



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

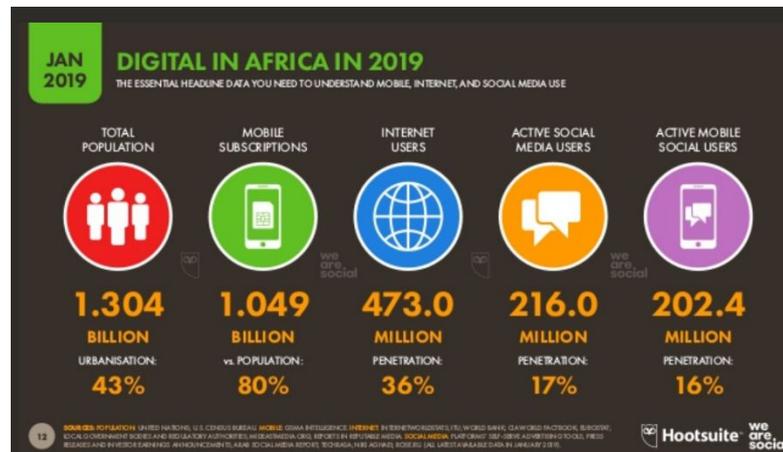
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki tahun 2020 perkembangan teknologi di dunia semakin banyak terutama pada perkembangan teknologi internet, tercatat hingga April 2019 jumlah pengguna internet di dunia sudah mencapai 4,437 miliar (Global Digital Report, 2019). Kemunculan internet bermula karena proyek APARNET (*Advanced Research Project Agency Network*), yang ditujukan untuk kebutuhan militer pada tahun 1969 (Devi, 2019, para. 6). Semakin berkembang setiap tahunnya, jaringan internet muncul pada tahun 1983 dengan sistem TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) seperti yang dikutip dari artikel detik.com *Sejarah Internet dan Perkembangannya Hingga Kini*. Sementara itu, berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menurutnya jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen per April 2019 (Pratomo, 2019, para 2-3). Dari data tersebut membuktikan bahwa media daring dapat terus bertumbuh di Indonesia karena jumlah pengguna internet yang terus meningkat.

Fenomena perkembangan internet yang dimulai pada 1993 tidak berhenti disitu. Perkembangan mulai dari penggunaan surel dengan simbol '@' , terciptanya bahasa pemrograman HTML, hingga berbagai situs muncul seperti; Amazon, eBay, Yahoo, Google, hingga Thefacebook.com (Facebook), yang dimulai dari 1990an akhir hingga 2000an (Devi, 2019, para. 9-14). Kemunculan media sosial memunculkan persaingan yang ketat. Pada awal kemunculannya, Facebook dan Twitter berlomba mendapatkan pengguna aktif. Melalui data yang diunggah, We Are Social bersama Hootsuite memberikan angka pengguna media sosial aktif saat ini mencapai 3,499 miliar, dengan Facebook yang berada di peringkat pertama.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dari Global Data Report 2019



Sumber : wearesocial.com/global-digital-report-2019

Berdasarkan data yang ada per Maret 2019, Indonesia menempati posisi kelima sebagai pengguna internet terbesar di dunia. Sebanyak 143,26 juta orang di Indonesia menggunakan jaringan Internet (Jayani, 2019, para.1). Perkembangan internet dan jumlah pengguna yang kian hari terus bertambah membuat semua hal perlu terhubung ke jaringan internet. Salah satunya sebuah media, yang kini keberadaannya semakin banyak dan bertambah menjadi media daring.

Kompas.com sendiri menjadi media daring kedua di Indonesia setelah Republika Online pada tahun 1995. Kompas Online yang merupakan Harian Kompas edisi *online* menjadi nama pertama sebelum berganti nama hingga akhirnya Kompas.com, (Paramita, 2015, para. 17-19). Sebagai media daring kedua yang hadir di Indonesia dan data pengguna internet yang semakin meningkat membuat penulis semakin yakin untuk memilih Kompas.com sebagai tempat praktik kerja magang penulis. *Digital Journalism Camp* yang dibuka oleh Kompas.com memberi kesempatan khususnya kepada mahasiswa UMN untuk magang di Kompas.com. Persyaratan yang mengharuskan memiliki *project plan* membuat penulis dan tim membawa *Bangsul_id*—sebuah media berbasis Instagram, menjadi pembuka pintu untuk mendapatkan kesempatan magang di Kompas.com. Sebelumnya, proyek yang dibuat penulis bersama dengan empat

mahasiswa lain dibuat pada semester 6 saat mata kuliah Digital Media Management yang dikerjakan secara berkelompok. Dengan kesempatan yang ditawarkan oleh Kompas.com dan penulis sudah memiliki respon baik atas Bangsul_id, penulis dan kelompok berani untuk mengajukan *project plan* Bangsul_id ke program magang *Digital Journalism Camp* oleh Kompas.com.

Penulis tertarik dan memilih program magang yang diadakan oleh Kompas.com karena Kompas.com merupakan portal berita yang mendapat penghargaan sebagai “berita *online* terpercaya” dari Superbrands pada 2018 (Movanita, 2018, para. 1). Kompas.com yang menjadi salah satu portal berita yang diminati publik (Putra dan Triyono, 2018, p. 115) menjadi pertimbangan penulis untuk memilih Kompas.com sebagai tempat kerja magang. Dengan membawa *project plan* Bangsul_id, yang merupakan sebuah media berbasis Instagram penulis dan kelompok mengajukan ke program *Digital Journalism Camp* yang diadakan oleh Kompas.com. Berita yang dikemas oleh Bangsul_id pun dari beragam peristiwa yang sedang terjadi di sekitar masyarakat, hari raya, hiburan, hingga politik. Oleh karena itu peneliti merasa adanya kecocokan antara proyek Bangsul_id dan Kompas.com. Terlebih lagi pihak Kompas.com memberi penawaran bahwa proyek yang diterima nantinya dapat dikembangkan dengan cara kerja ruang redaksi yang sudah ada di Kompas.com. Dengan begitu penulis dan tim memutuskan untuk mengajukan *project plan*, dan Bangsul_id menjadi salah satu dari dua *project* yang diterima oleh Kompas.com.

Pada pelaksanaan program magang ini penulis menjadi reporter dan juga *conten creator* untuk Bangsul_id. Cara kerja menyesuaikan dengan redaksi yang sudah ada di Kompas.com peneliti dan tim bergabung dengan kanal Edukasi dan Entertainment/Hype selama masa magang.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang ditujukan penulis untuk memenuhi mata kuliah *Internship* pada Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menjabarkan tujuan kerja magang yang dilaksanakan di Kompas.com dengan kesempatan mengembangkan projek *Bangsul_id* yang berbasis di Instagram sebagai berikut:

1. Mengetahui dan mempelajari bagaimana bekerja sebagai reporter di redaksi Kompas.com
2. Mempelajari bagaimana bisnis model yang tepat untuk media berbasis Instagram seperti *Bangsul_id*
3. Mengembangkan kemahiran penulis untuk penulisan berita terutama di media daring yang membutuhkan kecepatan dan ketepatan
4. Mempelajari dan mengembangkan kreativitas penulis sebagai *content creator* untuk *Bangsul_id*

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dijalankan penulis di Kompas.com dilakukan selama 92 hari terhitung dari 12 Agustus 2019 hingga 12 November 2019. Redaksi yang membebaskan penulis untuk dapat bekerja secara *mobile* membuat penulis tidak datang setiap hari ke kantor di Menara Kompas, Jl. Palmerah Selatan, Jakarta Pusat. Penulis dengan kelompok rutin datang ke kantor setiap hari Selasa dan/ atau Rabu untuk bertemu dengan editor untuk *update* proses perkerjaan terutama pada projek *Bangsul_id*. Namun, 26 hari menjelang akhir magang penulis rutin ke kantor karena bergabung juga di kanal Hype. Selain bekerja untuk menjalankan *Bangsul_id* sebagai *content creator* penulis juga

mendapatkan kesempatan bekerja di redaksi sebagai reporter. Berikut prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

1. Penulis dan tim mendaftarkan diri untuk mengikuti *Digital Journalism Camp* pada 9 Juli 2019.
2. Delapan hari setelah mendaftar tepatnya pada tanggal 17 Juli 2019, pihak Kompas.com memberi kabar untuk membuat proposal proyek. Keesokan harinya penulis mengirimkan proposal melalui email.
3. Pada 26 Juli, penulis dikontak kembali oleh pihak Kompas.com untuk dapat menghadiri wawancara dengan Wisnu Nugroho, selaku pemimpin redaksi Kompas.com dan Novya Nasrati, selaku *marketing communication* Kompas.com.
4. Pada 29 Juli penulis dinyatakan diterima magang di Kompas.com lalu setelah itu penulis mulai mengurus KM-01 dst. di UMN.
5. Surat pernyataan kerja magang dari kampus keluar pada 12 Agustus. Di hari yang sama penulis dipanggil untuk bertemu dengan HRD dari Kompas.com, Adelia Galuh.
6. Terhitung dari 12 Agustus – 12 November penulis melakukan 92 hari kerja dan mendapat penilaian dari supervisi lapangan, Erwin Hutapea.
7. Penulis melakukan bimbingan magang dengan FX Lilik Dwi Mardijanto, S.S., M.A.