan.

Adapun penulis melakukan praktik kerja magang dengan tujuan, pertama untuk mendapatkan pelatihan dan pengalaman dalam bidang jurnalistik, terutama dalam bidang peliputan berita dan penulisan berita. Kedua, mendapatkan ilmu dan pengalaman dalam melakukan peliputan, penulisan artikel, dan pencarian angle baru yang menarik pada sebuah artikel. Ketiga adalah untuk menambah *skill* dalam pembuatan konten yang menarik bagi pembaca di media sosial, terutama pada Instagram Bangsul\_id dan untuk menambah koneksi yang akan berguna bagi penulis dalam dunia pekerjaan di masa mendatang.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Sesuai dengan surat yang dikeluarkan oleh media Kompas.com, penulis melakukan praktik magang selama tiga bulan dengan perhitungan 60 hari kerja, dimulai pada 12 Agustus 2019 dan diakhiri pada 12 November 2019. Praktik kerja magang dilakukan di Kantor Kompas.com di Menara Kompas, lantai 5, Palam Merah, Jakarta Pusat.

Penulis melakukan pekerjaan secara *mobile* sehingga tidak mengharuskan penulis untuk berada di kantor. Penulis akan ke kantor bila ada keperluan untuk berkonsultasi dengan editor dan melakukan absensi hingga 1 November. Penulis akan membuat konten dari artikel Kompas.com dan melakukan peliputan di lapangan, selain itu penulis juga setiap hari memberikan konten kepada editor sebelum di *posting*.

Pada 18 Oktober 2019 penulis dan kelompok dimasukkan kedalam *desk* Entertainment pada divisi Hype. Penulis melakukan peliputan dan menulis ulang beberapa berita dengan angle yang berbeda pada *desk* Entertainment untuk dinaikkan ke Hype.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Sebelum melakukan magang, penulis terlebih dahulu mengikuti seminar mengenai magang terlebih dahulu agar mengerti mengenai proses dan tahapan dari proses magang. Pada 9 Juli 2019, penulis mendaftarkan diri untuk mengikuti *Digital Journalism Camp Conference* dari Kompas.com, yang disebarakan melalui *email student*. Namun satu hari sebelum pertemuan atau seminar yang sudah ditentukan, pihak Kompas.com yang diwakili oleh Novya Nasrati, selaku *Marketing Communication Executive* mengabarkan bahwa seminar diundur sampai tanggal yang belum ditentukan.

Pada 17 Juli 2019, penulis kembali mendapatkan *email* dari Novya Nasrati untuk membuat proposal proyek kelompok yang ingin dilakukan selama melakukan magang di Kompas.com. Kemudian pada 21 Juli 2019, penulis mengirimkan proposal *Bangsul\_id* melalui email ke Novya Narasti dan Jodie Agusta yang juga merupakan *Marketing Communication Executive*. Lalu pada 26 Juli 2019, penulis mendapatkan balasan untuk melakukan pertemuan dan wawancara dengan Novya Narasati dan Pemimpin Redaksi Kompas.com, Wisnu Nugraha di Menara Kompas lantai 5, ruang redaksi Kompas.com.

Pada 29 Juli 2019, penulis dan tim bertemu kembali bertemu dengan Wisnu Nugroho dan Novya Narasti. Pada hari itu penulis dan tim diterima untuk melakukan praktik magang di Kompas.com dibawah divisi *Digital Journalism Camp*. Pada pertemuan itu penulis dan tim diminta untuk membuat rencana kerja magang selama tiga bulan. Selanjutnya pada 7 Agustus, penulis mengurus KM-01 di UMN.

Setelah itu penulis dan kelompok bertemu dengan HRD Kompas.com untuk mengisi formulir magang agar mendapatkan surat keterangan magang. Sehingga pada 12 Agustus, penulis dan tim mendapatkan surat pernyataan magang dari Kompas.com.

Setelah melakukan rangkaian administrasi praktik kerja magang, akhirnya pada 21 Agustus, penulis mendapatkan informasi nama dosen pembimbing magang melalui *email student* UMN. Melalui *email* tersebut penulis mendapatkan bapak Nasrullah Nara sebagai pembimbing magang dan pada 20 September 2019 penulis melakukan bimbingan pertama bersama mahasiswa bimbingan bapak Nara yang lain.