



### **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

Media *online* merupakan media yang saat ini dijadikan pilihan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang peristiwa hangat yang terjadi di Indonesia. Mengutip dari Kata Data, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nielsen, pengguna media *online* per tahun 2017 lebih tinggi dibandingkan dengan media cetak, dengan perolehan angka 7 juta per orang untuk media *online* dan 4,5 juta untuk media cetak (Reily, 2017).

Beberapa dekade setelah perang dunia pertama, industri berita melihat koran digantikan oleh radio sebagai media yang didengarkan saat ada *breaking news*. Beberapa saat kemudian, radio tergantikan oleh televisi pada 1950. Pada 1999 saat krisis Kosovo, terlihat jelas banyak perubahan yang terjadi seperti, beralihnya *audience* ke internet untuk pengalaman mencari berita, karena kecepatannya dalam menyampaikan informasi. Masyarakat juga cenderung memilih untuk beralih ke *online* karena terdapat banyak pilihan informasi yang bisa mereka tentukan, informasi apa yang akan mereka konsumsi (Hall, 2001, p. 26).

Di Indonesia, perkembangan media *online* dimulai dari *Republika Online*. Pada 17 Agustus 1994, media dalam versi *online* tersebut hadir dihadapan masyarakat, setelah satu tahun sebelumnya *Republika* hadir terlebih dahulu dengan versi cetaknya, dua tahun setelahnya, pada 1996 *Tempo* hadir dalam versi *online* dengan halaman [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com) yang saat ini [tempo.co](http://tempo.co), tidak berhenti sampai di sana, media-media *online* lain pun berdatangan (Margianto & Syaefullah, 2013, p. 15).

Masih pada tahun yang sama, *Bisnis Indonesia*, hadir dengan halaman *online* nya pada 2 September 1996. Meskipun jauh dari Ibu Kota, salah satu media lokal dari Sumatera Utara, juga memiliki portal berita *online* dengan

nama *waspada.co.id*. Satu tahun setelahnya, pada 22 Agustus, *Kompas* juga hadir dengan versi *online* nya dengan *kompas.com* (Margianto & Syaefullah, 2013, p. 16).

Jurnalisme *online* termasuk dalam tipe baru jurnalistik, hal ini karena perbedaan fitur seperti teknologi yang digunakan, selain itu jurnalisme *online* menawarkan kemungkinan tidak terbatas bagi sebuah media untuk memproses dan menyebarkan berita (Juditha, 2013, p. 146). Jurnalisme *online* juga disebut sebagai *contextualized journalism* karena mengintegrasikan tiga fitur komunikasi, diantaranya adalah multimedia, interaktif, dan hipertekstual (Juditha, 2013, p. 147). Jurnalisme *online* juga secara langsung menghadirkan lautan informasi kepada *audience* (Hall, 2001, p. 37).

Mike Ward menyebutkan penyebaran informasi dalam jurnalisme *online* meliputi *immediacy* atau kebaruan, *multiple pagination*, *multimedia*, dan *flexible delivery platforms* (Ward, 2002, p. 22). Pada saat pertama kali media *online* hadir dihadapan masyarakat, mereka memiliki cara kerja sederhana. Media *online* generasi pertama mempublikasikan kontennya secara *online* dengan memindahkan halaman media cetak ke versi *online*. (Margianto & Syaefullah, 2013, p. 16).

Dalam menjalani profesinya di media *online*, wartawan atau dalam sebutan lain merupakan para pemburu berita, juru, warta, reporter, *news gather*, dan lain-lain (Hidayat & Anisti, 2015) adalah orang yang melakukan kegiatan kewartawanan berupa kegiatan atau usaha yang berhubungan dengan pengumpulan, pengolahan, penyiaran dalam bentuk berita, pendapat dan usulan gambar-gambar, dan sebagainya dalam bidang komunikasi massa (Wibawa, 2012, p. 144).

Pers berperan dalam kehidupan masyarakat, peranan umum yang dijalankan oleh pers adalah sebagai pelapor, dalam menjalankan tugasnya sebagai pelapor, pers menjadi mata dan telinga bagi masyarakat. Dengan ini, masyarakat bisa menerima informasi dari peristiwa-peristiwa yang tidak bisa

dijangkau oleh masyarakat tanpa adanya kehadiran pers (Ishwara, 2011, p. 18). Tidak hanya sebagai pelapor, pers juga berperan sebagai penerjemah suatu peristiwa. Hal ini dilakukan oleh pers dengan menambahkan analisis dalam sebuah laporan yang diberitakan (Ishwara, 2011, p. 18). Pers juga dikatakan sebagai pengkritik pemerintah atau *watchdog* (Ishwara, 2011, p. 19).

Dalam kegiatan magang ini, penulis memilih *IDN Times* sebagai tempat kerja magang. Bagi mahasiswa, *IDN Times* merupakan pilihan yang tepat karena *IDN Times* khas dengan *tagline* milenial dan gen z nya, sehingga penulis berpikir bahwa berita yang diproduksi dikemas secara *relatable* bagi kedua generasi tersebut, mengingat penulis juga termasuk dalam generasi z.

Selain itu, meskipun *IDN Times* baru hadir pada 2014, namun berdasarkan data yang diperoleh dari *Alexa.com*, *IDN Times* berhasil meraih peringkat ke 14 di Indonesia. Hal ini membuat penulis tertarik dan ingin mencari tahu, apa yang membuat *IDN Times* masuk dalam peringkat tersebut. *IDN Times* juga memiliki ciri khas dalam format berita yang disajikan kepada pembaca, *IDN Times* menggunakan format *listicle* dalam berita yang dipublikasi sehari-hari, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami suatu berita dengan kehadiran poin-poin dalam setiap artikelnya. Hal ini tidak berlaku ketika terjadi *breaking*, saat terjadi peristiwa di mana informasi harus cepat untuk dipublikasikan, format yang digunakan oleh *IDN Times* adalah format berita pada umumnya.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

1. Mengetahui cara kerja reporter di *IDN Times*
2. Mempelajari teknik penulisan berita *online* di *IDN Times*
3. Menerapkan teknik penulisan berita yang dipelajari di *IDN Times* berdasarkan kode etik jurnalistik

## **1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Penulis memulai aktivitas magang di media terkait, pada awal Agustus, tepat pada tanggal 1 Agustus dan berakhir pada 31 November, sehingga penulis bertugas di media terkait selama empat bulan. Selama kerja magang, penulis bertugas di hari Senin, Rabu hingga Sabtu, sehingga dalam satu minggu penulis melakukan kerja magang selama lima hari. Penulis memulai aktivitas kerja magang sejak pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB, namun apabila tugas yang diberikan oleh editor belum dapat diselesaikan, penulis bisa mengerjakan sampai pukul di atas 18.00 WIB.

Apabila dalam lima hari kerja ada satu hari di mana penulis berhalangan untuk hadir karena alasan tertentu, seperti sakit, maka penulis bisa mengganti hari tersebut agar lima hari kerja tetap terpenuhi.

### **1.3.2 Prosedur Kerja Magang**

Penulis mengajukan kerja magang di *IDN Times* pada 1 Juli, kemudian di hari yang sama tepat beberapa jam setelahnya, Penulis menerima email balasan dari pihak *IDN Times* untuk memenuhi panggilan wawancara pada 2 Juli, dan pada saat wawancara, penulis diinformasikan tentang kesepakatan kerja bagi peserta magang di *IDN Times*, dan pada 23 Juli mahasiswa menandatangani kontrak kerja magang. Sebelum mendapat panggilan dari *IDN Times*, penulis mengajukan permohonan magang ke beberapa media *online* di Indonesia, seperti *CNN Indonesia*, *Kumparan*, *Kompas*, *Detik*, dan *Liputan 6*.

Dalam melakukan kerja magangnya, penulis awalnya diberi tugas untuk menulis ulang artikel dari Kantor Berita Antara, kemudian satu minggu kemudian, penulis mulai turun ke lapangan untuk meliput bersama reporter dari *IDN Times*, selain menulis ulang artikel dan turun ke lapangan, penulis juga menulis artikel untuk dipublikasi dari pers rilis suatu acara.

*IDN Times* memiliki kegiatan rutin untuk membahas rencana seminggu ke depan, yaitu rapat redaksi. Rapat ini dilaksanakan setiap Senin,

mahasiswa sebagai peserta magang di sana juga turut hadir dalam rapat redaksi yang diadakan pagi hari, sebelum aktivitas kerja di redaksi dimulai.

Dalam rapat ini, setiap editor dari kanal yang ada di *IDN Times*, mempresentasikan ide mereka, karena tim IDN Times tidak terpusat di Jakarta, maka terkadang, dalam rapat tersebut, tim yang berada di Surabaya dan beberapa kota di Indonesia, juga turut hadir melalui *conference call*.