



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

Bernard C. Cohen dalam Iswara (2005, p. 7) mengungkapkan bahwa pers memiliki peran sebagai pelapor (*informer*). Pers bertindak sebagai mata dan telinga bagi publik. Melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Tak hanya itu, pers juga memiliki peran sebagai *interpreter*, yang memberikan penafsiran atau pemaknaan pada suatu peristiwa yang contohnya berupa analisis atau komentar berita. Jika kita melihat gambaran yang lebih besar lagi, jurnalisme ada dan hadir dengan tujuan untuk membangun masyarakat. Jurnalisme juga ada untuk memenuhi hak akan pengetahuan serta informasi dari setiap warga negara, dan jurnalisme juga ada untuk demokrasi (Kovach & Rosenstiel, 2001, p. 11).

Salah satu jenis dari jurnalisme adalah jurnalisme lingkungan. Henrik Bodker dan Irene Neverla (2014) menjelaskan bahwa jurnalisme tentang lingkungan berada pada titik temu antara politik, bisnis, sains, kultur dan budaya, berada di antara individu dan kelompok masyarakat, dan berada di tingkat lokal, regional, dan global.

L.R. Baskoro menjelaskan bahwa pemberitaan lingkungan mencakup beberapa hal, seperti yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, berkaitan dengan pelestarian hutan, makhluk hidup dan keanekaragaman hayati, berkaitan dengan aspek kebijakan, sengketa lingkungan, berkaitan dengan penemuan spesies tertentu, dan lain-lain. Jurnalisme lingkungan juga bertujuan untuk menggerakkan pembaca agar sadar dan mencintai lingkungan, menggerakkan penentu kebijakan agar berpihak pada lingkungan, dan menyadarkan perusak lingkungan. Jurnalisme lingkungan memiliki prinsip berpihak pada lingkungan, lingkungan yang dirugikan dan dirusak. Jurnalisme lingkungan bersuara keras membela lingkungan

karena lingkungan itu sendiri tak bisa membela dan menyelamatkan dirinya (2008, pp. 20, 25, & 26).

Jurnalisme yang baik tentu dapat terwujud jika aktor di dalamnya juga baik, aktor dari jurnalisme ialah jurnalis atau wartawan itu sendiri. Bill Kovach dan Tom Rosentiel (2001) menjelaskan bahwa kewajiban pertama jurnalisme ialah pada kebenaran. Wartawan harus memiliki disiplin yang profesional dalam mengumpulkan dan memverifikasi fakta. Wartawan juga harus menjaga agar sebuah berita itu proporsional dan komprehensif. Wartawan harus bisa menghasilkan sebuah karya jurnalistik yang memang apa adanya, tidak menggelembungkan peristiwa demi sensasi.

Dalam jurnalisme lingkungan, wartawan perlu untuk memiliki pengetahuan yang tidak sangat awam tentang lingkungan, seperti hubungan alam, manusia, dampak fisik dan sosial kerusakan lingkungan hidup. Seorang wartawan lingkungan juga harus mempelajari dan mengetahui peraturan atau perundang-undangan yang berkaitan dengan lingkungan. Wartawan lingkungan senantiasa terus berdiskusi dan membina hubungan dengan lembaga, instansi, narasumber atau pakar lingkungan yang menaruh perhatian besar pada upaya penyelamatan dan pelestarian lingkungan (Baskoro, 2008, p. 20).

Media massa menjadi andalan bagi masyarakat modern dalam mencapai kesepakatan yang kolektif (Rivers, Jensen, & Peterson, 2008, p. 34). Media massa juga dinilai memiliki kekuatan yang besar dalam menciptakan kontrol sosial. Joseph Klapper menyebutnya sebagai “rekayasa kesadaran”, dan ini bisa dimanfaatkan untuk tujuan apapun oleh media. Paul Lazarsfeld dan Robert K. Merton menambahkan, bahwa media dapat menghaluskan paksaan sehingga tampak sebagai bujukan (2008, p. 39).

Seiring berkembangnya jaman, teknologi juga semakin maju, dan kemajuan teknologi ini juga diiringi oleh kemajuan dalam bidang jurnalisme. Yang awalnya media massa hadir dalam bentuk cetak, sekarang hadir dalam bentuk multimedia. Jakob Oetama (2001) menjelaskan bahwa multimedia merupakan puncak dari kemajuan teknologi informasi. Tidak terbatas hanya dalam bentuk komputer atau

telekomunikasi, namun multimedia memungkinkan kita untuk mendapatkan informasi yang dapat dilihat, didengar, dan disentuh.

Ditambah dengan kehadiran internet. Tren penurunan pembaca media cetak secara global mulai terjadi sejak abad ke-19. Fenomena tersebut yang membuat berbagai perusahaan media melakukan konversi ke media *online*. Internet-lah faktor utama dari menurunnya tiras media cetak. Pola kehidupan masyarakat berubah sedikit demi sedikit ketika hadirnya internet. Kehadiran berbagai alat komunikasi dan elektronik lainnya semakin memudahkan dan memanjakan masyarakat (Sambo & Yusuf, 2017).

Di Indonesia, eksistensi media cetak sejak tahun 2010 mulai melambat (Sambo & Yusuf, 2017). Ini dapat dilihat dari sisi konsumsi, yakni masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil laporan tahunan yang dikeluarkan *We Are Social*, agensi marketing sosial pengunjung *website*, *mobile*, dan media sosial tumbuh cukup pesat. Dari 272,2 juta total populasi, 175,4 juta di antaranya adalah pengguna aktif internet dengan durasi rata-rata mencapai 7 jam 59 menit (Digital 2020: Indonesia, 2020).

Gambar 1.1 Data Populasi Indonesia Per Januari 2020



Sumber: We Are Social & Hootsuite, 2020

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa memang internet menjadi pilihan masyarakat, dan internet memang sudah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat. Dari situ juga kita bisa melihat bahwa banyak sekali perusahaan media cetak yang berpindah atau melakukan konvergensi ke media online.

United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) mendefinisikan perubahan iklim sebagai gejala yang disebabkan baik secara langsung atau tidak langsung oleh aktivitas manusia. NASA dan NOAA menyebutkan bahwa 2016 menjadi tahun terpanas dalam sejarah. Data menunjukkan bahwa suhu rata-rata bumi pada 2016 adalah 1,78 derajat F atau 0,99 derajat C, lebih hangat dari rata-rata pertengahan abad ke-20 (NASA & NOAA, 2017). Dikatakan juga bahwa sepanjang Januari 2020, Bumi memecahkan rekor dunia dengan suhu terpanas di awal tahun 2020. Ini dilihat dari suhu di benua Eropa yang meningkat rata-rata 3 derajat Celcius di setiap Januari dari 1981 hingga 2020. Memang pada dasarnya perubahan iklim tersebut disebabkan oleh aktivitas manusia sendiri. *World Wildlife Fund* (WWF) mengatakan bahwa aktivitas manusia yang menyebabkan terjadinya efek rumah kaca yaitu pembakaran bahan bakar fosil dan deforestasi. Kegiatan lain yang sering dilakukan ialah seperti mengendarai kendaraan bermotor secara masif dan banyaknya sampah yang tidak diolah (WWF, n.d.).

Dari pemaparan data di atas, bisa disimpulkan bahwa saat ini Bumi sedang dalam kondisi yang tergolong parah. Sudah saatnya manusia bersatu untuk memerangi masalah global ini. Dari fenomena tersebut juga banyak bermunculan organisasi peduli lingkungan yang rutin dalam mengkampanyekan untuk menyelamatkan bumi dari kondisi perubahan iklim yang semakin parah, contohnya seperti Greenpeace, Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), *Friend Of The Earth International* (FOEI) dan lain-lain.

Di sinilah peran dari jurnalisme lingkungan, membawa realita lingkungan yang ada di lapangan kepada masyarakat, agar masyarakat semakin sadar dan dapat menjaga serta melestarikan lingkungan.

Salah satu media yang melakukan konvergensi *platform* dan fokus pada pemberitaan soal isu sains dan lingkungan adalah National Geographic Indonesia (NGI). Media yang di bawah naungan GridNetwork yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia, merupakan media yang membagikan informasi fokus terkait pada isu sains. Diresmikan pada 28 Maret 2005, NGI hadir dalam bentuk majalah pertama kali pada April 2005. Dengan mengikuti tren kemajuan teknologi dan untuk mendekatkan diri kepada masyarakat, NGI melakukan konvergensi dengan menghadirkan situs daring (*online*) yang beralamat di nationalgeographic.co.id. NGI *online* memiliki banyak kanal berita soal sains yang dapat dinikmati pembaca, ada Sains & Teknologi, Sosial, Budaya, Arkeologi, Sejarah, Alam, Lingkungan, Kesehatan, Antariksa, dan *Travel* (Nationalgeographic, n.d.).

Latar belakang di atas merupakan alasan penulis untuk melakukan praktik kerja magang di media NGI. Memilih media yang melakukan konvergensi *platform*, serta keinginan penulis dalam mempelajari isu sains dan lingkungan dalam jurnalisme merupakan alasan utama dari penulis. Penulis diberikan tanggungjawab sebagai reporter di *platform* majalah dan *online*, yang melakukan peliputan dan pembuatan artikel yang ditujukan ke kedua *platform* tersebut.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mempersiapkan mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam dunia kerja. Melatih mahasiswa untuk mampu menerapkan ilmu yang sudah diterima di perkuliahan ke dalam lingkungan kerja yang profesional. Membuat mahasiswa menerima pengalaman praktis langsung dari lingkungan kerja.

Kerja magang ini juga merupakan salah satu dari persyaratan akademik di Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang merupakan mata kuliah di semester tujuh sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara.

Adapun tujuan lain yang dicari oleh penulis:

1. Mencari pengalaman dalam lingkungan kerja yang profesional.

2. Mengetahui dan mempelajari sistem kerja redaksi sebuah media.
3. Mendapatkan ilmu praktis yang tidak didapat dalam dunia perkuliahan.
4. Mengembangkan ilmu serta *skill* penulis dalam redaksi suatu media.
5. Mengetahui dan mempelajari sistem kerja redaksi National Geographic Indonesia.
6. Memperbanyak relasi dan koneksi dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan selama 60 hari sesuai dengan ketentuan minimal dari universitas, atau selama tiga bulan. Penulis melakukan kegiatan kerja magang terhitung dari tanggal 27 Januari hingga 27 April 2020. Hari kerja berlangsung sebanyak lima hari dalam seminggu, dengan durasi sembilan jam, 09.00 hingga 18.00.

Meskipun terdapat jam dan hari kerja yang sudah ditentukan, penulis yang posisinya adalah reporter juga memiliki waktu kerja yang fleksibel. Terkadang penulis juga beberapakali bekerja di luar hari atau jam tersebut, sesuai pekerjaan yang diberikan oleh editor atau pembimbing lapangan.

Namun, terhitung sejak tanggal 16 Maret hingga 27 April, penulis bekerja di rumah. Hal ini disebabkan oleh anjuran pemerintah untuk bekerja, belajar, dan beribadah di rumah terkait wabah virus COVID-19 yang penyebarannya meluas.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Pertama-tama penulis mencari referensi tempat magang dari beberapa teman yang sudah lebih dulu melaksanakan kerja magang. Dari banyak teman penulis mendapatkan banyak sekali referensi dan rekomendasi tempat magang. Dari banyak referensi tersebut, penulis

tertarik pada media National Geographic Indonesia. Dari situ penulis meminta kontak salah satu HRD perusahaan yang menaungi National Geographic Indonesia, yakni GridNetwork atau Kompas Gramedia Group of Magazine (GoM).

Setelah menghubungi HRD yang bernama Heri Joko Widodo dari GridNetwork, penulis mengirimkan CV via surel ke beliau pada 10 Desember 2019. Setelah itu penulis dipanggil untuk melakukan wawancara di kantor Kompas Gramedia Group of Magazine, di jalan Panjang, Kebon Jeruk, pada 15 Januari 2020. Dan mendapatkan konfirmasi penerimaan ditanggal 21 Januari 2020.

Perihal Kartu Magang (KM) oleh universitas, setelah mendapat konfirmasi penerimaan, tanggal 22 Januari penulis langsung mengajukan KM 01, yang berupa formulir untuk mengajukan tempat kerja magang penulis untuk disetujui oleh Program Studi Jurnalistik UMN. Setelah mengajukan KM 01, pada 29 Januari KM 02 penulis keluar sebagai surat pengantar atau surat keterangan magang dari universitas yang ditujukan kepada GridNetwork.