



### **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

Internet merupakan media yang familiar untuk masyarakat Indonesia secara umum. Pertumbuhan internet yang pesat saat ini mendukung pesatnya perkembangan berbagai macam sumber informasi. Sedikitnya separuh dari masyarakat Indonesia atau sekitar 171,2 juta orang telah terhubung dengan jaringan internet di tahun 2018 berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia terkait jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2018 yang dilansir dari kanal Databoks *katadata.co.id* (Kusnandar, 2019, para.1). Kehadiran internet secara signifikan memengaruhi pola masyarakat dalam mengonsumsi informasi. Salah satunya pada sumber informasi melalui media daring.

Kusuma (2016, p.62) menyatakan terdapat pergeseran orientasi dan gaya hidup pengguna yang mulai meninggalkan media cetak dan mulai pindah ke media daring yang dapat diakses melalui gawai. Berdasarkan survey Nielsen di 11 kota terlihat bahwa jumlah pembaca koran menurun terus menurun setiap tahunnya. Dalam survei tersebut, di tahun 2017 jumlah pembaca media cetak (koran, majalah, dan tabloid) sebanyak 4,5 juta orang, dimana 83% dari jumlah tersebut didominasi oleh pembaca koran (Nielsen.com, 2017, para. 1). Berbeda dengan media daring, Direktur Eksekutif Nielsen Media Indonesia Hellen Katherina menyebutkan tingkat penetrasi media digital sudah mencapai 71% dengan pembaca dominan yang berasal dari generasi Millennial yang berada di usia 21-34 tahun dan generasi X di usia 35-49 tahun (Ika, 2018, para. 2-3). Dipertegas lagi menurut Nashrillah (2018, para. 5) dari data yang dihimpun Dewan Pers pada 2015, jumlah media daring saat ini sekitar 43.300 dan sebanyak 168 yang sudah terverifikasi Dewan Pers. Berbagai data tersebut semakin memperkuat bahwa

media daring saat ini semakin dipercaya masyarakat sebagai sumber informasi dan alternatif untuk bertahan hidup.

Pergeseran media konvensional menuju media daring ini mengubah pula kondisi dunia jurnalistik. Robinson (2011, p. 35) menyebutkan berdasarkan karakteristiknya, media daring merupakan media yang memiliki erat dengan kecepatan dalam pendistribusian informasi (*immediacy*), interaktivitas dengan pembacanya melalui (*interactivity*), serta multimedia yang membuat media *online* mampu mengakomodir kebutuhan pembacanya melalui berbagai platform (*multimedia*). Kecepatan pada media daring menjadi poin yang utama dibandingkan dengan media konvensional seperti koran yang memiliki tenggat waktu satu hari. Media daring mampu memotong jarak dan waktu dalam penyampaian informasi.

Namun di sisi lain, pengaruh waktu yang singkat ini kemudian secara signifikan mempengaruhi kualitas jurnalistik media itu sendiri. Tidak jarang kemudian berita yang muncul tidak memiliki kedalaman tulisan karena mengedepankan aspek kecepatan tersebut. Juditha (2013, p. 146) menyebutkan prinsip keberimbangan, keakurasian dan kehati-hatian sering kali dinomorduakan dalam praktik jurnalisme media daring demi mengejar aktualitas. Pada akhirnya jurnalis media daring dituntut bekerja secara cepat sehingga cenderung menghasilkan berita yang tidak objektif dan tidak memiliki kedalaman. Padahal hakikatnya, penerapan standar jurnalistik tidak terbatas pada topik dan aktualitas, namun mampu mengakomodir kebutuhan masyarakat akan informasi tersebut.

Berdasarkan riset yang dilakukan *Indonesian Digital Association (IDA)* bersama Baidu Indonesia melalui lembaga riset global GFK tentang “Studi Konsumen Media Online”, isu ekonomi merupakan salah satu kategori isu berita yang memiliki angka persentase di bawah 30% untuk kategori konten berita yang digemari pembaca media daring (Ali, 2016, para. 2). Menilik alasan di balik hal tersebut rupanya isu ekonomi tidak menjadi isu favorit kelompok usia muda dan tua. Kelompok usia muda cenderung lebih menyukai konten yang ringan seperti hiburan, *lifestyle*, gosip, berita film, dan lain-lain. Sedangkan kelompok usia tua menyukai konten yang lebih serius seperti politik, agama dan isu sosial. Dari

survei tersebut terlihat bahwa isu ekonomi tidak terlalu menjadi primadona di kalangan masyarakat.

Menilik fenomena tersebut, isu-isu ekonomi sejatinya masih butuh untuk diberitakan. Hal ini disebabkan karena konten yang disajikan kerap kali ikut mempengaruhi pergerakan ekonomi di Indonesia seperti transaksi saham dan fluktuasi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Namun catatan mengenai jurnalisme media daring dalam lingkup isu ekonomi ini perlu menjadi perhatian para jurnalis ekonomi. Berita ekonomi yang kurang digemari pembaca harus mampu diringkas secara lugas dan mudah agar mudah dimengerti pembaca sehingga dapat terus meningkatkan minat pembaca pengguna media daring. Selain itu komposisi berita yang tidak melulu membahas topik ekonomi juga menjadi cukup penting untuk memberikan selingan pada para pembaca.

Setelah menimbang fenomena tersebut sekaligus kualitas dan kredibilitas *Katadata.co.id* melalui situsnya, penulis melihat bahwa *Katadata.co.id* merupakan media yang konsisten mengangkat isu-isu yang ada dari sisi ekonomi. Sebagai media daring berbasis ekonomi, *Katadata.co.id* terlihat tetap menjaga keberimbangan antara berita-berita bersubstansi ekonomi serta substansi lainnya seperti digital dan nasional. Isu-isu yang diangkat pun diberitakan secara ringan sehingga memudahkan para pembaca awam. Sejauh observasi yang dilakukan penulis, *Katadata.co.id* juga menerapkan nilai-nilai dan memegang standar penulisan berita berdasarkan prinsip jurnalistik yang baik.

Maka dari itu, penulis ingin terjun langsung merasakan alur kerja wartawan ekonomi di *Katadata.co.id*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui alur yang penulis anggap memiliki kredibilitas dengan menggunakan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang di masa perkuliahan yang ada.

Dalam laporan ini akan dibahas bagaimana *Katadata.co.id* yang merupakan wadah pembelajaran penulis dalam periode magang ini, menerapkan alur kerja wartawan ekonomi yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Melalui praktik kerja magang ini, penulis jalani dengan sebaik mungkin untuk memperkaya pengetahuan penulis terkait praktik jurnalistik secara langsung pada media berskala nasional yang belum penulis ketahui sebelumnya.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini merupakan syarat untuk memenuhi kelulusan dalam mata kuliah *internship* sebagai mahasiswa Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang tentunya dilaksanakan dengan tujuan-tujuan lain sebagai berikut.

1. Menambah pengalaman kerja dan mampu bekerja secara langsung sebagai wartawan di media nasional.
2. Mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang selama ini sudah didapatkan secara teori melalui pembelajaran dan perkuliahan di kampus seperti mata kuliah bisnis jurnalistik, penulisan berita, penulisan *feature*, bahasa jurnalistik, *interactive data journalism*, teknik wawancara dan reportase, riset dan *fact-checking*, serta bahasa pemrograman.
3. Melatih ketajaman penulis untuk menulis berita berdasarkan isu-isu ekonomi yang sedang ada di masyarakat yang memiliki kepentingan umum yang besar.
4. Melatih penulis untuk dapat menjadi jurnalis yang baik dari sisi fisik, mental, kognitif, profesionalitas kerja dan tanggung jawab.
5. Mampu lebih mendalami isu-isu dalam dunia ekonomi dan bisnis yang menjadi fokus penulis di bidang jurnalistik melalui praktik kerja magang di *Katadata.co.id*

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini penulis laksanakan dalam kurun waktu 70 hari kerja efektif yang terhitung kampus sejak tanggal 8 Agustus 2019 hingga 15 November 2019. Terdapat 10 hari tambahan waktu magang dari perusahaan karena perpanjangan masa magang untuk mengerjakan tulisan liputan panjang. Sedangkan dari pihak *Katadata.co.id* mulai menghitung pelaksanaan kerja magang penulis sejak tanggal 5 Agustus 2019. Selisih

perbedaan tiga hari kerja ini dikarenakan proses administrasi surat Kerja Magang (KM) yang harus diurus melalui pihak Prodi. Waktu kerja magang normal yang penulis jalani adalah 8 jam sehari yang dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Pada kasus tertentu, penulis dimungkinkan untuk bekerja melebihi 8 jam sehari apabila sedang terjadi kepadatan agenda maupun ada beberapa hal yang membutuhkan bantuan dan peran anak magang. Redaksi *Katadata.co.id* sendiri memiliki sistem *office-less* yang memungkinkan para pekerjanya termasuk penulis untuk dapat bekerja di luar kantor maupun di luar jam kerja kantor asalkan tetap mampu menyelesaikan tugas hari itu yang kemudian juga dapat memungkinkan penulis untuk dapat bekerja dibawah 8 jam sehari. Penulis melaksanakan praktik kerja magang di kantor *Katadata.co.id* yang bertempat di Rukan Permata Senayan Blok B-08 (Bagian Redaksi) Jalan Tentara Pelajar, Grogol Utara, Jakarta Baraat. Namun apabila penulis sedang melakukan liputan di hari itu memungkinkan penulis untuk tidak datang ke kantor Redaksi.

Selama periode magang, penulis mengambil satu mata kuliah lain yang diwajibkan untuk mengikuti kelas di kampus setiap hari Selasa pukul 11.00 hingga 14.00 yaitu mata kuliah Seminar Proposal untuk Jurnalistik. Maka dari itu penulis diberi keringanan oleh pembimbing untuk mengikuti sistem *office-less* yang berarti penulis tidak perlu datang ke kantor namun tetap mengerjakan tugas yang diberikan hari itu agar tetap dihitung bekerja secara efektif di hari itu.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Serangkaian prosedur harus penulis lakukan terlebih dahulu sebelum akhirnya melakukan praktik kerja magang ini. Sebelumnya penulis mencari informasi lowongan magang pada berbagai perusahaan media di Jakarta dan Tangerang. Penulis kemudian mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) beserta *portfolio* dan lampiran dokumen lainnya ke 36 perusahaan media yang terdiri dari media *online*, TV, maupun cetak

dalam periode 17-24 Juni 2019 dengan pertimbangan tanggal kerja efektif media-media tersebut setelah libur lebaran.

Beberapa panggilan wawancara berdatangan hingga akhirnya penulis mendapatkan informasi panggilan wawancara dari *Katadata.co.id* pada 3 Juli 2019. Saat wawancara, penulis dijelaskan bahwa terdapat tiga pembagian besar dalam redaksi *news Katadata.co.id* yakni Multimedia, Data, serta *News* yang terbagi lagi menjadi *news insight*, *news feature*, dan *news regular*, dimana *news regular* menjadi penempatan pertama penulis dan rencananya akan ditempatkan pada ketiga divisi lain yakni data dan multimedia secara bergantian setiap 20 hari sekali. Pada tanggal 19 Juli 2019, penulis menerima kabar dari HRD *Katadata.co.id* bahwa penulis telah diterima dan diberikan kesempatan untuk melakukan kerja magang di redaksi *News*.

Penulis dijadwalkan mulai bekerja pada tanggal 1 Agustus 2019, namun pada akhirnya diundur karena pembimbing lapangan yang sedang melakukan liputan Dinas Luas Kota (DLK), sehingga penulis baru mulai pada tanggal 5 Agustus dan diperkirakan selesai pada 31 Oktober 2019 sesuai permintaan penulis untuk memenuhi minimum kerja 60 hari berdasarkan ketentuan administrasi. Dihitung dari tanggal magang pertama, 60 hari penulis berakhir pada tanggal 30 Oktober 2019. Namun dalam praktiknya, penulis mengambil izin 3 hari dikarenakan ada keluarga yang meninggal, yang membuat penulis selesai tanggal 4 November 2019. Namun di akhir waktu magang, penulis diminta untuk memperpanjang masa magang penulis dikarenakan penulis dimasukkan dalam proyek penulisan tulisan panjang yang mengharuskan penulis untuk melakukan Dinas Luar Kota (DLK). Masa magang penulis diperpanjang hingga 15 November 2019 secara tertulis di HRD. Namun dalam pelaksanaannya, penulis baru benar-benar menyelesaikan proses penulisan dan penyuntingan oleh editor terkait topik yang ditentukan pada 30 November 2019 walaupun penulis melakukan proses tersebut tanpa harus datang lagi ke kantor (*via Whatsapp*).

Prosedur lain yang berkaitan dengan administrasi kampus penulis ikuti sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat oleh Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK). Pengajuan KM 01 penulis lakukan pada tanggal 7 Agustus 2019 segera setelah pengisian KRS Magang. Sehari setelahnya, KM 01 yang berisi formulir pengajuan pengajuan surat ke perusahaan yang dituju selesai dan berganti menjadi KM 02 yang berisi surat pengantar dari kampus untuk perusahaan yang dituju, yakni pada tanggal 8 Agustus 2019. Dalam kurun waktu kurang dari tujuh hari, yakni tanggal 12 Agustus 2019, surat balasan dari *Katadata.co.id* melalui *email* dikirimkan kepada Prodi dan disusul surat resmi pada tanggal 14 Agustus 2019. Dengan demikian sesuai prosedur yang ada, penulis mulai terhitung magang di *Katadata.co.id* pada 8 Agustus 2019 sesuai tanggal KM 02 penulis. Setelah itu surat keterangan penerimaan dari *Katadata.co.id* tersebut penulis serahkan kepada BAAK dan dilanjutkan dengan pengambilan surat-surat keperluan selama praktik kerja magang dilakukan.