

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi serta internet sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat dalam mengkonsumsi informasi berita. Karena adanya teknologi dan internet mengubah gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi berita, yang sebelumnya melalui media *mainstream* seperti koran atau media cetak lainnya. Dalam hal ini, berbagai bidang aktivitas manusia juga mengalami perubahan mengikuti perkembangan teknologi begitu juga dengan bidang jurnalistik. Perusahaan media harus mampu beradaptasi menghadapi situasi dari perkembangan teknologi agar dapat mempertahankan keberadaan sebagai penyalur informasi.

Jurnalistik *online* merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional dan jurnalistik penyiaran. Jurnalistik *online* adalah penyampaian informasi melalui media internet (Romli, 2018, p. 16). Untuk mengikuti perkembangan dan menargetkan audiens, perusahaan media juga menyebarkan berita melalui *online*. Media *online* memiliki karakteristik seperti *multimedia*, aktualitas, cepat, *update*, kapasitas luas, fleksibilitas, luas, interaktif, terdokumentasi, dan *hyperlinked* (Romli, 2018, p. 37-38). Dengan adanya media *online*, masyarakat dapat mengkonsumsi informasi dengan cepat dan kapan pun. Bila dengan media cetak masyarakat hanya mengkonsumsi informasi dari apa yang diberitakan, lain hal dengan adanya internet, masyarakat dapat mencari informasi yang ingin diketahuinya dan kapan saja dapat diakses.

Perkembangan teknologi dan internet ini tak luput digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020) pengguna internet di Indonesia pada kuartal II 2020 mencapai 196,7 juta pengguna. Hasil peningkatan jumlah pengguna tersebut menjadi 73,7 persen dari total populasi Indonesia yang tercatat sebanyak 266,9 juta jiwa.

Pariwisata menjadi bagian yang tak terlepas dari aspek kehidupan baik bagi masyarakat maupun negara. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan pasal 1 ayat 4, kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Pariwisata Indonesia sangat berpotensi tinggi dan begitu penting sebagai penghasilan masyarakat setempat. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata 2018 (Portal Informasi Indonesia, 2019) menunjukkan bahwa sektor pariwisata menempati posisi keempat sebagai penghasil devisa negara sejak 2013. Untuk mengencangkan sektor pariwisata di Indonesia, pemerintah juga memberlakukan bebas visa wisata untuk 169 negara hal ini untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Menurut UN World Tourism Organization (UNWTO, 2018), kebijakan tersebut membawa Indonesia menempati urutan ketujuh di dunia, keempat di Asia-Pasifik, dan pertama di Asia Tenggara, sebagai negara yang memberikan kemudahan regulasi untuk mendatangkan wisatawan mancanegara. Berdasarkan laporan The Travel & Tourism Competitiveness Index (~~TTCI~~, 2019) pada tahun 2019, Indonesia menempati posisi ke-40 dari 140 negara, mengalami kenaikan dua peringkat dari posisi 42 pada tahun 2017.

Dalam masa pandemi COVID-19, berbagai industri terdampak dan membuat perekonomian masyarakat menjadi sulit. Salah satu industri yang sangat terdampak oleh pandemi ini adalah industri pariwisata, dimana akses masyarakat untuk melakukan perjalanan harus terhambat bahkan dihentikan. Tidak hanya sisi wisatawan yang terhambat, hal tersebut mengakibatkan perekonomian warga setempat, terutama bagi masyarakat yang mengandalkan pariwisata sebagai sumber penghasilan, sangat terdampak oleh pandemi ini.

Dalam artikel *Kompas.com* (Mulyawan, 2020), Nia Niscaya selaku Deputy Bidang Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam kegiatan bincang bisnis *online* Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA) dan Pemerintah Menyikapi Kebijakan New Normal Pariwisata Indonesia, menyampaikan salah satu dampak pandemi pada pariwisata Indonesia adalah terjadinya *lack of trust* dari wisatawan baik mancanegara maupun domestik.

Salah satu media *online* yang meliput tentang pariwisata adalah media *Kompas.com*. *Kompas.com* merupakan salah satu pionir media *online* di Indonesia, pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995. Dengan hadirnya media *Kompas* dalam bentuk digital, masyarakat di seluruh Indonesia bahkan di luar negeri dapat mengakses dan menikmati harian *Kompas* (Kompas.com, 2019).

Selama perjalanan *Kompas.com* selama 25 tahun lamanya, mencapai prestasi yang membanggakan sebagai media *online* dalam menjalani bidang jurnalistik dan terus berinovasi. Prestasi tersebut mulai dari Best in Social Media pada tahun 2010 hingga Trusted Online Media pada tahun 2019. Hal ini menjadi sebuah kehormatan bagi penulis dapat melakukan praktek kerja magang di *Kompas.com*, dan mempelajari ilmu kerja jurnalis di perusahaan yang tepat dan terpercaya.

Akibat dari pandemi virus COVID-19, mengharuskan masyarakat untuk melakukan pekerjaan di rumah atau disebut dengan *work from home* (WFH) atau kerja *remote*. Kerja *remote* atau kerja jarak jauh adalah model atau perjanjian kerja dimana pekerja dapat bekerja di tempat dan waktu kerja yang fleksibel dengan bantuan teknologi komunikasi (Muhammad, 2020, p. 88-89). Kerja *remote* dapat memanfaatkan berbagai perangkat seperti aplikasi kolaborasi jarak jauh, mengerjakan dokumen dan *spreadsheet*, aplikasi komunikasi grup, dan alat konferensi audio dan video untuk pertemuan virtual (Fleishman, 2020, p. 30). Dalam pelaksanaan kerja magang di tengah pandemi COVID-19, penulis berkesempatan untuk melakukan pekerjaan di rumah sebagai reporter magang desk *travel Kompas.com*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dengan melaksanakan praktek kerja magang ini, penulis memiliki tujuan selama menjadi pekerja magang di perusahaan ini, yaitu guna untuk memenuhi syarat kelulusan yang sudah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Dengan harapan mahasiswa mampu mengaplikasikan ilmu yang sudah ditekuni selama proses belajar mengajar di Universitas, seperti mata kuliah *Introduction to Journalism, news writing, Feature Writing*, dan Bahasa Indonesia.

Tidak hanya semata untuk memenuhi syarat kelulusan, penulis juga memiliki tujuan untuk memperoleh pengalaman secara nyata dalam menghadapi dunia kerja jurnalistik di media online dan menambah relasi dengan narasumber. Dalam proses magang ini, penulis juga bertujuan untuk mengasah kemampuan dalam menulis berita travel termasuk dalam proses liputannya. Selain itu, praktek kerja magang ini juga membentuk karakter dan watak penulis sebagai seseorang yang akan terjun dalam bidang jurnalistik dan menjadi jurnalis yang dapat diandalkan.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang ini dilakukan penulis pada semester 7, dilaksanakan selama 60 hari kerja dalam kurun waktu tiga bulan. Praktek magang penulis terhitung mulai tanggal 25 Agustus 2020 dan berakhir pada tanggal 24 November 2020. Dalam seminggu, penulis melakukan kerja magang pada hari biasa dan satu hari di hari *weekend*. Namun penulis memiliki jadwal kuliah pada hari selasa, sehingga setiap hari selasa penulis mendapat hari libur untuk melakukan kegiatan kuliah.

Terkait dengan pandemi COVID-19 yang berbahaya, penulis mendapatkan kesempatan kerja dengan melaksanakan proses kerja di rumah atau WFH (*Work From Home*). Hal ini juga menjadi pengalaman baru bagi penulis sebagai reporter magang *travel* dengan melakukan tugas di rumah saja.

Waktu kerja magang penulis dilakukan mulai dari jam 9 pagi hingga jam 5 sore, namun bila kendati ada penugasan atau hal lain yang mengharuskan untuk bekerja diluar jam tersebut maka jam akan berbeda juga.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Dalam proses pencarian magang, penulis terlebih dahulu membuat CV (*curriculum vitae*) dan kemudian melakukan penyebaran CV melalui e-mail ke berbagai perusahaan media. Proses mencari lowongan magang dilakukan mulai dari melalui platform-platform pencarian kerja hingga menghubungi langsung ke pihak perusahaan media.

Akibat dari pandemi COVID-19, pencarian lowongan magang juga sulit akibat dari banyak perusahaan media yang tidak membuka lowongan magang. Akhirnya penulis mengikuti program *internship* yang dilakukan oleh pihak CDC UMN dengan Kompas Gramedia, dan penulis mendaftarkan diri untuk menjadi *Content Writer Travel* di *Kompas.com*.

Setelah menunggu, akhirnya penulis dihubungi dan melakukan interview bersama dengan HRD dan kepala Editor *Travel & Food Kompas.com*. Yang kemudian penulis dihubungi bahwa penulis diterima menjadi karyawan magang sebagai *Content Writer Travel*. Akhirnya penulis menandatangani kontrak, menerima surat penerimaan magang di *Kompas.com*, dan mulai efektif bekerja pada tanggal 25 Agustus 2020.