

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Koran Sindo, penulis ditempatkan sebagai reporter di divisi/rubrik *lifestyle*. Penulis berkoordinasi langsung dengan redaktur, Wuri Hardiastuti.

Seperti contohnya penerimaan penugasan liputan dan juga pengiriman hasil tulisan dari liputan yang penulis liput. Koordinasi berjalan dua arah antara Redaktur, Wuri Hardiastuti, dan juga peserta magang yang di dalamnya termasuk penulis.

Pertama-tama penulis diberikan arahan terkait dengan sistem dan koordinasi yang berlangsung selama masa praktik kerja magang. Kemudian Redaktur akan mengirimkan informasi terkait penugasan liputan melalui *whatsapp* ataupun mengontak langsung secara personal.

Ketika penulis sudah *confirm* untuk melakukan tugas liputan yang diberikan, tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis dengan cara melakukan konfirmasi kedatangan kepada pihak *Public Relation* dari acara atau perusahaan terkait, kemudian datang dan melakukan liputan.

Setelah penulis selesai melakukan liputan dan mengumpulkan informasi, penulis membuat artikel berita yang kemudian dikirimkan kepada redaktur untuk dilakukan proses selanjutnya.

#### **3.2 Tugas yang Dilakukan**

Tugas yang penulis lakukan selama melaksanakan praktik kerja magang di Koran Sindo sebagai reporter rubrik *lifestyle* adalah melakukan liputan ke acara-acara yang berhubungan dengan konten-konten dalam rubrik tersebut yaitu antara lain adalah *food, fashion, trend*, teknologi, dan kesehatan.

Kebanyakan dari acara yang ditugaskan kepada penulis untuk diliput adalah acara *Press Conference*, peluncuran produk baru, dan *media gathering*.

Proses dari penugasan yang penulis lakukan adalah, Redaktur, Wuri Hardiastuti, mendapatkan undangan liputan dari perusahaan atau acara melalui *Public Relation* mereka. Kemudian, undangan tersebut akan diberikan kepada penulis. Setelah mendapatkan undangan tersebut melalui Redaktur, penulis melakukan konfirmasi terkait kehadiran penulis pada acara tersebut kepada *Public Relation* yang bersangkutan. Biasanya nomor kontak dari *Public Relation* tersebut terdapat pada bagian bawah undangan yang diberikan. Lalu penulis datang ke tempat acara pada jam yang sudah ditentukan, kemudian menjalankan kegiatan meliput, dan akhirnya menulis berita dari liputan yang dihadiri. Tulisan yang sudah dibuat dikirimkan ke Redaktur melalui e-mail.

Panjang tulisan yang dianjurkan oleh redaktur sekaligus pembimbing lapangan penulis adalah sekiranya berkisar 3000 karakter. Sedikit-dikitnya tulisan setidaknya harus diatas 2500 karakter.

Untuk *angle* dan juga informasi yang ditulis dalam berita, penulis diberikan kebebasan penuh tanpa campur tangan dari redaktur, asalkan apa yang ditulis sesuai dengan acara yang diliput dan juga sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik yang ada. Hal tersebut membuat penulis merasa dipercaya untuk membuat tulisan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Selain mengirimkan tulisan, penulis juga mengirimkan foto yang diambil pada saat acara berlangsung. Penggunaan foto dan juga panjang tulisan nantinya akan disesuaikan dengan kebutuhan *layout* pada saat dicetak dalam bentuk koran.

**Tabel 3.1 Aktivitas Yang Dilakukan**

<b>Minggu Ke-</b>	<b>Kegiatan</b>
1	1. Briefing Magang 2. Press Conference Wanita Selam Indonesia
2	1. Press Conference Miss Cimory
3	1. Dapatkan Jutaan Rupiah dari Jual Susu 2. Blackpink Tur Jepang
4	1. Media Briefing Criteo 2. The Launch Of Montblanc Explorer

5	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluasi Magang Selama 1 Bulan</li> <li>2. Avengers: End Game</li> </ol>
6	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kanye West Met Gala 2019</li> <li>2. Spider-Man Far From Home</li> </ol>
7	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peluncuran Zenius Prestasi</li> <li>2. JakCloth Lebaran 2019</li> <li>3. Isyana dan Gamaliel Nyanyikan OST Aladdin</li> </ol>
8	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampanye Lazada Ramadhan “Berkah Untuk Semua”</li> <li>2. Media Gathering HOOQ</li> </ol>
9	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pocari Sweat Run 2019</li> <li>2. Review Godzilla: King of Monsters</li> </ol>
10	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pro dan Kontra Terkait Vape</li> <li>2. Evaluasi Selama Magang dan Perpisahan</li> </ol>

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di Koran Sindo kurang lebih 10 minggu, penulis menghasilkan 17 tulisan, dari tulisan dan liputan yang terdapat pada tabel di atas, 4 berita atau tulisan dari penulis dimuat dalam Koran Sindo. Tulisan tersebut adalah dengan judul “Wanita Selam Indonesia Akan Pecahkan Tiga Rekor Dunia”, “Ritel dan Travel Online Bakal Panen pada Bulan Ramadhan”, “Cimory Sejahterakan Wanita Lewat Program Miss Cimory”, dan “Montblanc Explorer Tajam, Modern, dan Elegan.”

Gambar 3.1 Potongan Artikel 1 Yang Dimuat



Didapatkan dari Litbang Koran Sindo

Liputan *press conference* dari Wanita Selam Indonesia (WASI) di atas adalah liputan pertama yang penulis lakukan sebagai peserta magang di Koran Sindo. Liputan tersebut penulis lakukan pada tanggal 6 April 2019 di Jakarta Convention Center (JCC). Pada saat itu di JCC terdapat sebuah pameran/eksibisi mengenai diving dan kelautan dengan nama Deep and Extreme Indonesia 2019. Di dalamnya terdapat banyak *booth* dan juga panggung sebagai tempat untuk melakukan talkshow dan juga *press conference*. WASI yang juga membuka *booth* di acara tersebut sekaligus melakukan *press conference* terkait pemecahan rekor yang akan dilakukannya pada bulan Agustus.

Gambar 3.2 Potongan Artikel 2 Yang Dimuat

## Ritel dan Travel Online Bakal Panen pada Bulan Ramadan

**CRITEO**, platform periklanan untuk internet terbuka, merilis data hasil penelitian periode Ramadan 2018. Penelitian ini menunjukkan kinerja ritel dan travel online (penyedia jasa perjalanan) yang kuat di wilayah Malaysia dan Indonesia pada periode Ramadan.

Grafik penjualan dan *traffic* ritel online terus meningkat selama periode Ramadan hingga puncaknya pada minggu ketiga, yang bisa mencapai dua kali lipat dibandingkan di luar Ramadan. Meski menurun saat Idul Fitri, penjualan dan *traffic* ritel online kembali meningkat tajam satu minggu setelahnya, dengan kenaikan terbesar mencapai 50%.

Menurut Alban Villani, Managing Director SEA-Pacific Criteo, penurunan drastis yang terjadi disebabkan saat perayaan Idul Fitri, orang-orang atau pembeli jarang membuka dan membeli barang maupun jasa perjalanan karena disibukkan dengan acara Idul Fitri.

“Sebagian pembeli mungkin berbelanja setelah Ramadan tiba. Peritel harus terus menarik pembeli dengan penawaran spesial dan konten yang dipersonalkan selama Ramadan,” ujarnya.

Sementara untuk situs jasa perjalanan, grafiknya hampir sama dengan penjualan dan *traffic* ritel online. Hal yang membedakan adalah melonjaknya penjualan setelah Idul Fitri berlangsung selama dua pekan dengan peningkatan hingga 13%.

Penjualan melalui perangkat *mobile* juga terus meningkat selama Ramadan. Di Indonesia, penjualan melalui *mobile* meningkat hingga 58%.

Criteo memberikan tiga tips untuk para penjual ritel online dan situs penyedia jasa perjalanan. *Pertama*, ritel online bisa memulai kampanye pemasaran dua minggu sebelum Ramadan hingga minggu ketiga Ramadan. Sedangkan, penyedia jasa perjalanan bisa melanjutkan pemasaran hingga dua minggu setelah Lebaran.

*Kedua*, ritel online dan penyedia jasa perjalanan harus bisa menciptakan aplikasi dan juga *web mobile* yang mudah dipakai dan nyaman bagi pengguna karena penggunaan perangkat *mobile* untuk berbelanja terus meningkat selama Ramadan.

*Ketiga*, ritel online dan penyedia jasa perjalanan bisa meningkatkan kampanye pemasaran selama Ramadan sebanyak dua kali lipat.

● mg7

Didapatkan dari Litbang Koran Sindo

Artikel di atas penulis tulis hasil dari liputan yang disebut sebagai *Media Briefing*. Hal ini adalah salah satu pengalaman baru bagi penulis karena sebelumnya belum pernah penulis dapatkan. Dalam liputan ini, beberapa jurnalis dari berbagai media dikumpulkan dalam satu ruangan, kemudian ada 3 orang dari pihak *Criteo*, menyampaikan informasi-informasi terkait dengan data hasil

penelitian pada ritel dan travel online. Penulis merasa bahwa liputan ini adalah salah satu yang unik karena berbeda dari liputan biasanya yaitu narasumber ada di depan atau di atas panggung, dan para reporter ada di depannya. Sedangkan dalam liputan ini, reporter dan narasumber duduk di satu meja yang bundar yang besar, kemudian narasumber secara bergantian melakukan presentasi dengan *powerpoint*.

Gambar 3.3 Potongan Artikel 3 Yang Dimuat

## Cimory Sejahterakan Wanita lewat Program Miss Cimory

**PERUSAHAAN** yang dikenal dengan produk susu dan yoghurtnya, Cimory, menggelar acara Miss Cimory Anniversary & Awards 2018 di kawasan TB Simatupang, Jakarta Selatan, beberapa waktu lalu.

Miss Cimory adalah sebutan bagi wanita yang menyalurkan dan menjual produk Cimory secara langsung ke rumah konsumen. Saat ini sudah terdapat sekitar 1.200 wanita yang bergabung dalam program ini.

Program ini memiliki tiga misi besar, yaitu memberikan nutrisi terbaik untuk masyarakat Indonesia, membuka lowongan pekerjaan dan membantu wanita Indonesia menjadi

wanita yang mandiri, dan mendukung program pemerintah menciptakan masyarakat yang cerdas, mandiri, dan kuat.

"Perusahaan tidak bisa hanya memikirkan profit, tetapi juga harus memikirkan masyarakat sekitar," ujar Farrel Sutantio, Presiden Direktur PT Cisarua Mountain Dairy.

Terbukti, sudah sekitar tujuh tahun program ini berjalan, lebih dari 1.200 wanita tergabung menjadi Miss Cimory yang penghasilannya bisa sampai Rp30 miliar bila digabungkan.

Saat ini sudah terdapat lebih dari 68 Cimory Center yang tersebar di seluruh Pulau Jawa, Bali, dan Lampung. Di sini para

anggota dan calon Miss Cimory dibina dan dibekali pengetahuan produk yang akan dijual dan cara menjualnya.

Sementara itu, untuk acara penghargaan, ada 100 penghargaan yang diberikan kepada anggota Miss Cimory. Kategori tersebut ialah 29 penghargaan bagi Miss Cimory dengan masa kerja satu tahun, 11 penghargaan untuk Miss Cimory dengan masa kerja tiga tahun, 1 penghargaan untuk Miss Cimory masa kerja lima tahun, 5 penghargaan untuk karyawan Cimory yang membina Miss Cimory, dan 1 Miss Cimory Terbaik.

"Sejak 2015 kami mulai memberikan apresiasi dan penghargaan kepada para

Miss Cimory yang membuktikan komitmen mereka bukan hanya kepada Cimory, melainkan juga kepada diri sendiri dan keluarga," ujar Hendri Viarta, National Direct Selling Manager Miss Cimory.

Choiriyah, Miss Cimory Terbaik 2018, merasa kaget dan senang saat namanya dipanggil sebagai Miss Cimory Terbaik. Ooy, sapaan akrab Choiriyah, baru bergabung dengan Miss Cimory pada Desember 2017.

Meski baru bergabung sekitar satu tahun, Ooy bisa mendapatkan gelar Miss Cimory Terbaik 2018, bahkan pernah mendapatkan penghasilan hingga Rp17 juta dalam satu bulan.

● mg7

Didapatkan dari Litbang Koran Sindo

Tulisan mengenai Miss Cimory ini adalah hasil dari liputan penulis dari *press conference* yang diadakan bersamaan dengan Miss Cimory Award 2019. Pada *press conference* ini, pihak Cimory menyampaikan mengenai Miss Cimory. Miss Cimory adalah para wanita penjual Cimory yang keliling menawarkan produk Cimory kepada masyarakat sekitar. Pada *press conference* ini, turut hadir pula beberapa wanita yang sudah tergabung sebagai Miss Cimory dan juga mendapat penghargaan dalam Miss Cimory Award.

Gambar 3.4 Potongan Artikel 4 Yang Dimuat

## Montblanc Explorer Tajam, Modern, dan Elegan

**MEREK**wewangian mewah, Montblanc, meluncurkan produk wewangian terbaru bernama Montblanc Explorer. Aroma wewangian ini terasa tajam, modern, dan elegan secara alami. Salah satu bahan terpentingnya bersumber dari Sulawesi, Indonesia, yaitu nilam (*Patchouli*).

Sesuai namanya, Montblanc Explorer berbagi nilai yang sama dengan penjelajah, terus-menerus

mencari tanpa henti untuk mencapai keunggulan, melewati berbagai puncak pendakian, tantangan, dan halangan sehingga membuat sebuah perjalanan fantastis.

Tiga talenta luar biasa dari Givaudan bersatu dalam membuat Montblanc Explorer ini; Jordi Fernandez, Antoine Maisondieu, dan Olivier Pescheux. Bersama-sama, mereka menciptakan wewangian dengan aroma baru

yang luar biasa.

Kombinasi *bergamot* dari Italia, *vetiver* dari Haiti, dan *patchouli* dari Indonesia seakan membuat mereka yang menggunakan Montblanc Explorer menjadi penjelajah yang mengelilingi dunia.

Botol Montblanc Explorer menggemakan dua belahan bumi seakan mengingatkan kembali pada destinasi yang dieksplorasi selama ekspedisi mencari wewangian. ● mg7

### Didapatkan dari Litbang Koran Sindo

Tulisan terakhir yang berhasil dimuat adalah tulisan mengenai peluncuran produk baru dari merek wewangian/parfum yaitu Montblanc. Peluncuran ini dilaksanakan di daerah Kemang, Jakarta Selatan. Dalam peluncuran produk tersebut, dijelaskan

Penulis sendiri tentunya ingin melakukan banyak liputan dan juga banyak tulisannya yang bisa dimuat di dalam Koran Sindo, tetapi karena satu dan lain hal seperti banyaknya karyawan, baik karyawan tetap maupun magang, kurangnya arahan yang lebih jelas, membuat penulis hanya bisa menerima 4 artikel yang dimuat.

Meski begitu, penulis merasa senang karena telah mendapatkan pengalaman yang cukup menarik dan tentunya menambah wawasan penulis sendiri.

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Pembahasan

Liputan gaya hidup merupakan suatu oasis bagi pembaca. Selain mendeskripsikan topiknya, tulisan perlu lebih dalam dengan masuk ke kisah di baliknya (Basuki, Wasesa, & Purnamasari, 2017, p.177).

Tulisan yang dihasilkan oleh jurnalis gaya hidup tidak seperti jurnalis politik, ekonomi, hukum, bahkan olahraga di mana hasil dari tulisannya biasanya adalah *hard news* yang harus segera dimuat dan disebarakan informasinya. Tulisan gaya hidup lebih *soft* dan juga *timeless*, meski begitu, menurut Basuki, Wasesa, & Purnamasari (2017, p. 177), penulisan liputan tematik gaya hidup dengan liputan lainnya tidak ada bedanya, jurnalis masih bisa menerapkan teknik penulisan yang sama dengan penulisan berita lainnya.

Hasil dari liputan seorang jurnalis gaya hidup/*lifestyle* biasanya berbentuk *feature/soft news*. Menurut Daniel R. Williamson (dalam Ishwara 2005, p. 59), reportase dalam bentuk berita halus, seperti *feature*, adalah sebuah penulisan ceria yang kreatif, subyektif, yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca.

*Feature* bukanlah sebuah fiksi, melainkan suatu karya seni yang kreatif, namun faktual. Tulisan *feature* menggali suatu peristiwa atau situasi dan menata informasi ke dalam suatu cerita yang menarik dan logis (Ishwara, 2005, p.59)

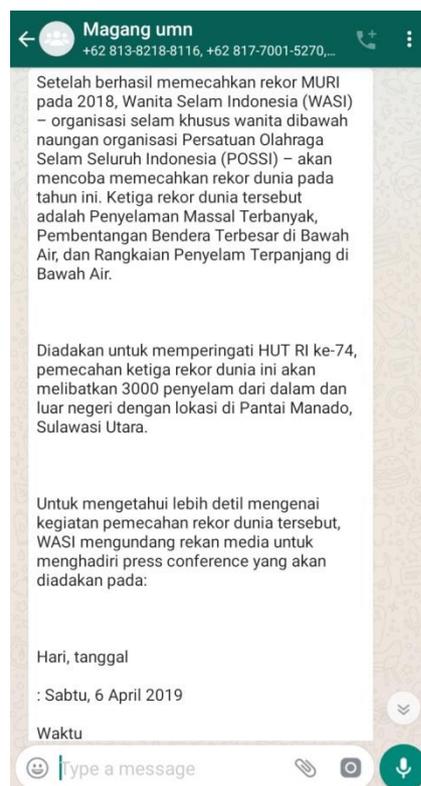
Menurut mantan wartawan *Wall Street Journal*, Ronald Buel (dalam Ishwara, 2005, p. 91), mengatakan bahwa jurnalisme mempunyai lima lapisan pengambilan keputusan dalam prinsip dan proses dasar penulisan berita:

1. Penugasan (*data assignment*): yang menentukan apa yang layak diliput dan mengapa?
2. Pengumpulan (*data collecting*): yang menentukan bila informasi itu yang dikumpulkan cukup?
3. Evaluasi (*data evaluation*): yang menentukan apa yang penting untuk dimasukkan dalam berita

4. Penulisan (*data writing*): yang menentukan kata-kata apa yang perlu digunakan?
5. Penyuntingan (*data editing*): yang menentukan berita mana yang perlu diberikan judul yang besar dan dimuat di halaman muka, tulisan mana yang perlu dipotong dan cerita mana yang perlu diubah.

Dalam tahap penugasan, Redaktur sekaligus pembimbing lapangan Wuri Hardiastuti yang memiliki kuasa dalam menentukan mana yang layak untuk diliput dan dijadikan berita, dan mana yang tidak layak untuk dijadikan berita. Apabila Redaktur merasa bahwa hal tersebut layak untuk diliput dan dijadikan berita, maka penulis diberikan penugasan untuk meliput hal tersebut.

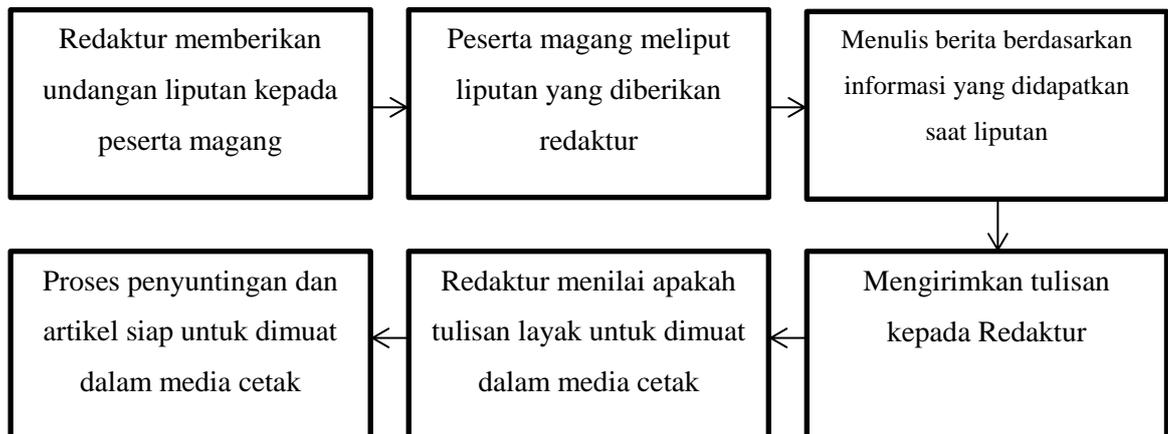
**Gambar 3.5 Contoh Penugasan Melalui Whatsapp**



**Didapatkan dari dokumen pribadi**

Mbak Wuri mengirimkan undangan liputan ke grup *Whatsapp* “Magang UMN” yang beranggotakan 4 orang, yaitu Mbak Wuri sebagai pembimbing lapangan, kemudian 3 mahasiswa UMN yang melaksanakan magang di Koran Sindo yaitu saya, Dea Satriani, dan juga Ervan. Contohnya seperti gambar 3.5.

Grafis 3.1 Alur Kerja Reporter Magang



Tahapan kedua adalah pengumpulan data, sebelum datang ke acara dan melakukan liputan, penulis biasanya melakukan riset terlebih dahulu terhadap perusahaan, produk, narasumber dan semua hal yang berkaitan dengan acara yang akan diliput, dengan begitu, penulis bisa tahu apa informasi apa saja yang harus dikumpulkan dan pertanyaan apa saja yang harus ditanya pada saat liputan.

Menurut Djuraid (2009, p. 113), meliput berita adalah kegiatan wartawan untuk mencari informasi dengan jalan mendatangi tempat kejadian dan berinteraksi melalui wawancara dengan sumber berita. Pada saat meliput sebuah acara, penulis mengumpulkan informasi dengan cara merekam suara, mengambil foto, mendengarkan, dan juga mencatat hal-hal penting yang sekiranya akan menjadi sebuah tulisan.

Ada beberapa petunjuk yang dapat membantu wartawan dalam mengumpulkan informasi seperti yang dikemukakan oleh Eugene J. Webb dan Jerry R. Salancik dalam Ishwara (2005, p. 67):

1. Observasi langsung dan tidak langsung dari situasi berita;
2. Proses wawancara;
3. Pencarian atau penelitian bahan-bahan melalui dokumen publik, dan
4. Partisipasi dalam peristiwa.

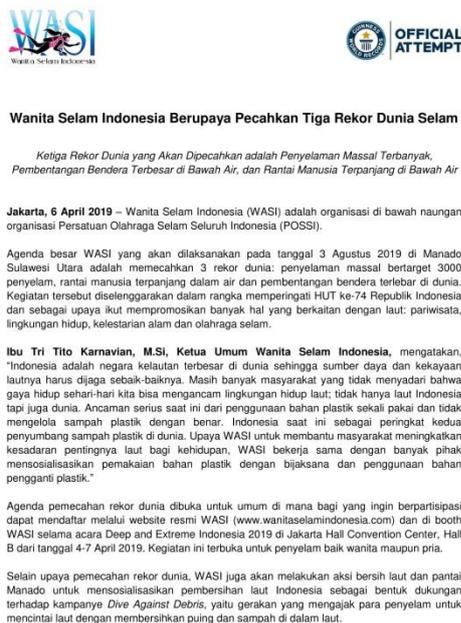
Menurut Ishwara (2005, p.40), ada tiga tipe dasar observasi: observasi partisipan, observasi nonpartisipan, dan observasi diam-diam. Salah satu contoh observasi partisipan di mana penulis terlibat atau melihat langsung sumber informasi adalah ketika penulis melakukan liputan terhadap peluncuran produk

baru dari merk wewangian *Montblanc*. Di situ penulis bisa melihat langsung bagaimana objek liputan tersebut yaitu produk wewangian tersebut, sehingga penulis bisa menjelaskan secara lebih deskriptif dan detail.

Pengertian wawancara menurut Ishwara (2005, p. 85) adalah pertemuan tatap muka yang melibatkan interaksi verbal antara dua orang atau lebih. Bisa dibayangkan terjadi wawancara pada tiap liputan yang penulis lakukan, salah satu contohnya adalah ketika penulis melakukan wawancara dengan pihak HOOQ dan juga Criteo.

Dalam setiap liputan, penulis mendapatkan *Press Release* yang bisa dijadikan sumber informasi penulis dalam menulis sebuah berita. Contoh *Press Release* yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.6 Contoh *Press Release***



**Didapatkan dari dokumen pribadi**

Gambar 3.6 di atas adalah contoh *press release* yang penulis dapatkan dari liputan pertama penulis mengenai Wanita Selam Indoneisa yang akan memecahkan tiga rekor dunia. Penulis menggunakan informasi dari *press release* untuk melihat dan mengetahui secara garis besar apa saja hal yang akan dibahas pada saat *press conference*. Juga untuk masalah akurasi informasi seperti nama acara, nama nara sumber, jabatannya, dan juga tanggal acara.

Setelah selesai liputan, informasi yang didapatkan penulis evaluasi dan pilih mana saja yang sekiranya penting dan harus dimasukkan dalam artikel yang penulis akan tulis. Pada tahapan evaluasi ini, penulis harus bisa memilih dengan tepat informasi yang akan ditulis menjadi artikel, karena kalau tidak, hasil tulisannya akan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Penulis melakukan evaluasi dengan melihat *news value* yang ada.

Menurut Wahjuwibowo (2015,p. 45), terdapat 6 *news value*, yaitu:

1. *Prominence/Importance*: Pentingnya suatu berita diukur dari dampaknya: bagaimana dia memengaruhi anda.
2. *Human Interest*: Suatu yang menarik perhatian orang seperti berita mengenai selebritis, gosip politik, dan drama yang menceritakan kehidupan manusia. Contohnya adalah tulisan penulis mengenai Miss Cimory.
3. *Conflict/Controversy*: Konflik biasanya lebih menarik daripada keharmonisan.
4. *The Unusual*: Suatu yang tidak biasa atau unik umumnya menarik.
5. *Timeliness*: berita adalah tepat waktu, artinya unsur kecepatan menyampaikan berita sesuai waktu atau aktual merupakan hal yang penting, melewatinya maka berita tersebut bisa disebut sebagai berita yang sudah basi atau kedaluarsa.
6. *Proximity*: Kegiatan yang terjadi di dekat kita dinilai mempunyai nilai yang lebih tinggi.

Pada tahap penulisan, penulis menggabungkan informasi-informasi yang sudah dikumpulkan dan dievaluasi tersebut dan merangkainya menjadi sebuah artikel yang nyaman untuk dibaca oleh para pembaca dan juga sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik berlaku. Beberapa hal yang perlu diperhatikan saat menulis adalah mengenai judul dan lead.

Menurut Putra (2006, p. 64), judul berita adalah “mata kail” yang sanggup menarik masuk seluruh perhatian dan daya cipta pembaca agar mau mengikuti berita yang anda tulis. Ada beberapa teknik membuat judul berita, yaitu:

1. Pola “Apa-Mengapa”
2. Pola “Siapa-Mengapa”
3. Intisari Berita
4. Hasil Akhir
5. Bentuk Kalimat Aktif, bukan Pasif
6. Judul Berita Terdiri atas 4-7 Kata.

Contoh penerapannya adalah penulis menggunakan teknik membuat judul berita dengan pola “siapa-mengapa” yang berbunyi “Ridwan Kamil Dukung Acara Pocari Sweat Run Bandung 2019” dan “Kanye West Jadi Sorotan di Met Gala 2019”. Penulis menggunakan pola tersebut dalam kedua artikel di atas karena tokoh yang penulis tulis merupakan tokoh terkenal yang masyarakat sudah mengetahui namanya, sehingga penulis merasa akan lebih mudah menarik pembaca.

Sedangkan untuk tulisan mengenai Wanita Selam Indonesia, penulis menggunakan teknik judul berita nomor 3 yaitu intisari berita di mana judul tersebut menggambarkan secara langsung dan jelas isi dari beritanya. Judulnya adalah “Wanita Selam Indonesia Akan Pecahkan 3 Rekor Dunia.” Penulis memilih untuk menggunakan judul tersebut karena dengan begitu pembaca akan lebih cepat dan mudah memahami, juga akan membuat penasaran karena terdapat kata-kata pemecahan rekor dunia, di mana hal tersebut adalah suatu hal yang cukup besar dan membuat pembaca penasaran.

Selain berita, ada pula yang disebut *lead*. Menurut Putra (2006, p. 58), *lead* juga biasa disebut sebagai “teras berita”. Fungsinya adalah sebagai ruang

khusus sebelum memasuki sebuah inti yang ingin disampaikan. *Lead* berfungsi mengantar pembaca agar memperoleh gambaran umum mengenai sebuah tulisan yang akan dibaca. Ada sembilan ragam *lead*, yaitu:

1. Teras Ringkasan (*Summary Lead*): Teras yang mengambil intisari atau ringkasan sebuah tulisan
2. Teras Paparan (*Narrative Lead*): Teras yang ditulis dengan gaya bercerita, namun atas dasar fakta dan kebenaran
3. Teras Deskripsi (*Descriptive Lead*): Teras yang mendeskripsikan suatu peristiwa
4. Teras Tanya (*Question Lead*): Teras yang dimulai dengan pertanyaan atau dialog langsung dengan pembaca
5. Teras Kutipan Langsung (*Quotation Lead*): Teras yang mengutip katakata narasumber
6. Teras Berkomunikasi Langsung (*Direct Address Lead*): Teras yang penulis berkomunikasi langsung dengan pembaca
7. Teras Bersifat Teka-Teki (*Teaser Lead*): Teras yang penuh dengan teka-teki, pembaca baru menemukan pokok persoalan setelah membaca beberapa kalimat
8. Teras Imajinatif (*Imaginative Lead*): Teras yang menggambarkan suatu kejadian secara dramatis
9. Teras Kombinasi (*Combination Lead*): Teras yang terdiri dari kombinasi berbagai jenis teras yang ada.

Jenis teras/*lead* yang penulis sering gunakan selama menjadi peserta magang di Koran Sindo adalah jenis teras ringkasan yang kurang lebih merupakan sebuah intisari atau ringkasan dari berita tersebut, contohnya adalah seperti berikut:

**Wanita Selam Indonesia Akan Pecahkan 3 Rekor Dunia**

Wanita Selam Indonesia (WASI) berencana untuk memecahkan 3 rekor dunia di tahun ini. Ketiga rekor tersebut adalah penyelaman massal dengan target 3000 penyelam, rantai manusia terpanjang dalam air, dan pembentangan bendera terlebar di dunia.

Tahapan terakhir adalah penyuntingan. Penulis sudah tidak memiliki kuasa dalam tahapan ini karena seluruh keputusan ada di tangan redaktur. Seperti misalnya penggantian judul, dihapusnya beberapa bagian dalam artikel, dan apakah artikel yang penulis tulis layak untuk dimuat dalam media cetak Koran Sindo.

Menurut Putra (2006, p. 72), ada beberapa hal yang sekiranya menjadi inti dari penyuntingan, antara lain adalah:

1. Menyunting judul berita
2. Menyunting laporan
3. Menyunting tanda baca
4. Menyunting kalimat
5. Menerapkan tanda penyuntingan

Berikut penulis berikan contoh dari tulisan yang penulis kirimkan ke Redaktur, dan hasil akhir setelah disunting dan juga dimuat dalam media cetak.

### **Wanita Selam Indonesia Akan Pecahkan 3 Rekor Dunia**

Wanita Selam Indonesia (WASI) berencana untuk memecahkan 3 rekor dunia di tahun ini. Ketiga rekor tersebut adalah penyelaman massal dengan target 3000 penyelam, rantai manusia terpanjang dalam air, dan pembentangan bendera terlebar di dunia.

Pemecahan ketiga rekor tersebut diselenggarakan dalam rangka memperingati HUT ke-74 Republik Indonesia dan akan dilaksanakan pada tanggal 3 Agustus 2019.

“Persiapan sudah dilakukan sejak tahun lalu, salah satunya yaitu bekerja sama dengan *Guinness World Records*, setelah berbulan-bulan melewati semua teknis penilaian, akhirnya pada 3 April kemarin baru mendapatkan persetujuan izin.” Ujar Ketua Umum WASI, Ibu Tri Tito Karnavian, M.Si.

Selain untuk memecahkan rekor dunia, kegiatan ini merupakan upaya untuk membantu masyarakat meningkatkan kesadaran pentingnya laut bagi kehidupan.

Menurut Ibu Tri, Salah satu ancaman serius bagi lingkungan saat ini adalah penggunaan bahan plastik sekali pakai dan pengelolaan sampah plastik yang masih kurang efisien. Oleh karena itu WASI bekerja sama dengan banyak pihak mensosialisasikan pemakaian bahan plastik dengan bijaksana dan penggunaan bahan pengganti plastik.

WASI juga akan melakukan aksi bersih laut dan pantai Manado sebagai bentuk dukungan terhadap kampanye *Dive Against Debris*, yaitu gerakan yang mengajak para penyelam untuk mencintai laut dengan membersihkan puing dan sampah di dalam laut.

“Ini adalah salah satu momen yang penting karena akan dibicarakan secara *global* yang nantinya akan berdampak positif bagi industri selam di Indonesia.” Ujar Hamish Daud yang turut hadir dalam *Press Conference* di Jakarta Convention Center sebagai pendiri *Indonesian Ocean Pride*.

Pemecahan rekor dunia ini dibuka untuk umum, bagi para penyelam yang ingin berpartisipasi dapat mendaftar melalui website resmi WASI di [www.wanitaselamindonesia.com](http://www.wanitaselamindonesia.com).

Ibu Tri juga mengatakan bahwa jumlah penyelaman massal bisa saja melebihi target apabila banyak yang mendaftar, hanya saja apabila melebihi target 3000 orang, maka penyelam harus menyiapkan tabung oksigen dan juga alat-alat lain secara pribadi, karena WASI hanya menyediakan 3000 tabung oksigen saja.

Rencana pemecahan rekor pada bulan agustus nanti bukanlah rekor pertama yang dipecahkan oleh WASI, pada tahun 2018 WASI berhasil memecahkan rekor MURI untuk penyelaman massal wanita terbanyak yang diikuti oleh 930 penyelam wanita dan pembentangan bendera terpanjang dalam laut Indonesia sepanjang 500 meter.

Sejak didirikan pada 2018, WASI telah melakukan berbagai kegiatan untuk mengedukasi masyarakat tentang kegiatan maritim dan mengampanyekan pelestarian kehidupan wisata laut Indonesia.

Selain pemecahan rekor MURI, WASI juga aktif bekerjasama dengan Dirpolair Polri dalam aksi bersih pantai se-Indonesia. beberapa kegiatan pelestarian laut adalah ketika pada saat peringatan hari sampah nasional lalu membersihkan pantai di Teluk Palu yang terkena dampak tsunami dan juga aksi bersih pantai di kawasan Pohon Kasih, Megamas, Manado pada Februari 2019.

Gambar 3.7 Hasil Akhir yang Dimuat

**KORANSINDO**  
KAMIS 11 APRIL 2019

## Wanita Selam Indonesia Akan Pecahkan Tiga Rekor Dunia

**WANITA** Selam Indonesia (Wasi) berencana memecahkan tiga rekor dunia tahun ini. Ketiga rekor tersebut adalah penyelaman massal dengan target 3.000 penyelam, rantai manusia terpanjang dalam air, dan pembentangan bendera terlebar di dunia. Pemecahan ketiga rekor tersebut diselenggarakan dalam rangka memperingati HUT ke-74 Republik Indonesia dan akan dilaksanakan pada 3 Agustus 2019.

"Persiapan sudah dilakukan sejak tahun lalu, salah satunya bekerja sama dengan Guinness World Records. Setelah berbulan-bulan melewati semua teknis penilaian, akhirnya pada 3 April kemarin baru mendapat persetujuan izin," ujar Ketua Umum Wasi Tri Tito Karnavian MSI.

Selain memecahkan rekor dunia, kegiatan ini juga merupakan upaya membantu masyarakat dalam meningkatkan kesadaran pentingnya laut bagi kehidupan.

Pemecahan rekor dunia ini dibuka untuk umum. Para penyelam yang ingin berpartisipasi dapat mendaftar melalui situs web resmi Wasi di [www.wanitaselamindonesia.com](http://www.wanitaselamindonesia.com).

Tri mengatakan bahwa jumlah penyelaman massal bisa saja melebihi target apabila banyak yang mendaftar. Apabila melebihi target 3.000 orang, penyelam harus menyiapkan tabung oksigen dan alat lain secara pribadi karena Wasi hanya menyediakan 3.000 tabung oksigen.

Rencana pemecahan rekor pada Agustus nanti bukanlah rekor pertama yang dipecahkan Wasi. Pada 2018, Wasi berhasil memecahkan rekor Muri untuk penyelaman massal wanita terbanyak yang diikuti 930 penyelam wanita dan pembentangan bendera terpanjang dalam laut Indonesia sepanjang 500 meter.

Sejak didirikan pada 2018, Wasi telah melakukan berbagai kegiatan untuk mendukung masyarakat tentang kegiatan maritim dan mengkampanyekan pelestarian kehidupan wisata laut Indonesia.

● mg7



Didapatkan dari Litbang Koran Sindo

### **3.3.2 Kendala & Solusi**

Ketika penulis melaksanakan praktik kerja magang selama kurang lebih 3 bulan tersebut, penulis menemukan kendala yang cukup penting dan sedikit mengganggu, yaitu adalah peserta magang di Koran Sindo tidak diberikan tanda pengenal sama sekali, hal ini tentunya menghambat ketika datang ke sebuah acara dan diharuskan menunjukkan kartu tanda pengenal sebagai jurnalis. Solusinya adalah penulis harus selalu melakukan konfirmasi kedatangan terlebih dahulu setidaknya satu hari sebelum acara liputan, dengan begitu, pihak *public relation* atau panitia yang mengadakan acara mengetahui bahwa Gazza dari Koran Sindo akan datang meliput acara tersebut.