

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara yang mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi di dunia, yaitu internet yang juga meningkat pesat di Indonesia. Pada Januari 2020 data pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta orang. Data tersebut naik sebanyak 17% (25 juta) dibandingkan tahun 2019 (Wearesocial, 2020).

Berkembangnya teknologi internet ini juga dimanfaatkan oleh media sehingga munculah media baru seperti *news online* atau portal berita (Kristanto, 2019). Media *online* merupakan *cybermedia*, internet media dan *new media* sehingga dapat didefinisikan sebagai media yang disajikan secara daring melalui sebuah situs *web* atau *website* (Syamsul & Romli, 2012).

Dapat diartikan bahwa media *online* merupakan sebuah media yang seluruh artikelnya dapat diakses hanya dengan menggunakan internet di *website*. Media *online* mulanya muncul di Indonesia pertama kali pada tahun 1994 yaitu *Republika Online*. *Republika Online* tepat dibuat setelah setahun Harian Republika terbit. Kemudian dilanjutkan pada tahun 1996 oleh majalah tempo yang membuat *Tempointeraktif* dan sekarang menjadi *Tempo.co*. Namun, media *online* tersebut sebelumnya memiliki media cetak sehingga isi berita yang ada dalam media *online* sama dengan media cetak. (Margianto & Syaefullah, 2012).

Sebelumnya media massa selalu berdiri sendiri dan memiliki manajemen sendiri. Namun, sekarang ini hampir semua perusahaan media memiliki media cetak, *live streaming* dan media *online*. Kondisi ini disebut sebagai konvergensi (Iskandar, 2018).

Salah satu perusahaan yang mengalami konvergensi media adalah majalah Warta Ekonomi. Warta Ekonomi merupakan majalah yang meliputi berita ekonomi dan bisnis. Untuk memenuhi permintaan pembaca serta mengikuti perkembangan teknologi, Warta Ekonomi tersedia dalam bentuk daring atau media *online*, *wartaekonomi.co.id*.

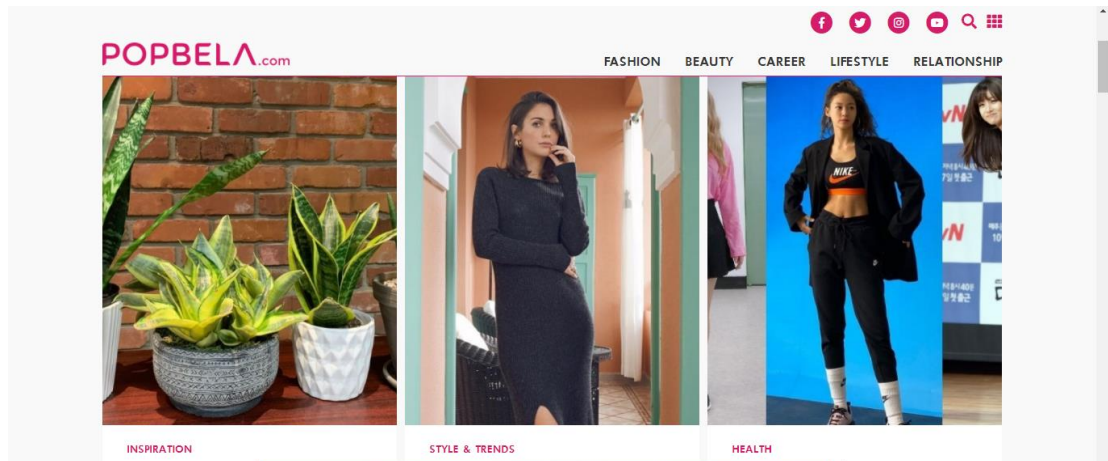
Konten digital sekarang ini memiliki beragam variasi yang bisa dicoba untuk membuat segmentasi khalayak (Wendratama, 2017). Adanya segmentasi khalayak inilah membuat media online yang muncul juga beragam.

Media online semakin berkembang dengan beragam konten seperti bisnis, hiburan atau entertainment, *e-sport* dan lain sebagainya. Beberapa media yang juga melakukan segmentasi khalayak adalah *ruangoto.com*, *wartaekonomi.co.id*, *kabargames.id* ,dan lain sebagainya. Seperti *ruangoto.com* yang menjadi media online khusus membahas otomotif saja yang tentu saja menargetkan khalayak pecinta mobil dan motor. Berbeda dengan *wartaekonomi.co.id* yang membahas tentang perekonomian yang tentunya memiliki target audiens pembisnis atau orang yang tertarik dengan dunia bisnis. Kemudian *kabargames.id* merupakan media yang seluruh kontennya membahas tentang *games* sehingga target audiensnya adalah pecinta *games* atau *gamers*.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2017 sebanyak 16,94% pembaca *online* berjenis kelamin wanita di Indonesia. Meskipun tak sebanyak pembaca laki-laki yang mencapai angka 21,52%, hal ini membuktikan bahwa masih ada ketertarikan wanita untuk membaca media *online*. Kondisi ini menunjukkan bahwa penting untuk memenuhi kebutuhan wanita dalam bentuk media online.

Beberapa media online yang menargetkan wanita sebagai audiens juga semakin populer seperti *womantalks.com*, *beautynesia.com*, *popbela.com* dan lain sebagainya. Ketiga media tersebut berisi konten terkait dengan kebutuhan wanita seperti tips-tips kecantikan dan berita terkini tentang wanita.

Gambar 1.1 Website popbela.com



Sumber: popbela.com

Gambar 1.1 merupakan website popbela.com yang menyajikan berita tentang wanita seperti *fashion*, *beauty*, *lifestyle* dan *relationship*. *Popbela.com* juga menargetkan wanita milenial serta generasi Z di Indonesia sehingga konten yang disajikan juga tentang tren-tren terkini.

Berkembangnya media daring khusus untuk wanita ini membuat *Warta Ekonomi* juga ikut mengembangkan media *online*-nya. *Warta Ekonomi* tidak hanya membahas secara mendalam mengenai persoalan ekonomi dan bisnis saja, tetapi mulai membuat media *online* khusus wanita, yaitu *HerStory*.

*HerStory* masih terbilang sebagai media online baru karena baru muncul pada Januari 2020. *HerStory* merupakan media untuk wanita yang semua konten beritanya berhubungan dengan kebutuhan wanita baik gaya hidup, kecantikan, kesehatan dan *infotainment*.

Melalui kerja magang di *HerStory*, penulis ingin mempelajari dan memahami bagaimana proses kerja reporter. Penulis juga berharap dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai cara kerja media *online*.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Untuk memenuhi mata kuliah magang di Universitas Multimedia Nusantara, berikut tujuan pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis.

1. Untuk mengenal dunia kerja
2. Untuk memberikan rasa tanggung jawab
3. Mengasah kemampuan dalam bidang jurnalistik khususnya dalam penulisan artikel dan melakukan liputan di perusahaan media daring.
4. Menambah pengalaman bekerja di perusahaan media daring
5. Untuk memahami lebih rinci proses kerja reporter di perusahaan media daring

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

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

Berdasarkan surat dari PT Obor Sarana Utama, *HerStory* (Warta Ekonomi Group), penulis dapat melaksanakan kerja magang mulai dari 1 September 2020 – 30 November 2020. Kerja magang dilaksanakan dari rumah atau *Work From Home* (WFH) mulai dari Senin-Jumat. Sabtu-Minggu juga ada jadwal piket bergantian.

Tidak ada jam kerja yang diberlakukan, tetapi penulis diwajibkan untuk membuat 7 artikel tiap harinya lalu ditayangkan di kanal *HerStory*.

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

Dalam melakukan kerja magang, penulis harus memenuhi syarat-syarat dari universitas. Setelah syarat-syarat terpenuhi penulis harus mengambil mata kuliah magang sebanyak 4 SKS. Kemudian penulis membuat *Curriculum Vitae* (CV) lalu mengirimkan ke beberapa perusahaan media.

Penulis mengirimkan CV melalui email ke beberapa media dan membutuhkan waktu yang cukup lama karena tak kunjung mendapatkan balasan. Hingga pada 7 Agustus, penulis mendapatkan balasan dari *HerStory* untuk menulis formulir lalu mengikuti *writing test*.

Lalu pada 11 Agustus penulis melakukan *interview* secara virtual melalui whatsapp dikarenakan situasi pandemi. Pada 23 Agustus, penulis mendapatkan telepon dari *Human Resources Development* (HRD) Warta Ekonomi bahwa diterima sebagai reporter magang di *HerStory*.

Penulis mulai melaksanakan kerja magang pada 1 September–30 November. Sebelum memulai kerja magang, penulis melakukan *briefing* bersama Redaktur Pelaksana, Clara Aprilia Sukandar. *Briefing* tersebut membahas mengenai apa saja artikel-artikel yang bisa diangkat dan artikel apa saja yang tidak boleh ditayangkan. Selain itu, dalam *briefing* tersebut dijelaskan bagaimana menggunakan CMS karena reporter harus mengunggah sendiri artikelnya.

Setelah melakukan *briefing*, penulis harus mengirimkan 7 judul kepada redaktur pelaksana apakah judul-judul tersebut layak ditayangkan. Artikel yang ditayangkan dapat berupa penyaduran hingga liputan sendiri.

Pada hari pertama, dikarenakan masih dalam situasi pandemi, penulis hanya berkenalan dengan staf lainnya melalui grup *whatsapp*. Penulis juga mulai melakukan liputan secara virtual pada minggu pertama. Namun, penulis juga melakukan liputan secara langsung selama sekali dalam tiga bulan waktu kerja magang.

Setelah kerja magang berakhir, penulis mulai mengerjakan laporan magang dan melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing, Dr. B. Guntarto, M.A.