



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 semester 6, penulis mengerjakan sebuah proyek bernama *Bangsul_id*, sebuah media berbasis Instagram, hasil mata kuliah *Digital Media Management* yang dikerjakan lima anggota kelompok. Oleh karena mendapat respons yang baik, penulis ingin menekuni proyek tersebut. Menjelang akhir semester 6, Kompas.com membuka kesempatan untuk magang dengan *project plan*, bertajuk *Digital Journalism Camp*. *Digital Journalism Camp* merupakan program baru dari Kompas.com yang membuka kesempatan untuk magang secara berkelompok dengan proyek masing-masing. Melihat kesempatan itu, penulis dan tim tertarik untuk bergabung.

Tidak hanya karena proyek, penulis memang tertarik untuk melaksanakan praktik kerja magang di media daring. Menurut Ahmad, masyarakat dunia, termasuk Indonesia, telah berada dalam sebuah era yang penuh dengan teknologi komunikasi dan informasi (2013, p. 178). Kemajuan teknologi itulah yang menjadi sumber informasi saat ini. Sejalan dengan Bagdikian (2004, dalam Ahmad, 2013, p. 178-179) yang mengatakan bahwa keberadaan internet dan aplikasi *web* telah membuat ketersediaan informasi yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya.

Mendukung pernyataan tersebut, penggunaan internet di Indonesia memang terus meningkat. Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia menunjukkan angka pengguna internet mengalami kenaikan yang signifikan pada 2017 menjadi 143,26 juta, dari tahun 2016 sebanyak 132,7 juta, dan tahun 2015 sebanyak 110,2 juta (Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2017). Dari paparan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hingga tahun-tahun berikutnya, manusia tidak akan lepas dari media daring untuk memperoleh informasi. Oleh karena itu untuk dapat menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut pada masa yang akan datang, penulis

ingin mendapat pengalaman praktik kerja magang dari salah satu portal berita daring, yaitu Kompas.com.

Kompas.com adalah salah satu portal berita yang diminati publik (Putra & Triyono, 2018, p. 115). Kompas.com juga pernah mendapat penghargaan “berita *online* terpercaya” dari Superbrands pada 2018 (Movanita, 2018, para. 1). Jurnalis Kompas.com, Yohanes Enggar pun pernah mendapat penghargaan juara satu “jurnalis media *online* kategori berita Iptek” dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Harususilo, 2019, para. 2). Oleh karena itu, dengan melakukan praktik kerja magang di Kompas.com, penulis yakin akan mendapat ilmu jurnalistik yang melebihi standar.

Survei APJII juga menjelaskan bahwa media sosial menempati posisi kedua layanan yang paling banyak diakses, yaitu 87,13%, setelah *chatting* sebanyak 89,35% (Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2017). Selain itu, menurut data Statista dalam katadata.co.id, pengguna media sosial di Indonesia pada 2017 mencapai 96 juta pengguna. Bahkan dikatakan bahwa semakin banyak Generasi Z, akan membuat pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat (2022, Pengguna Media Sosial Indonesia Mencapai 125 Juta, 2017, para. 1). Portal berita di Indonesia, baik media baru maupun konvensional pun terbukti memiliki akun media sosial. Hal tersebut dilakukan agar media mampu mengambil perhatian audiens Generasi Millennial dan Generasi Z yang akan datang, yang lebih akrab dengan media sosial. Ditambah dengan keberadaan *smartphone* yang membuat audiens mengonsumsi berita di mana dan kapan saja, terutama lewat media sosial (Boczkowski et al., 2017, dalam Wu, 2018, p. 2).

Individu pun sudah menjadi audiens aktif, yang tidak menyerap informasi dari media secara pasif (Thompson, 1995, dalam Imran 2012, p. 51). Wu menyatakan bahwa portal berita yang memiliki akun media sosial dapat memenuhi kebutuhan audiens terhadap kegiatan interaktif, sesederhana memencet tombol “suka” pada konten, berkomentar, dan melakukan *repost*; yang akhirnya membentuk kontak tidak langsung antara audiens dan kantor redaksi. Media sosial juga mendukung *engagement*

bagi *website* portal berita dengan cepat, murah, dan efisien. Oleh karena itu dengan *engagement* dari media sosial, media akan memenuhi dua peran jurnalisme, yaitu melayani publik dan memperoleh laba (2018, p. 1-3).

Atas data tersebut, proyek penulis, *Bangsul_id*, memiliki *platform* di media sosial, yaitu Instagram. *Bangsul_id* adalah media yang memberi informasi dengan menonjolkan visualisasi dalam bentuk kartun, dengan gaya bahasa satire atau menyindir. Berlawanan dengan Kompas yang dijuluki “jurnalisme kepiting” pada zaman orde baru, yang berarti Kompas tidak berani secara langsung mengkritik pemerintah. Begitu pula dengan pernyataan Sabam Leo Batubara bahwa Kompas memang memilih bahasa eufimisme agar tetap eksis (Utomo, 2015, para. 5).

Namun karena hal kontradiktif tersebut, Kompas.com menjadi media yang cocok dengan proyek penulis, begitu pula sebaliknya. Dengan melakukan praktik kerja magang di Kompas.com berbasis proyek *Bangsul_id*, penulis akan merasakan dua platform sekaligus, yaitu media daring dan media sosial. Penulis juga akan mendapat ilmu praktik jurnalistik dari Kompas.com dan menerapkannya pada proyek *Bangsul_id*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang untuk memenuhi mata kuliah *Internship* pada Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah magang ini dimaksudkan agar mahasiswa tidak hanya menguasai teori dan praktik di kampus saja, tetapi juga siap memasuki dunia kerja yang sebenarnya. Sehingga penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dari kampus pada perusahaan media yang nyata. Maka itu penulis menjabarkan tujuan kerja magang sebagai berikut.

- 1) Mendapat pengalaman dalam produksi berita dari media, yang merupakan bagian mata kuliah di program studi jurnalistik, seperti *News Writing* dan *Feature Writing*.

- 2) Mempelajari cara kerja dan menyelesaikan masalah dalam mengolah media, khususnya media berbasis Instagram.
- 3) Mempelajari media sosial sebagai platform berita dan hubungan antara *engagement* media sosial dan *website* utama.
- 4) Mempelajari bagaimana cara membuat konten dengan tulisan singkat, tetapi tetap bisa memberi informasi yang berguna dan bertahan lama.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Kompas.com, Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5, Jl. Palmerah Selatan, Jakarta. Praktik kerja magang dilakukan selama 92 hari kerja terhitung dari 12 Agustus 2019 sampai 12 November 2019. Selama dua bulan pertama, penulis tidak diwajibkan untuk datang ke kantor setiap hari, tetapi minimal satu kali dalam seminggu. Biasanya, penulis rutin datang ke kantor untuk bertemu editor atau pemimpin redaksi setiap Senin dan/ atau Rabu. Selebihnya, penulis akan datang ke kantor jika ada panggilan dari pihak Kompas.com. Namun walaupun tidak berada di kantor, sebagai *content creator*, penulis tetap bekerja secara *mobile* untuk membuat konten Instagram Bangsul_id. Selain sebagai *content creator*, di bawah pengawasan editor kanal Edukasi, penulis juga beberapa kali ditugaskan untuk meliput dan menulis artikel di Kompas.com. Kemudian, sekitar tiga minggu menjelang praktik kerja magang selesai, penulis diberi kesempatan untuk bergabung ke tim kanal Hype, terutama dalam sub kanal Entertainment. Maka terhitung 18 Oktober 2019 hingga 12 November 2019, penulis rutin datang ke kantor dari Senin sampai Jumat, pukul 09.00 hingga 17.00 WIB. Berikut prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

- 1) Pada 9 Juli 2019, penulis mendaftarkan diri untuk mengikuti *Digital Journalism Camp Conference* dari Kompas.com, yang disebar melalui *email student*. Namun satu hari sebelum tanggal seminar, Novya Nasrati, selaku *Marketing Communication Executive* Kompas.com, mengabarkan bahwa konferensi diundur sampai tanggal yang belum ditentukan.

- 2) Sambil menunggu kabar dari Kompas.com, penulis membuat *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio sebagai cadangan untuk dikirim ke media lain.
- 3) Pada 17 Juli 2019, penulis kembali mendapat *email* dari Novya Nasrati, *Marketing Communication Executive* Kompas.com untuk membuat proposal proyek.
- 4) Keesokan harinya, penulis mengirim proposal proyek *Bangsul_id* ke Novya Nasrati dan Jodie Augusta, selaku *Marketing Communication* Kompas.com.
- 5) Pada 26 Juli, penulis dikontak untuk menghadiri wawancara dengan Novya Nasrati, *Marketing Communication Executive* Kompas.com dan Wisnu Nugroho, selaku Pemimpin Redaksi Kompas.com. Pada 29 Juli, kelompok penulis diterima magang dan diminta untuk membuat rencana kerja magang.
- 6) Pada 7 Agustus, penulis mengurus KM-01 di kampus.
- 7) Penulis kembali dipanggil untuk *briefing* ulang dengan Jodie Augusta, *Marketing Communication* Kompas.com, Yohanes Enggar, selaku editor, dan Wisnu Nugroho, selaku Pemimpin Redaksi Kompas.com. Kelompok penulis menjelaskan mengenai rencana kerja yang telah tim buat dan mendapat beberapa masukan.
- 8) Pada 12 Agustus, penulis mendapat surat pernyataan kerja magang dari kampus.
- 9) Pada hari yang sama, penulis dipanggil untuk bertemu dengan Adelia Galuh, *Human Resources Department (HRD)* Kompas.com untuk mengisi formulir data diri dan mendapat penjelasan mengenai Kompas.com.
- 10) Pada 15 Agustus, penulis menukar surat pernyataan kerja magang dari perusahaan kepada pihak kampus dan mendapatkan form KM 2, 4, 5, 6, dan 7.
- 11) Pada 19 November, penulis menukar KM 7 yang lama dengan yang baru.
- 12) Penulis melakukan kerja magang selama 92 hari kerja dan mendapat penilaian dari supervisi di lapangan.
- 13) Penulis melakukan bimbingan magang dengan Adi Wibowo Octavianto, S.sos., M.Si.