

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi berdampak besar pada ribuan perubahan yang terjadi dewasa ini. Hal ini berdampak pula pada dunia jurnalistik. Jurnalistik yang tadinya hanya berkonsentrasi pada dunia siar dan cetak, kini melebarkan jangkauan sayapnya hingga daring, dan media sosial. Hampir seluruh media Indonesia saat ini memiliki versi daring, baik dalam bentuk tulisan, teks, maupun gambar. Munculnya media daring ini pun menggeser kebiasaan membaca orang-orang.

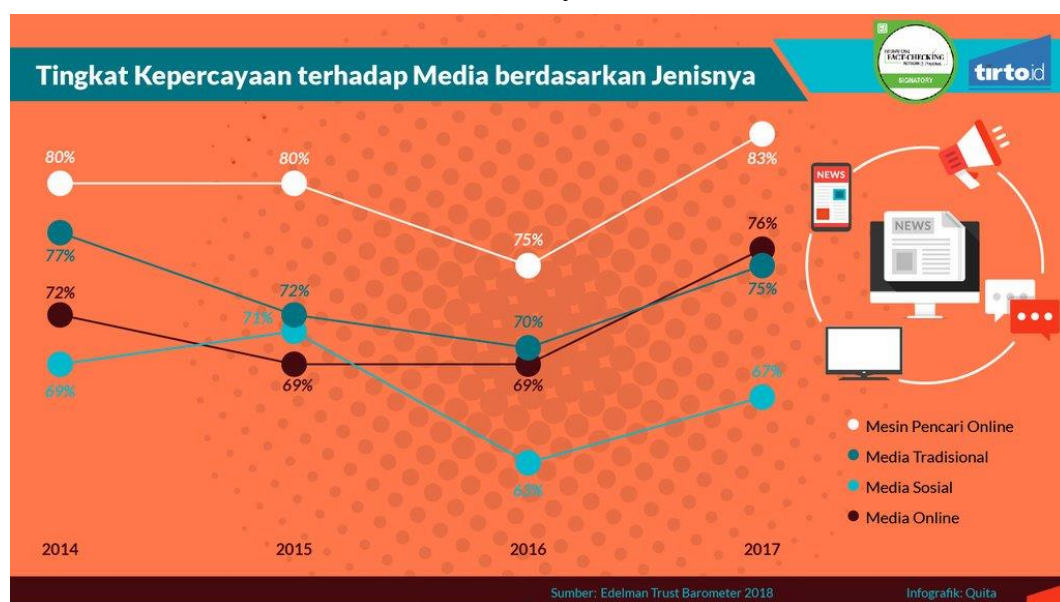
Menurut Katadata, berdasarkan survei Nielsen *Consumer and Media View* pada tahun 2017 penetrasi pembaca digital meningkat 11% menjadi 6 juta orang, ini merupakan peningkatan yang tinggi bila dibanding dengan tahun 2013 lalu yang jumlah pembaca media digital hanya 1,1 juta orang (Reily, 2017). Selain itu survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2017 oleh Badan Pusat Statistik yang diolah oleh Beritagar menunjukkan dari 77 juta masyarakat pengguna internet (baik untuk hiburan maupun pencarian informasi), 50,7 juta diantaranya mengonsumsi berita daring (Adzkia, 2019).

Dari survei di atas, maka terlihat bahwa media daring diterima oleh khalayak ramai. Media memiliki situs resmi yang mampu mempertemukan jurnalis dan khalayak. Dengan hitungan detik, jurnalis memproduksi berita untuk dikonsumsi, dan dengan bermodal ibu jari, khalayak mendapatkan informasi yang ingin diketahuinya. Tuntutan kecepatan inilah yang terkadang mengakibatkan minimnya verifikasi dari jurnalis itu sendiri. Tidak jarang pula muncul *click-bait*, yang ditujukan hanya untuk menambah *traffic* situs sebuah media daring.

Dampak dari kecepatan ini pun dirasakan oleh praktik jurnalistik di media sosial. Media sosial merubah pola komunikasi dari satu arah menjadi dua arah, sehingga khalayak yang memegang kendali atas penentuan konten yang menarik dan akan diangkat oleh sang jurnalis di media sosial (Adornato, 2018, pp. 27-28). Khalayak secara aktif bebas untuk mengemukakan pendapat. Hal ini merupakan sebuah perubahan yang mempengaruhi sistem kerja pada dunia jurnalistik sehingga segudang informasi akan secara tidak langsung terproduksi tanpa adanya verifikasi.

Akibatnya, tingkat kepercayaan khalayak pada media daring dan media sosial berada di bawah mesin pencari *online* dilihat dari studi Edelman Trust Barometer 2018. Persentase kepercayaan khalayak pada media pencari online adalah sebesar 83%, sedangkan pada media sosial dan media online sendiri berturut-turut sebesar 76% dan 67%. Kedudukan tingkat kepercayaan dapat dilihat langaug pada gambar 1.1 yang diunggah pada Tirto.id, oleh Quinta.

Gambar 1.1 Tingkat Kepercayaan terhadap Media Berdasarkan Jenisnya



Sumber: Gerintya, 2018

Meskipun demikian, permasalahan tersebut tidak membuat media jenis tersebut kehilangan eksistensinya. Bahkan, banyak pula media rintisan yang hanya bergerak pada media daring dan media sosial, tanpa adanya media siar maupun cetak. Diantaranya adalah Mojok.co yang merupakan sebuah media yang memiliki alamat situs di mojok.co. Selain itu, Mojok.co juga mempunyai akun Instagram @mojok.co, dan Twitter @mojok.co. Selain itu, media lainnya yaitu Magdalene, media yang membahas isu-isu kesetaraan gender dan feminis pada media sosial Instagram yaitu @magdaleneid. Untuk ragam konten lainnya, Magdalene mempunyai alamat situs yaitu magdalene.co.

Sama seperti yang lainnya, media berita Kompas juga mengikuti arus perkembangan zaman, bahkan Kompas merupakan salah satu pionir media daring

pertama di Indonesia. Memiliki Kompas.com, PT Kompas Cyber Media tetap menunjukkan eksistensinya hingga sekarang. Kompas.com dapat dinikmati oleh khalayak melalui alamat situs kompas.com. Selain itu, Kompas.com juga memiliki akun Instagram dengan nama @kompascom. Melihat perkembangan dunia digital, maka redaksional Kompas.com membuat sebuah program yaitu *Digital Journalism Camp* yang merupakan sebuah wadah para jurnalis untuk membuat media rintisan yang dimonitori langsung oleh pemimpin redaktur Kompas.com.

Konten-konten pada media sosial khususnya Instagram tentunya mempunyai karakteristik yang berbeda dengan konten berita media konvensional. Media sosial Instagram mengedepankan unggahan dalam bentuk gambar dibanding dengan tulisan, maka dari itu, karakteristik berita pun perlu disamakan. Pada dasarnya, manusia menyukai visualisasi gambar, maka dari itu, desain infografik yang menarik perhatian menjadi penting dalam penyampaian informasi. Melihat hal ini, profesi *visual data journalist* pun berkembang.

Visual data journalist merupakan sebuah profesi yang tergolong baru, yang ditugaskan untuk mengemas informasi dalam bentuk yang lebih menarik dengan mencampurkan grafis, tulisan, dan gambar. Profesi ini hampir dimiliki oleh banyak media internasional seperti *BBC*, dan *The Guardian*. Bukan hanya media internasional saja, media di Indonesia juga mulai memiliki profesi tersebut, seperti *Tirto.id*, *Kumparan*, dan bahkan *Kompas.com* sendiri.

Melihat permasalahan tingkat kepercayaan khalayak pada media daring, dan perlunya menyajikan informasi dalam kemasan menarik, penulis melaksanakan kerja magang bersama Kompas.com pada program *Digital Journalism Camp*. Sebagai bukti nyata, penulis dan ketiga rekan membentuk Buah Pikir, sebuah media rintisan yang mengandalkan media sosial Instagram dan situs dalam penyebaran informasinya. Penulis diberikan tanggung jawab sebagai *visual data journalist* di Buah Pikir. Selain itu, penulis juga diberi kesempatan untuk menjadi reporter di Kompas.com kanal edukasi.

1.2. TUJUAN KERJA MAGANG

Kerja magang merupakan sebuah kewajiban untuk mahasiswa semester 7 di Universitas Multimedia Nusantara. Selain untuk mendapatkan pengalaman di luar

kampus, kerja magang ini ditujukan agar mahasiswa dapat mengaplikasikan seluruh teori yang telah diajarkan di kelas di dunia pekerjaan yang sebenarnya. Maka, dapat dirumuskan pada kerja magang ini, penulis bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses pembuatan sebuah media rintisan, yaitu Buah Pikir.
2. Mengetahui peran *visual data journalist* pada sebuah media baru, yaitu Buah Pikir.
3. Mengetahui peran jurnalis kanal edukasi di Kompas.com

1.3. WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Waktu kerja magang dilaksanakan selama 93 hari, mulai dari Jumat, 16 Agustus 2019, sampai dengan Sabtu, 16 November 2019. Selama itu pula, penulis dibimbing oleh Yohanes Enggar selaku editor kanal edukasi Kompas.com. Penulis diwajibkan untuk hadir di kantor sebanyak sekali dalam seminggu yang biasanya dilaksanakan pada hari Senin atau Rabu menyesuaikan jadwal yang ada. Praktik kerja magang bertempat di PT Kompas Cyber Gramedia, Gedung KOMPAS Cyber Media, unit II, lantai 5, Palmerah Selatan, no. 22-28. Selain hari tersebut, penulis bekerja secara jarak jauh dengan waktu yang menyesuaikan jadwal pribadi setiap harinya.

Ada pula prosedur yang dilakukan sebelum bergabung di *Digital Journalism Camp* Kompas.com adalah sebagai berikut:

1. Menyelesaikan 110 SKS mata kuliah dengan nilai yang ditentukan sesuai dengan aturan kampus.
2. Mengikuti seminar magang Program Studi Jurnalistik yang diadakan di Student Lounge, gedung B lantai 3 Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Selain itu untuk Program Studi *Public Relation*, seminar magang dilakukan di Function Hall, gedung A lantai 1 UMN.
3. Selanjutnya, pada masa pengisian KRS, teman penulis mengajak untuk bekerja sama dan membuat Buah Pikir dinaungi oleh Kompas.com dengan program *Digital Journalism Camp*.
4. Pembuatan proposal yang lebih matang pun dilakukan bersama-sama. Penulis dengan ketiga teman lainnya mematangkan ide Buah Pikir dan mengajukan kepada Kompas.com.

5. Setelah itu, penulis menandatangani kontrak yang dilaksanakan di kantor Kompas, Gedung KOMPAS Cyber Media, unit II, lantai 5, Palmerah Selatan, no. 22-28.
6. Setelah 93 hari mengemban tugas dan belajar, maka setiap kegiatan yang telah dilakukan di Kompas.com sebagai jurnalis edukasi dan proses pengembangan Buah Pikir pun secara rinci dijabarkan kembali pada laporan magang dengan koordinasi bersama pembimbing. Laporan magang ini nantinya akan dipertanggungjawabkan pada sidang magang.