



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

Internet membawa perubahan yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat modern. Dalam jurnalisme, pemain baru di internet mulai bermunculan dan mulai menggantikan peran surat kabar dan majalah yang dahulu mendominasi perhatian khalayak. Ada beberapa negara yang masih mempertahankan media cetak, ada juga yang sudah bermigrasi ke media *online*, salah satunya Indonesia (Wendratama, 2017, p. 2).

Pengelolaan media *online* dan cetak juga sangat berbeda. Di sisi lain, jurnalisme *online* bisa digunakan untuk mendukung media penyiaran, seperti stasiun radio dan televisi. Dengan ini, khalayak bisa lebih mudah untuk mengakses berita. Saat ini jumlah media *online* bertumbuh pesat dan bersaing dengan media konvensional dan media sosial untuk merebut perhatian khalayak (Wendratama, 2017, p. 3).

Media *online* menurut Syamsul Romli (Romli, 2012, p. 34), adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Semua media yang pernah ada seperti surat kabar, radio, dan televisi sudah beralih ke media *online*. Sehingga saat ini media *online* mempunyai banyak fasilitas yang dapat melengkapi kehidupan manusia, seperti situs *website*, radio *online*, televisi *online*, dan masih banyak lagi.

Perkembangan media *online* memang tidak bisa dipisahkan dari pengaruh internet. Seperti yang terlihat pada gambar 1.1, menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau yang lebih dikenal dengan APJII (Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2018), menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sudah mencapai 171,17 juta jiwa. Angka ini naik 10,12% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 143,26 juta jiwa. Artinya, ada 64,8% penduduk Indonesia yang mengakses internet pada tahun 2018.

Gambar 1.1 Laporan Survei APJII: Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018

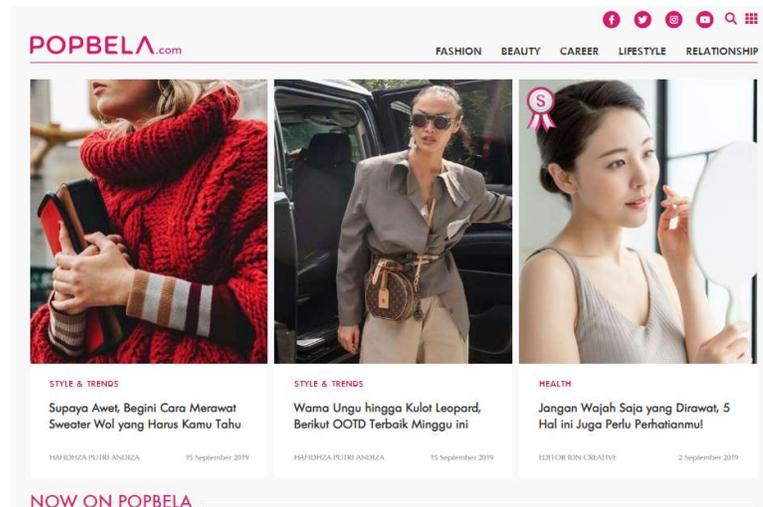


Sumber: www.apjii.or.id

Akhir-akhir ini media *online* mengalami dinamika luar biasa, baik dalam hal konten, saluran distribusi, khalayak, dan cara mendapatkan pemasukan. Namun sayangnya riset oleh Microsoft menunjukkan kalau perhatian khalayak saat mengonsumsi sebuah laman internet rata-rata hanya 8 detik (2015), turun dari 12 detik pada tahun 2000 (Wendratama, 2017, pp. 3-4).

Media *online* saat ini tidak hanya menarik khalayak secara umum, namun juga lebih fokus pada golongan tertentu. Ada media yang khusus untuk perempuan, pencinta motor, kesehatan, resep makanan, dan masih banyak lagi. Media *online* khusus perempuan di Indonesia memang sudah tidak jarang lagi ditemukan. Contohnya seperti media Popbela (www.popbela.com) yang dapat dilihat pada gambar 1.2. Media ini menyajikan artikel khusus seputar kehidupan perempuan dan memiliki lima rubrik, yaitu *fashion*, *beauty*, *career*, *lifestyle*, dan *relationship*.

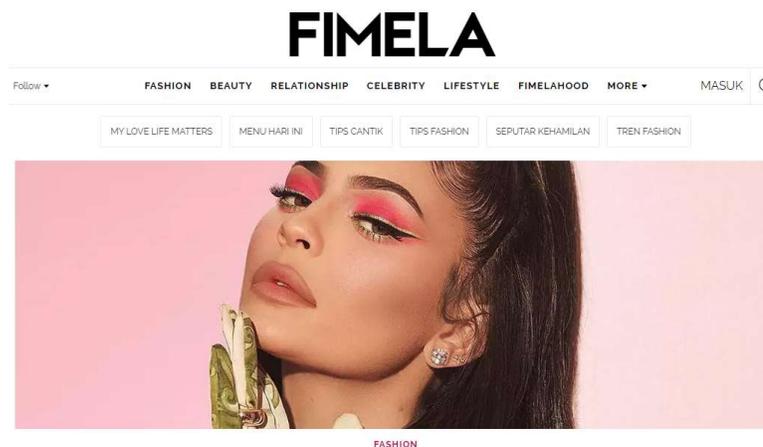
Gambar 1.2 Tampilan website Popbela



Sumber: www.popbela.com

Contoh media perempuan lainnya adalah Fimela, dapat dilihat pada gambar 1.3. *Website* ini juga membahas seputar dunia perempuan dengan lebih banyak rubrik. Selain membahas tentang *tips and trick* dalam kehidupan, Fimela juga memberikan selalu *update* dengan informasi penting.

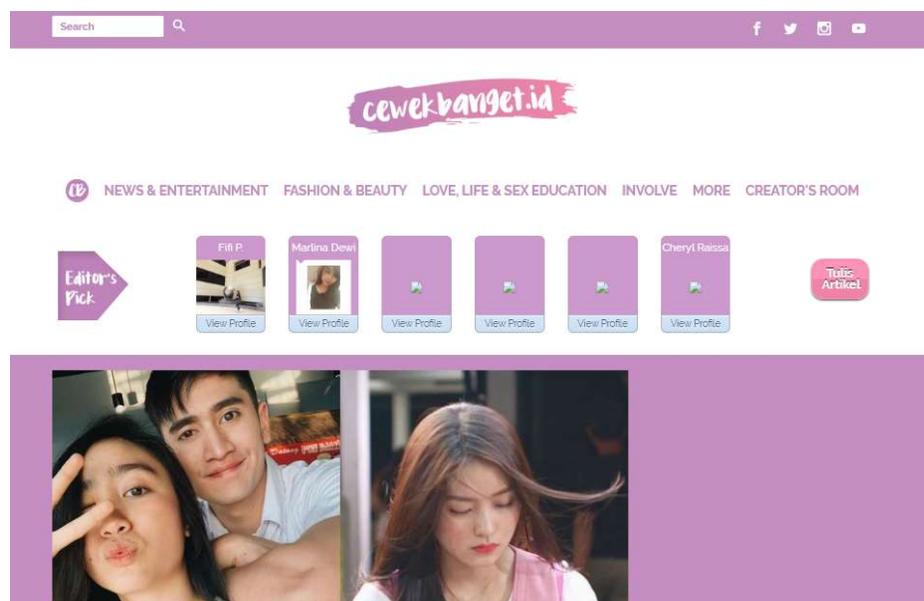
Gambar 1.3 Tampilan website Fimela



Sumber: www.fimela.com

Selain itu, ada media CewekBanget.id seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.4. Media ini merupakan media yang dikhususkan untuk remaja perempuan. CewekBanget.id melihat ada banyak kegelisahan yang dirasakan remaja perempuan, seperti menjaga penampilan, baju, dan make up apa yang harus dipakai. Selain itu muncul juga kegelisahan soal bentuk tubuh dan sistem reproduksi yang berubah, menjalin hubungan dengan lawan jenis, menentukan masa depan, hingga informasi terbaru mengenai banyak hal (About Us, 2017).

Gambar 1.4 Tampilan website CewekBanget.id



Sumber: cewekbanget.grid.id

Saat ini, dunia hiburan dan sosial menjadi topik yang paling banyak diminati. Menurut artikel dari Okezone.com, disebutkan bahwa dari 11 kategori berita yang diteliti, konten hiburan dan isu sosial menjadi konten terpopuler yang dibaca oleh masyarakat. Kedua konten ini masing-masing memiliki persentase sebanyak 73 persen dan 70 persen (Afrianto, 2016). CewekBanget.id memiliki kesempatan yang sangat besar untuk terus berkembang dengan konten sosialnya.

Dalam jurnalisme *online*, media dituntut untuk mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian berita. Alat-alat ini

beragam seperti tautan ke situs lain untuk menambahkan fakta terkait, foto, video, infografik, peta interaktif, dan animasi sederhana (Wendratama, 2017, p. 6). CewekBanget.id sebagai media *online* berhasil menggunakan beberapa alat multimedia untuk mendukung penyampaian beritanya.

Selain itu, CewekBanget.id juga memanfaatkan semua media sosial yang digunakan remaja perempuan pada umumnya, seperti Twitter, Facebook, Youtube, dan Instagram.

Gambar 1.5 Tampilan Twitter CewekBanget.id



Sumber: twitter.com/cewekbangetid

Untuk Twitter sendiri berisi *update* terbaru yang ada di *website* CewekBanget.id. jadi pengguna Twitter bisa lebih mudah memilih berita dan mengetahui berita terbaru apa saja yang ada. Hingga tanggal 15 September 2019, akun Twitter CewekBanget.id sudah memiliki 64,1 ribu pengikut. Angka ini bisa berubah seiring berjalannya waktu.

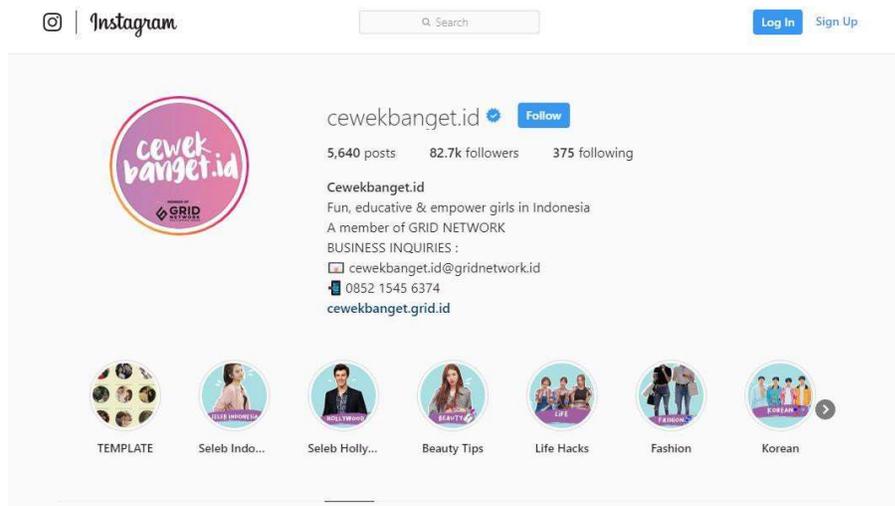
Gambar 1.6 Tampilan Facebook CewekBanget.id



Sumber: facebook.com/cewekbanget.id

Di Facebook CewekBanget.id biasanya membagikan link berita terbaru yang dihubungkan ke *website*, video yang berisi interview dengan para selebriti Indonesia, hingga LIVE saat sesi interview dengan selebriti Indonesia. Hingga 15 September 2019, Facebook CewekBanget.id sudah diikuti 175.272 orang.

Gambar 1.7 Tampilan Instagram CewekBanget.id

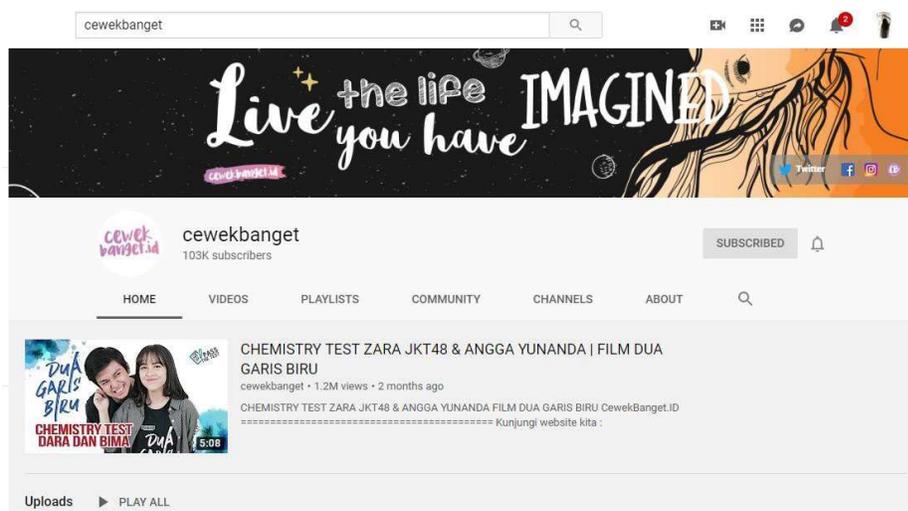


Sumber: instagram.com/cewekbanget.id

Media sosial yang paling banyak digunakan anak muda jaman sekarang ini juga digunakan oleh media CewekBanget.id. Instagram CewekBanget.id memiliki pengikut terbanyak daripada media sosial lainnya, yaitu 82,7 ribu pengikut. Di Instagram, biasanya CewekBanget.id mem-*posting* berita terbaru, informasi penting, dan Instagram *story* saat ada event yang sedang berlangsung.

Selain tiga media sosial di atas, CewekBanget.id juga mempunyai Youtube *channel* sendiri, yaitu cewekbanget. Di dalam youtube terdapat beberapa konten video yang berbeda seperti #FunFancam, *Pass the Test*, *How 2 Do Anything*, *Now Playing @ CewekBanget.id*, dan #TanyaSeleb. Hingga tanggal 15 September 2019, youtube CewekBanget.id tercatat memiliki 103 ribu pengikut.

Gambar 1.8 Tampilan Youtube Cewekbanget.id



Sumber: youtube.com/cewekbanget

Melalui media ini, penulis mencari tahu apa tujuan yang ingin dicapai CewekBanget.id dengan penyebaran berita di *website* dan media sosial lainnya. Selain itu penulis juga mencari tahu bagaimana peran reporter *lifestyle* dan *entertainment* dalam media online khusus perempuan ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai reporter di CewekBanget.id untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara dalam mendapatkan gelar strata satu (S1). Selain itu, penulis juga memiliki tujuan lainnya, yaitu:

1. Menambah ilmu dan pengalaman sebagai jurnalis dengan melakukan peliputan di lapangan dan membuat berita yang bisa disajikan kepada masyarakat.
2. Mempraktikkan materi dan ilmu yang didapat dari perkuliahan yang pernah diberikan dan disampaikan selama masa perkuliahan, yaitu *Interview and Reportage*, *News Writing*, dan *Feature Writing*.
3. Mampu merasakan pekerjaan dalam dunia media dan bekerja sama dengan banyak pihak.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan oleh penulis terhitung sejak hari Jumat, 2 Agustus 2019 hingga 15 November 2019 sebagai Reporter di media *online* CewekBanget.id. Namun karena peraturan dari Universitas Multimedia Nusantara, praktik kerja magang baru resmi terhitung pada tanggal 16 Agustus 2019 hingga 15 November 2019. Jadwal hari kerja penulis di CewekBanget.id adalah Senin, Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat, mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Pada hari Selasa, penulis tidak bisa ke kantor karena ada jadwal perkuliahan, namun editor CewekBanget.id memberikan izin agar penulis bisa mengerjakan tugasnya sebagai reporter tanpa harus ke kantor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada bulan Juni, penulis mengirimkan *email* ke salah satu media di Gading Serpong untuk mengajukan permohonan kerja magang. Pada hari yang sama pihak HRD menghubungi penulis dan dinyatakan langsung diterima. Lalu pihak HRD meminta penulis untuk langsung mulai bekerja keesokan harinya, namun sayangnya penulis masih pulang kampung dan baru bisa kembali ke Tangerang pada bulan Juli.

Pihak HRD setuju dengan permintaan saya untuk mulai bekerja di bulan Juli. Pada saat penulis kembali ke Tangerang di bulan Juli, penulis kembali menghubungi HRD media di Gading Serpong tersebut. Sayangnya, pihak HRD tiba-tiba mengatakan bahwa medianya sudah penuh dengan anak magang dan lupa dengan slot yang sudah disiapkan untuk penulis.

HRD meminta penulis untuk menunggu hingga bulan September, namun setelah pemikiran panjang, penulis memutuskan untuk mencari media lain. Penulis mengirimkan *email* ke beberapa media *online* untuk mengajukan permohonan kerja magang. Tetapi dari 12 media, hanya ada satu media yang membalas yaitu Grid Network.

Penulis menerima balasan dari Grid Network tiga hari setelah mengirimkan *email*. Balasan tersebut menyatakan bahwa penulis diundang untuk melakukan *interview* pada tanggal 19 Juli 2019. Singkat cerita penulis melakukan *interview* pada tanggal 19 Juli 2019.

Setelah melakukan *interview*, penulis menunggu jawaban dari pihak media. pada tanggal 24 Juli 2019, penulis menghubungi pihak HRD untuk bertanya tentang keputusan dari *interview* yang sudah berlangsung. Pihak HRD mengatakan bahwa keputusan untuk di IdeaOnline masih belum bisa dan penulis ditawarkan untuk masuk di SajianSedap.com.

Penulis menyetujui tawaran tersebut dan menunggu informasi selanjutnya. Kemudian keesokan harinya, tanggal 25 Juli 2019, pihak HRD kembali menghubungi penulis dan menawarkan untuk interview kembali dengan redaksi CewekBanget.id. tanggal 30 Juli 2019. Interview kedua berlangsung dengan baik.

Lalu pada tanggal 31 Juli 2019, penulis menerima email dari HRD Grid Network yang menyatakan bahwa penulis diterima kerja magang di CewekBanget.id. Penulis memulai kerja magang pada tanggal 2 Agustus 2019 sebagai Reporter CewekBanget.id.

Selanjutnya penulis mengajukan formulir permohonan kerja magang atau KM 01 dan dilanjutkan dengan KM 02 yang berisi surat pernyataan penerimaan magang dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Kemudian surat tersebut diberikan kepada pihak perusahaan dan pihak perusahaan memberikan balasan yang menyatakan penulis diterima magang.

Surat dari perusahaan tertera tanggal 16 Agustus 2019, dan pada saat itulah kerja magang resmi yang dihitung UMN mulai terhitung. Selama melaksanakan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan salah satu editor CewekBanget.id, yaitu Indah Permata Sari.