

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pewartaan sebuah berita, kerap kali dihubungkan dengan pentingnya peran dari jurnalistik. Seorang jurnalis dituntut untuk mampu mengolah sebuah informasi menjadi berita dengan penulisan yang mudah dimengerti oleh masyarakat. Menurut RN & Harun (2018, p. 29), kerja jurnalistik bersifat universal, dimulai dari mencari, mengumpulkan, lalu menulis dan menyajikan informasi, sampai pada menerbitkan dan menyebarkan. Dengan demikian, aktivitas jurnalistik sangatlah kompleks, sehingga tidak hanya dipandang sebagai penulis semata atau penerbitan media saja. Oleh sebab itu, pekerjaan utama seorang jurnalis adalah mencari dan membuat berita. Berita tersebut nantinya disebarluaskan kepada khalayak umum.

Dalam proses peliputan, jurnalis dapat memanfaatkan riset atau mewawancarai narasumber sebagai hasil yang nantinya akan dikelola menjadi beragam *angle* berita, sehingga menghasilkan sebuah tulisan yang sistematis. Berita yang ditulis akan disebarkan kepada khalayak luas. Menurut Khoirul Muslimin (2019, p. 3) terdapat tahapan yang harus dilakukan jurnalis, seperti (1) mengumpulkan informasi dalam peliputan berita, (2) menulis berita yang didapat dari hasil reportase, wawancara, membaca atau studi kepustakaan kemudian dipelajari, dipilih atau diseleksi, diperiksa dan dianalisa, diklasifikasikan (dikelompokkan) dan disusun menjadi sebuah tulisan yang sistematis, dan (3) menyebarkan tulisan baik di media cetak, elektronik maupun melalui internet.

Seiring perkembangan zaman, dunia jurnalistik pun berinovasi agar selalu konsisten dalam menyampaikan berita kepada khalayak. Hal ini dikarenakan khalayak cenderung lebih mudah mendapatkan informasi yang disediakan secara gratis melalui internet. Oleh karena itu, industri media dapat memanfaatkan akses

internet sebagai sarana untuk menyebarkan berita, sehingga menjadi salah satu alasan kemunculan media *online*.

Menurut Iskandar & Lestari (2016, p. 29) terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media atau jurnalistik *online*, antara lain:

1. *Unlimited Space*, jurnalistik online memungkinkan halaman tak terbatas. Artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin, dikarenakan tidak ada batas
2. *Audience Control*, jurnalistik *online* memungkinkan pembaca lebih leluasa memilih berita atau informasi
3. *Nonlinearity*, dalam jurnalistik *online* masing-masing berita sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan
4. *Storage and Retrieval*, Jurnalistik *online* memungkinkan berita “abadi”, dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan di mana saja
5. *Immediacy*, jurnalistik online menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung
6. *Multimedia Capability*, jurnalistik online memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya sekaligus
7. *Interactivity*, jurnalistik *online* memungkinkan interaksi langsung antara redaksi dengan pembaca, seperti melalui kolom komentar dan *social media sharing*.

Karakteristik jurnalistik *online* yang dipaparkan oleh Iskandar & Lestari telah memberikan garis secara jelas bahwa media *online* memiliki kelebihan yang cukup signifikan dengan media cetak. Artikel dalam media cetak memiliki keluasaan kolom yang berbeda-beda, yaitu tergantung pada pentingnya sebuah nilai berita. Hal ini membuat artikel yang disajikanpun harus disesuaikan mengikuti ruang yang disediakan. Keterbatasan dari media cetak ini, justru menjadi potensi dari media *online* dikarenakan dalam sebuah laman, seorang jurnalis mendapatkan ruang yang tidak terbatas untuk membuat tulisan dalam satu artikel dengan panjang. Selain itu, media cetak menyajikan kanal berita yang ditentukan oleh redaksi. Berbeda dengan

media *online*, khalayak memiliki kebebasan untuk menentukan kanal berita yang hendak dibaca. Selain itu, kemudahan akses dalam mengonsumsi berita juga menjadi peluang media *online* untuk memberikan kepuasan bagi khalayak. Hal ini dikarenakan media ini terhubung dalam jaringan internet, sehingga berita yang dipublikasikan akan lebih cepat untuk tersebar kepada setiap masyarakat dari berbagai daerah. Media *online* juga diperkaya dengan penyajian berita berupa multimedia. Hal ini tentu menjadi sebuah kelebihan yang menonjol bagi media *online* ketimbang media cetak. Dengan kolom komentar yang terdapat pada situs media *online* dapat memudahkan khalayak untuk berinteraksi dengan redaksi. Hal ini tentu menjadi sebuah peluang bagi jurnalis untuk mengetahui respon dari masyarakat mengenai berita yang dipublikasikan. Di sisi lain, masyarakat juga dapat menyuarakan pendapat mereka, sehingga dapat menjadi salah satu pembahasan bagi jurnalis di dalam meja redaksi.

Oleh sebab itu, keterbatasan dari media cetak, justru menjadi celah yang besar bagi media *online* untuk memperluas pembaca. Hal ini dikarenakan media daring secara konsisten dapat memaksimalkan internet untuk memberikan layanan secara dinamis dalam menyebarkan berita. Namun, di balik kelebihannya, media *online* tidak dapat sepenuhnya memberikan kepuasan bagi khalayak. Hal ini disebabkan karena kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap berita di situs *online*. Kecepatan yang menjadi kelebihan paling menonjol bagi media *online*, justru memiliki sisi negatif. Demi mengedepankan kecepatan, sering kali jurnalis melupakan integritas dari sebuah berita, yaitu keakuratannya.

Menurut Wendratama (2017, p. 2) pemain baru di media daring atau media *online* bermunculan dan perlahan menggantikan peran surat kabar dan majalah yang dahulu mendominasi perhatian khalayak. Jumlah media daring bertumbuh pesat, baik media pers maupun non pers, dan profesional maupun non profesional. Media daring yang berhasil memiliki kemampuan untuk memanfaatkan kelebihan internet semaksimal mungkin, secara terus-menerus melayani kebutuhan dan keinginan khalayak. Media daring juga memiliki keunggulan dalam akses berita yang cukup mudah, murah, dan cepat. Akan tetapi keunggulan itulah yang menuntut para jurnalis

media *online* untuk mampuewartakan berita secara akurat dengan *deadline* yang cepat.

Pentingnya mengejar momen dan menyebarkanluaskannya kepada khalayak tanpa memikirkan secara kritis mengenai keakuratan informasi, sudah menjadi tancapan nilai jurnalis saat ini. Tanpa disadari, hal tersebutlah yang menghilangkan prinsip dari jurnalistik sesungguhnya. Padahal, yang membedakan seorang jurnalis dengan masyarakat awam dalam menyebarkan informasi ada pada keakuratannya. Seorang jurnalis selalu mengedepankan verifikasi sebagai pergerakan yang paling mendasar setelah mendapatkan sebuah informasi, sebelum disampaikan kepada khalayak. Akan tetapi inisiatif tersebut telah mengalami penurunan semenjak jurnalis hanya mengutamakan kecepatan dalam menyampaikan berita.

Di samping harus berinovasi, praktik jurnalisme di Indonesia sesungguhnya masih memiliki banyak pekerjaan mendasar yang belum tuntas. Sebagai contoh, penulisan teks yang baik, efisien, terverifikasi, dan sesuai piramida terbalik yang merupakan kompetensi dasar jurnalisme. Dalam menguasai kecakapan jurnalistik haruslah urut, mulai dari menulis secara baik untuk liputan pendek sesuai prinsip dan etika jurnalisme, lalu berkembang untuk liputan yang lebih panjang dan mendalam, sambil diperkaya dengan kecakapan memanfaatkan multimedia dan internet (Wendratama, 2017, p. 5).

Pada era media *online*, sering kali kesalahan fakta lebih luas ditemukan karena jurnalis dan media dituntut untuk menyampaikan berita dengan waktu yang lebih cepat. Dengan demikian, tak jarang jurnalis melupakan prinsip dari verifikasi dan akurasi sebuah berita hanya karena ingin mengejar momen. Namun, nilai verifikasi harus tetap menjadi yang terutama bagi jurnalistik. Menurut Wendratama (2017, p. 41) berita dalam media *online* harus tetap memuat fakta, bukan opini jurnalis atau imajinasi narasumber. Jurnalisme hanya menyajikan fakta yang akurat dan sudah terverifikasi. Sebab, kebenaran atau fakta yang akurat bersifat mutlak. Di Indonesia sendiri, banyak portal media *online* yang membangun bisnis media dengan tujuan untuk memberikan berita kepada masyarakat dengan kemudahan akses. Misalnya, grup Transmedia Corporation mengembangkan bisnisnya lewat

media *online*. Pada 3 Agustus 2011, grup Transmedia Corporation resmi mengakuisi Detikcom untuk berada di bawah naungannya sendiri, yang sebelumnya dimiliki oleh Agranet Tiger Investment dan Mitsui & Co.

Detikcom adalah salah satu media online dari grup Transmedia Corporation yang mengutamakan kecepatan dan akurasi dalam pemberitaannya. Selain itu, media ini juga memiliki karakteristik dari jurnalisme online yang disampaikan oleh Iskandar dan Lestari. Misalnya, portal media ini bisa diakses dimanapun dan kapanpun, sajian berita dari Detikcom berupa teks, gambar, dan video, serta adanya interaksi langsung antara pembaca dan editor melalui kolom komentar yang tersedia di laman artikel (Detikcom, 2018).

Detikcom lahir pada 9 Juli 1988 dan diciptakan oleh jajaran wartawan, yaitu Budiono Darsono (mantan wartawan DeTik), Yayan Sopyan (mantan wartawan DeTik), Abdul Rahman (mantan wartawan Tempo), dan Didi Nugrahadi. Pada saat itu, desk berita yang dimiliki Detikcom hanyalah berita politik, ekonomi, dan teknologi informasi. Seiring berjalannya waktu, Detikcom juga menyajikan berbagai berita ringan, salah satunya adalah kesehatan yang disebut sebagai Detik Health. Uyung Pramudiarja selaku kepala redaktur dari DetikHealth menyampaikan bahwa salah satu fokusnya adalah membuat artikel DetikHealth menjadi acuan dari berbagai media untuk menulis sebuah berita. Oleh sebab itu, editor Uyung selalu menuntut setiap reporter untuk menyajikan berita dengan akurat, cepat, dan minim editing dengan berbagai aturan penulisan yang benar. Tak hanya itu, untuk mengejar *traffic* di DetikHealth, editor Uyung selalu mencari berita hangat yang tengah diperbincangkan masyarakat.

Dengan adanya peluang *internship* di semester tujuh ini, penulis berkesempatan untuk merealisasikan ilmu jurnalistik yang selama ini didapat di Universitas Multimedia Nusantara dengan kerja magang di redaksi DetikHealth sebagai reporter. Penulis mengamati bahwa divisi kesehatan merupakan peluang yang baik untuk belajar dan mendalami dunia jurnalistik terutama pada penulisan berita ringan yang sehari-harinya kerap dibutuhkan masyarakat.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilaksanakan penulis dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan Strata (S1), Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Merealisasikan ilmu yang sudah dipelajari di kampus ke dunia kerja.
3. Melatih penulis untuk lebih mengenal dan mendalami dunia kerja di lapangan jurnalistik.
4. Membandingkan ilmu jurnalistik yang didapat dipublikasikan pada perkuliahan dengan kerja langsung di perusahaan media.
5. Menambah koneksi baik dalam perusahaan media tempat penulis bekerja, wartawan media, dan narasumber.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan dalam jangka waktu 60 hari, mulai dari 14 Agustus 2020. Kantor tempat penulis melakukan magang beralamat di Gedung Trans TV Jl. Kapten P. Tendean Kav 12-14 A Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Kerja magang penulis dilakukan selama enam hari dalam seminggu dan berhubung kondisi sedang pandemi, penulis diizinkan untuk bekerja di rumah atau *Work from home*. Penulis bekerja dari hari Senin-Sabtu. Waktu magang ini juga berlaku saat penulis sudah mengikuti kelas perkuliahan reguler.

Untuk jam kerja terbilang cukup fleksibel dan tidak terikat dengan jadwal. Penulis lantaran diberikan kebebasan untuk menentukan waktu bekerja, asalkan selalu mengirim artikel pada email DetikHealth dan selalu melakukan tugas yang diberikan oleh kepala redaktur.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Pada awalnya, seluruh mahasiswa angkatan 2017 diwajibkan untuk mengikuti *briefing* terkait kerja magang dan skripsi. Setelah mengetahui seputar informasi tentang kerja magang, penulis mulai menyebarkan *Curriculum Vitae* (CV) dan menyertakan portofolio, serta mengirim ke berbagai email perusahaan media. Pada 13 Agustus 2020, penulis membuat surat pengajuan magang (KM-01) pada pihak kampus. Lalu, pada 14 Agustus 2020, pihak kampus memberikan surat pengantar magang (KM-02). Surat dari Email kampus tersebut penulis berikan pada pihak Detikcom untuk dibuatkan surat penerimaan magang. Setelah dibuatkan, penulis mengunduh form-form, seperti Kartu Kerja Magang (KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Formulir Realisasi Kerja Magang (KM-05), Form Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).