



### **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

Komunikasi massa sebagai salah satu komunikasi yang dilakukan oleh manusia dan melibatkan media massa sebagai alat komunikasi massa tersebut. Menurut McLuhan (Rakhmat, 2005, p. 174), media massa adalah perpanjangan alat indera. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Media massa terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media *online*. Media *online* tidak terlepas dari kemajuan teknologi karena sangat berpengaruh besar di masyarakat.

Perkembangan teknologi sekarang menjadi semakin maju dan berkembang pesat. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, kehidupan kini menjadi lebih mudah dan praktis. Masyarakat menjadi lebih banyak menggunakan teknologi terkini untuk berbagai hal mulai dari pekerjaan hingga hiburan yang mereka nikmati. Perkembangan teknologi itu pun menyajikan banyak pengaruh positif di kalangan masyarakat, salah satunya kecepatan untuk mendapatkan informasi.

Informasi yang beredar di masyarakat ini salah satunya disajikan ke dalam bentuk berita. Menurut Assegaf (2005, p. 64-65), berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan. Lewat berita, masyarakat mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan mengenai lingkungan di sekitar mereka.

Kemajuan teknologi kini dapat membuat sebuah berita dapat diakses dengan menggunakan internet, sering disebut dengan media *online*, sehingga masyarakat dapat mengaksesnya dimana pun dan kapan pun. Media *online* sendiri dianggap sebagai media baru. Menurut Martin Lister (2009, p. 13), media baru menjadi perubahan

berskala besar yang terjadi dalam produksi, distribusi dan penggunaan media yang bersifat teknologis, konvensional, tekstual, dan kultural. Dengan begitu, media baru adalah media yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada publik yang didalamnya terdapat penggabungan seluruh media, mulai dari cetak, audio, visual, maupun audio visual.

Menurut salah satu peneliti dan ahli media dari Universitas Texas, Lorie Ackerman dalam buku Sosiologi Komunikasi (Mahyuddin, 2019, p. 32) menyebutkan bahwa media *online* sebagai bentuk “penerbitan elektronik”. Istilah penerbitan elektronik digunakan untuk menyampaikan berbagai ide. Secara garis besar, menggunakan komputer dalam proses penulisan, penyuntingan, penyusunan huruf, pencetakan atau publikasi lebih disukai. Kini banyak masyarakat yang mengakses berbagai media berbasis *online*. Selain mempermudah masyarakat untuk mengaksesnya, media *online* juga cepat dalam mengomunikasikan suatu berita.

Kini masyarakat lebih banyak membaca berita melalui media online sehingga peminat media cetak perlahan menurun. Hal tersebut terlihat dari data yang ditunjukkan dalam *Centre for Strategic and International Studies* (csis.or.id, 2017). Data pada tahun 2017 menunjukkan sebanyak 54,3 persen lebih sering mengakses media online yang sebagian besarnya adalah milenial, sedangkan non milenial sebanyak 11,4 persen. Di Indonesia sendiri terdapat lebih dari 43.000 media massa yang berbasis online dan sebanyak kurang lebih 100 media massa tersebut diantaranya telah terverifikasi oleh Dewan Pers (kominform.go.id, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa media massa ikut berkembang bersama dengan pertumbuhan teknologi dan informasi dalam bentuk media *online*.

Adapun media *online* yang dipilih adalah *Kompas.com* yang menanamkan keakuratan fakta dan independen. *Kompas.com* memiliki segmen tasi pembaca yang ditujukan kepada banyak lapisan masyarakat, mulai dari remaja hingga lanjut usia (lansia). Dengan masuknya penulis ke dalam ruang kerja *Kompas.com*, segala ilmu dari

lapangan kerja yang sekiranya belum diajarkan dapat dipadukan dengan segala hal yang telah diajarkan selama masa perkuliahan dari awal semester agar mampu menjadi reporter yang baik dan bertanggung jawab.

Di Indonesia terdapat banyak informasi yang berhubungan dengan sektor pariwisata, mulai dari destinasi wisata, objek wisata, hingga kuliner, sehingga perlu diolah agar dapat disajikan kepada masyarakat. Fursich dan Kavoori dalam buku yang berjudul *Travel Journalism* (Hanusch, 2014, p. 116-117) berpendapat bahwa hal tersebut penting menekankan bahwa pencarian dan penyampaian kebenaran dalam mencari informasi yang berhubungan dengan *travel* sebagai fondasi jurnalisme untuk membedakan jurnalis perjalanan dengan *travel writer* yang dapat memasukkan unsur fiksi ke dalam tulisannya. Menurut Hanusch (2014, p. 73), jurnalis *travel* cenderung membuat konten yang berfokus pada penjualan dari pengalaman jurnalis yang menghibur. Hal tersebut yang membuat penulis ditempatkan di kanal *travel* sebagai jurnalis *travel*.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Berikut ini tujuan dari pelaksanaan kerja magang yang telah dilakukan penulis:

- a. Menerapkan kembali dan mengasah ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama tujuh semester perkuliahan program studi jurnalistik ke dalam dunia kerja.
- b. Memperoleh ilmu baru yang belum pernah didapatkan pada masa perkuliahan dengan bekerja dan terjun langsung ke lapangan.
- c. Mempelajari kinerja jurnalistik yang diterapkan di dalam media secara langsung.

- d. Memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa semester tujuh Universitas Multimedia Nusantara yang harus melaksanakan kerja magang sebagai salah satu syarat kelulusan.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang di media Kompas.com mulai dilakukan sejak 12 Agustus 2019 sampai dengan 12 November 2019 dalam jangka waktu tiga bulan dan total dihitung sebanyak 78 hari kerja. Waktu pelaksanaan kerja magang disesuaikan dengan ketentuan yang tercantum dalam panduan magang Universitas Multimedia Nusantara.

Kerja magang dilakukan di kantor Kompas.com, tepatnya Menara Kompas Lantai 5 yang berlokasi di Jalan Palmerah Selatan No. 21, RT 04/RW 02, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat 10270. Penulis bekerja setiap hari Senin sampai Jumat pukul 10.00 hingga 17.00 dan setiap hari Sabtu atau Minggu dengan jam yang sesuai dengan hari biasanya. Dalam seminggu dihitung enam hari kerja dan satu hari libur yang bisa dipilih antara hari Sabtu atau Minggu. Pekerjaan dapat dilakukan dimana saja selama memenuhi ketentuan yang berlaku, yaitu menyetorkan berita sebanyak tiga sampai empat artikel per hari. Namun, penulis setidaknya harus pergi ke kantor minimal satu kali seminggu.

### **1.3.2 Prosedur Kerja Magang**

Pada tanggal 30 Juli 2019, penulis menghubungi Aldi Januar Pinanggih selaku HRD Kompas.com untuk menanyakan prosedur untuk mendaftar kerja magang. Setelah selesai mengajukan beberapa pertanyaan mengenai prosedur tersebut,

penulis kemudian mengirimkan *Curriculum Vitae* dan Portofolio berisi kumpulan tulisan melalui *e-mail* Kompas.com yang sebelumnya telah diberitahu oleh HRD. Tiga hari kemudian, pihak Kompas.com menghubungi dan mengonfirmasi penulis untuk melakukan tahap wawancara.

Hari Senin, 5 Agustus 2019 pukul 14.00 WIB, penulis datang ke Bentara Budaya Jakarta dan bertemu dengan Bapak Aldi (HRD Kompas.com) dan Bapak Wahyu Adityo Prodjo selaku Editor Kompas Travel untuk melakukan tahap wawancara. Dalam wawancara tersebut, Bapak Wahyu menanyakan minat penulis dan menjelaskan beberapa hal mengenai sistem kerja, potensi wisata, hingga makanan karena berhubungan dengan divisi yang sedang merekrut pekerja magang, yaitu Kompas Travel. Setelah itu, Bapak Adi menjelaskan sistem absensi dan upah yang ditetapkan untuk kerja magang di Kompas.com.

Dua hari kemudian, 7 Agustus 2019, penulis mendapat surat pemberitahuan untuk memulai magang pada hari Senin, 12 Agustus 2019 pukul 10.00 WIB melalui *e-mail*. Setelah mendapat pemberitahuan, penulis langsung mengajukan KM-01 kepada kampus dan memulai kerja dan absen magang secara resmi mulai tanggal 12 Agustus 2019 setelah mengurus semua berkas magang yang diperlukan bersama Ibu Adelia Galuh selaku HRD Kompas.com.

Setelah mendapat persetujuan KM-01 dan surat dari kampus, penulis langsung mengumpulkan kepada Ibu Adelia dan langsung mendapat surat kerja magang resmi dari perusahaan tersebut. Penulis langsung mengumpulkan KM-02 kepada kampus dan mendapatkan KM-03 yang merupakan Kartu Magang untuk mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang pun dimulai di bawah bimbingan editor Sri Anindiati Nursastri, Silvita Agmasari, Wahyu Adityo Prodjo dan Ni Luh Made Pertiwi hingga kontrak kerja magang habis pada 12 November 2019.