

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

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

Kedudukan penulis saat melakukan praktik kerja magang selama 73 hari kerja di *Kontan* ialah sebagai reporter di kanal *Business Insight*. Kanal ini merupakan salah satu produk terbaru *Kontan* yang dipimpin oleh Thomas Hadiwinata selaku redaktur pelaksana (redpel) kanal *Business Insight* sekaligus berperan sebagai pembimbing lapangan kerja magang penulis. Meskipun secara tertulis penulis dibimbing oleh redaktur pelaksana, pada praktiknya *editor* lain juga ikut memberi arahan dan tugas kepada penulis seperti Herry Prasetyo, Anastasia Lilin Yuliantina, dan Tedy Gumilar.

Penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk meliput agenda-agenda yang didelegasikan, membuat rancangan usulan infografik, dan menyadur berita dari media daring internasional untuk berita subkanal Global dan *Market*. Beberapa berita yang menggunakan teknik menyadur biasanya merujuk pada media berita luar negeri seperti *Reuters*, sedangkan untuk memperoleh data infografis, penulis menggunakan data dari berbagai lembaga kredibel seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Keuangan, *iPrice Group*, dan lainnya. Selain itu, reporter diperbolehkan untuk menyadur data dari berita *Kontan* yang telah diterbitkan sebagai bahan infografik. Biasanya, pada malam hari penulis mencari referensi untuk menulis artikel esok harinya. Misalnya, untuk subkanal Global, Thomas akan memberikan referensi *link* berita dari *Reuters* untuk diterjemahkan dan ditulis kembali dengan sentuhan kanal *Business Insight*, sementara Herry menugaskan penulis untuk menerjemahkan berita perdagangan bursa saham Amerika Serikat (*wall street*) dari *Reuters* yang akan diterbitkan sebelum pukul 06.00 WIB pagi. Selain itu, penulis juga diberikan kesempatan untuk melakukan liputan secara *virtual* oleh *editor* Lilin yang selanjutnya didokumentasikan dalam bentuk artikel.

Penugasan biasanya diberikan kepada penulis melalui pesan *Whatsapp* personal, pos elektronik, dan telepon. Jika hari itu penulis ditugaskan untuk liputan, maka penulis akan menanyakan apakah ada pertanyaan titipan untuk narasumber terkait. Setelah itu, *editor* akan menyunting dan menghubungi penulis apabila ada informasi atau data yang kurang jelas kemudian diterbitkan di subkanal yang terkait.

### **3.2 Tugas Yang Dilakukan**

Tugas yang dilakukan oleh penulis selama melakukan kerja magang di *Kontan* adalah berperan sebagai reporter di kanal *Business Insight*. Setiap harinya, tugas utama penulis adalah mencari dan mengumpulkan data untuk diajukan ke redpel kanal *Business Insight* sebagai bahan infografik. Penulis menggunakan sumber-sumber kredibel seperti organisasi, lembaga pemerintah, dan institusi-institusi penyedia data lainnya. Data yang diterima oleh penulis kemudian dipilih kembali dan disajikan dalam bentuk excel agar mudah dibaca oleh pembuat desain grafis. Tugas penulis bukan hanya data menyiapkan data, melainkan juga narasi singkat untuk memerjelas data tersebut.

Namun, tak jarang penulis ditugaskan untuk melakukan liputan atau wawancara secara virtual oleh *editor* subkanal terkait. Selain itu, editor subkanal terkait juga memberikan arahan mengenai isu atau *angle* yang perlu diangkat dalam artikel. Sebelum melakukan peliputan, penulis terlebih dahulu melakukan riset dari tulisan-tulisan atau topik berita terkait yang pernah diterbitkan sebelumnya. Misalnya, jika hari itu penulis ditugaskan untuk meliput *press conference* yang digelar oleh salah satu perusahaan, maka sebelum liputan penulis mencari jejak digital perusahaan tersebut agar peneliti memiliki gambaran topik pembicaraan. Seringkali dalam peliputan, penulis juga menangkap layar data-data yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara sebagai bahan foto di artikel. Penulis juga disarankan untuk membaca artikel-artikel yang diterbitkan oleh *editor* terkait untuk menyetarakan pola penulisan.

Selain mencari data, mengumpulkan data, melakukan liputan, serta menulis artikel, penulis ditugaskan untuk menyadur berita dari situs luar negeri. Biasanya, sumber yang digunakan adalah media daring *Reuters*. Dalam praktiknya, penulis

memulai dengan menerjemahkan artikel tersebut menjadi tulisan mudah dimengerti, kemudian penulis mengolah dan menyesuaikannya dengan kaidah penulisan *Kontan*. Penulis ditugaskan untuk mengolah berita pasar saham Amerika Serikat (*wall street*) sebanyak dua hingga tiga kali dalam waktu seminggu. Artikel yang telah diterjemahkan dan diolah penulis selanjutnya disunting kembali oleh *editor* Herry untuk disesuaikan dengan *format* penulisan kanal *Business Insight* di subkanal *Global* dan *Market*. Penulis biasanya mulai menerjemahkan pada pukul 04.20 WIB, menyesuaikan waktu di bursa saham Amerika Serikat yang tutup pada pukul 04.30 WIB. Penulis memiliki waktu satu jam untuk menerjemahkan karena artikel tersebut harus terbit sebelum pukul 06.00 WIB. Jika tidak ada kendala yang dihadapi, biasanya penulis mengirim terjemahan sebelum pukul 05.30 WIB agar *editor* Herry dapat menggunakan jeda waktu yang tersisa untuk menyunting kembali terjemahan penulis.

Memasuki bulan kedua penulis melakukan praktik kerja magang, penulis juga ditugaskan untuk menerjemahkan artikel global dari media daring *Reuters*. Alur penugasan pun sama seperti penugasan artikel *wall street*, mulai dari menerjemahkan, mengolah kembali, dan disunting oleh *editor*. Biasanya, malam sebelumnya penulis diberikan *link* berita *Reuters* oleh Thomas untuk diterjemahkan. Batas waktu penulis untuk menerjemahkan hingga pukul 08.00 WIB karena sebelum jam 10.00 WIB berita tersebut sudah harus terbit. Dalam sehari, penulis dapat menerjemahkan satu hingga lima artikel.

Berikut rincian penugasan untuk melihat lebih jelas rangkaian kegiatan kerja magang penulis per pekan.

Tabel 3.1 Rincian Tugas Per Pekan

<b>Pekan</b>	<b>Tugas yang dilakukan</b>
Minggu ke-1 (14 Agustus 2020 – 24/08/2020)	- usulan infografik (10)
Minggu ke-2 (25 Agustus 2020 – 1 September 2020)	- Webinar dan Artikel Belanja Iklan by Nielsen - artikel <i>release press</i> (3) - usulan infografik (6)

Minggu ke-3 (2 September 2020 – 9 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i></li> <li>- Artikel global (2)</li> <li>- Artikel <i>release press</i> (2)</li> <li>- Liputan dan artikel distribusi bansos by ICW</li> <li>- Usulan infografik (5)</li> </ul>
Minggu ke-4 (10 September 2020 – 17 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i></li> <li>- Artikel global (2)</li> <li>- Webinar dan artikel by 22dea, Locket.com, dan HappyFresh</li> <li>- Usulan infografik (5)</li> <li>- Revisi artikel tgl 11/09</li> </ul>
Minggu ke-5 (18 September 2020 – 25 September 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i> (2)</li> <li>- Artikel global (4)</li> <li>- Usulan infografik (7)</li> </ul>
Minggu ke-6 (26 September 2020 – 3 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i> (3)</li> <li>- Artikel global (17)</li> <li>- Usulan infografik (3)</li> </ul>
Minggu ke-7 (4 Oktober 2020 – 10 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i> (2)</li> <li>- Artikel global (14)</li> <li>- Wawancara Satgas Covid-19</li> <li>- Usulan infografik (3)</li> </ul>
Minggu ke-8 (11 Oktober 2020 – 17 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i> (2)</li> <li>- Artikel global (20)</li> <li>- Wawancara waketum PHRI</li> <li>- Usulan infografik (3)</li> </ul>
Minggu ke-9 (18 Oktober 2020 – 21 Oktober 2020)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artikel <i>wall street</i></li> <li>- Artikel global (5)</li> <li>- Usulan infografik (3)</li> </ul>

Sumber: Diolah Penulis

Selama melakukan praktik kerja magang di kanal *Business Insight*, penulis telah menghasilkan 23 infografik, 11 artikel regular, 60 artikel global di subkanal Global. Di samping itu, ada beberapa topik infografik yang diusulkan oleh penulis tidak dapat diterbitkan. Menurut Thomas, beberapa bahan infografik yang telah diserahkan banyak yang tertunda karena menumpuk di bagian desain grafis *Kontan*, sehingga topiknya telah dianggap kadaluarsa dan tidak relevan apabila dimuat pada

waktu berikutnya. Selain itu, beberapa topik infografik yang menggunakan nama *brand* besar seperti Gojek dan Amazon tidak diterbitkan karena tidak ada perjanjian antara kedua perusahaan untuk mempromosikan *brand* tersebut.

Tabel 3.2 Daftar Tugas Infografik

<b>NO</b>	<b>Tanggal Tugas</b>	<b>Tanggal Terbit</b>	<b>Judul infografik</b>
1	5 Agustus 2020	5 Agustus 2020	Pasar Smartphone Global Menciut Akibat Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pasar-smartphone-global-menciut-akibat-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pasar-smartphone-global-menciut-akibat-pandemi</a>
2	14 Agustus 2020	-	Langkah Bank Indonesia Dalam Upaya Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN)
3	14 Agustus 2020	-	Bisnis Otomotif Terjun Bebas di Tengah Pandemi COVID-19
4	14 Agustus 2020	-	Cara Cerdas Investasi Emas
5	15 Agustus 2020	17 Agustus 2020	Mengelitik Minat Belanja di Masa Perayaan Kemerdekaan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-mengelitik-minat-belanja-di-masa-perayaan-kemerdekaan">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-mengelitik-minat-belanja-di-masa-perayaan-kemerdekaan</a>
6	15 Agustus 2020	18 Agustus 2020	Pasar Dibayangi Risiko, Harga Emas Semakin Berkilau <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pasar-dibayangi-risiko-harga-emas-semakin-berkilau">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pasar-dibayangi-risiko-harga-emas-semakin-berkilau</a>
7	18 Agustus 2020	20 Agustus 2020	Pemulihan Ekonomi Menjadi Sasaran Pertama RAPBN 2021 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pemulihan-ekonomi-menjadi-sasaran-pertama-rapbn-2021">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-pemulihan-ekonomi-menjadi-sasaran-pertama-rapbn-2021</a>
8	19 Agustus 2020	-	Senjata Pemerintah Bagi Dunia Usaha

9	22 Agustus 2020	27 Agustus 2020	Dana Alokasi Khusus untuk Sektor Pendidikan di 2021 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-dana-alokasi-khusus-untuk-sektor-pendidikan-di-2021">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-dana-alokasi-khusus-untuk-sektor-pendidikan-di-2021</a>
10	22 Agustus 2020	-	Belanja Pemerintah Menurut Fungsi
11	24 Agustus 2020	-	Uang Rupiah Edisi Khusus
12	26 Agustus 2020	30 Agustus 2020	Shopee Menjadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi Tahun ini <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-shopee-menjadi-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-tahun-ini">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-shopee-menjadi-e-commerce-yang-paling-banyak-dikunjungi-tahun-ini</a>
13	27 Agustus 2020	31 Agustus 2020	Belanja Iklan Selama Tujuh Bulan Pertama 2020 Mencapai Rp122 Triliun <a href="https://insight.kontan.co.id/news/infografik-belanja-iklan-selama-tujuh-bulan-pertama-2020-mencapai-rp-122-triliun">https://insight.kontan.co.id/news/infografik-belanja-iklan-selama-tujuh-bulan-pertama-2020-mencapai-rp-122-triliun</a>
14	27 Agustus 2020	-	Adu Uji Vaksin COVID-19, Mana yang Murah dan Cepat?
15	29 Agustus 2020	-	Pandemi COVID-19: Saham Apple Meroket
16	2 Agustus 2020	-	Pertumbuhan Ekonomi Daerah
17	2 Agustus 2020	-	Inflasi Agustus 2020 Melemah
18	4 September 2020	8 September 2020	Realisasi Anggaran Program PEN Per 4 September Mencapai 39,11% <a href="https://insight.kontan.co.id/news/realisasi-anggaran-program-pen-per-4-september-mencapai-3911">https://insight.kontan.co.id/news/realisasi-anggaran-program-pen-per-4-september-mencapai-3911</a>
19	4 September 2020	16 September 2020	Ini Negara-Negara yang Dinilai Paling Inovatif di Tahun ini <a href="https://insight.kontan.co.id/new">https://insight.kontan.co.id/new</a>

			<a href="#">s/ini-negara-negara-yang-dinilai-paling-inovatif-di-tahun-ini</a>
20	7 September 2020	15 September 2020	Sebesar Ini Penurunan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Masa Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/sebesar-ini-penurunan-kunjungan-wisatawan-mancanegara-di-masa-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/sebesar-ini-penurunan-kunjungan-wisatawan-mancanegara-di-masa-pandemi</a>
21	8 September 2020	-	Kasus Virus Corona Meningkat, Sejumlah Negara Alami Resesi
22	10 September 2020	-	Asumsi Dasar Makro ESDM 2021
23	14 September 2020	-	Rekomendasi Emiten Sektor Farmasi di Tengah Perkembangan Vaksin COVID-19
24	15 September 2020	-	Perilaku Masyarakat Saat Pandemi dan Next Normal
25	16 September 2020	22 September 2020	Inilah Sektor Usaha yang Mengalami Dampak Paling Buruk dari Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/inilah-sektor-usaha-yang-mengalami-dampak-paling-buruk-dari-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/inilah-sektor-usaha-yang-mengalami-dampak-paling-buruk-dari-pandemi</a>
26	17 September 2020	30 September 2020	Bantuan Semacam Ini yang Dibutuhkan Pebisnis Mikro untuk Bertahan di Era Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/bantuan-semacam-ini-yang-dibutuhkan-pebisnis-mikro-untuk-bertahan-di-era-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/bantuan-semacam-ini-yang-dibutuhkan-pebisnis-mikro-untuk-bertahan-di-era-pandemi</a>
27	18 September 2020	26 September 2020	Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik Jalan di Tempat di Tahun ini <a href="https://insight.kontan.co.id/news/volume-dan-nilai-transaksi-uang-elektronik-jalan-di-">https://insight.kontan.co.id/news/volume-dan-nilai-transaksi-uang-elektronik-jalan-di-</a>

			<a href="#">tempat-di-tahun-ini</a>
28	19 September 2020	-	Marketshare Smartphone di Indonesia
29	21 September 2020	-	Adu Cepat Pemeriksaan PCR Massal di Asia, Indonesia Urutan Berapa?
30	22 September 2020	-	Proyeksi Berbagai Institusi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
31	23 September 2020	5 Oktober 2020	Efek Pandemi Masih Kuat, Pertumbuhan Ekonomi Minus hingga Kuartal Ketiga <a href="https://insight.kontan.co.id/news/efek-pandemi-masih-kuat-pertumbuhan-ekonomi-minus-hingga-kuartal-ketiga">https://insight.kontan.co.id/news/efek-pandemi-masih-kuat-pertumbuhan-ekonomi-minus-hingga-kuartal-ketiga</a>
32	23 September 2020	23 September 2020	Sebesar Ini Surplus Neraca Perdagangan yang Dibukukan Indonesia di Tahun ini <a href="https://insight.kontan.co.id/news/sebesar-ini-surplus-neraca-perdagangan-yang-dibukukan-indonesia-di-tahun-ini">https://insight.kontan.co.id/news/sebesar-ini-surplus-neraca-perdagangan-yang-dibukukan-indonesia-di-tahun-ini</a>
33	24 September 2020	-	Pandemi COVID-19 Buat Media Tradisional Bagaikan Jatuh Tertimpa Tangga
34	24 September 2020	25 September 2020	Inilah Negeri Tujuan Ekspor dan Negeri Asal Impor Nonmigas Terbesar per Agustus 2020 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/inilah-negeri-tujuan-ekspor-dan-negeri-asal-impor-nonmigas-terbesar-per-agustus">https://insight.kontan.co.id/news/inilah-negeri-tujuan-ekspor-dan-negeri-asal-impor-nonmigas-terbesar-per-agustus</a>
35	25 September 2020	2 Oktober 2020	Inilah Agenda Debat yang Ditunggu Pendukung Calon Presiden AS <a href="https://insight.kontan.co.id/news/inilah-agenda-debat-yang-ditunggu-pendukung-calon-presiden-as">https://insight.kontan.co.id/news/inilah-agenda-debat-yang-ditunggu-pendukung-calon-presiden-as</a>

36	28 September 2020	-	Startup Fintech dengan Dana Tertinggi di Dunia
37	1 Oktober 2020	5 Oktober 2020	Agar Terserap Maksimal, Anggaran PEN Di realokasi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/agar-terserap-maksimal-anggaran-pen-direalokasi">https://insight.kontan.co.id/news/agar-terserap-maksimal-anggaran-pen-direalokasi</a>
38	2 Oktober 2020	-	Sumber Pendapatan Amazon Tak Sebatas dari E-Commerce
39	4 Oktober 2020	8 Oktober 2020	Serendah Ini Proyeksi Tax Ratio Indonesia hingga Tahun 2021 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/serendah-ini-proyeksi-tax-ratio-indonesia-hingga-tahun-2021">https://insight.kontan.co.id/news/serendah-ini-proyeksi-tax-ratio-indonesia-hingga-tahun-2021</a>
40	5 Oktober 2020	7 Oktober 2020	Ini Proyeksi Penurunan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Dunia untuk Tahun 2020 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-proyeksi-penurunan-jumlah-kunjungan-wisatawan-di-dunia-untuk-tahun-2020">https://insight.kontan.co.id/news/ini-proyeksi-penurunan-jumlah-kunjungan-wisatawan-di-dunia-untuk-tahun-2020</a>
41	8 Oktober 2020	13 Oktober 2020	Ini Komparasi Nilai SWF yang Akan Dibentuk Indonesia dengan Nilai Total Sedunia <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-komparasi-nilai-swf-yang-akan-dibentuk-indonesia-dengan-nilai-total-sedunia">https://insight.kontan.co.id/news/ini-komparasi-nilai-swf-yang-akan-dibentuk-indonesia-dengan-nilai-total-sedunia</a>
42	11 Oktober 2020	16 Oktober 2020	Ini Nilai Kerugian Akibat Ratusan Kasus Korupsi yang Terungkap di Semester I 2020 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-nilai-kerugian-akibat-ratusan-kasus-korupsi-yang-terungkap-di-semester-i-2020">https://insight.kontan.co.id/news/ini-nilai-kerugian-akibat-ratusan-kasus-korupsi-yang-terungkap-di-semester-i-2020</a>
43	13 Oktober 2020	24 Oktober 2020	Ini Nilai Investasi Per Kapita Negara-Negara Eropa untuk Goweser di Masa Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-nilai-investasi-per-kapita-">https://insight.kontan.co.id/news/ini-nilai-investasi-per-kapita-</a>

			<a href="#">negara-negara-eropa-untuk-goweser-di-masa-pandemi</a>
44	14 Oktober 2020	-	Daya Beli Global Bergerak ke Selatan
45	16 Oktober 2020	23 Oktober 2020	Ini Perbandingan Pajak Penghasilan yang Dibayar Trump dengan Lima Pendahulunya <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-perbandingan-pajak-penghasilan-yang-dibayar-trump-dengan-lima-pendahulunya">https://insight.kontan.co.id/news/ini-perbandingan-pajak-penghasilan-yang-dibayar-trump-dengan-lima-pendahulunya</a>
46	18 Oktober 2020	-	Gojek Tingkatkan Kesejahteraan Keluarga
47	20 Oktober 2020	-	Kontribusi Gojek Terhadap Ekonomi Nasional Sebelum Pandemi
48	21 Oktober 2020	-	Dampak Pandemi COVID-19: Terjadi Perubahan Transaksi Signifikan
<b>Total infografik</b>			<b>48 infografik</b>
<b>Total infografik yang terbit</b>			<b>23 infografik</b>

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 3.3 Daftar Tugas Artikel Regular

<b>NO</b>	<b>Tanggal terbit</b>	<b>Judul artikel</b>	<b>Subkanal</b>
1	28 Agustus 2020	Pandemi Mengubah Gaya Komunikasi Beriklan Pemilik Merek <a href="https://insight.kontan.co.id/news/pandemi-mengubah-gaya-komunikasi-beriklan-pemilik-merek">https://insight.kontan.co.id/news/pandemi-mengubah-gaya-komunikasi-beriklan-pemilik-merek</a>	Bisnis
2	31 Agustus 2020	Samanea Group Ekspansi Pusat Perdagangan ke Indonesia <a href="https://insight.kontan.co.id/news/samanea-group-ekspansi-pusat-">https://insight.kontan.co.id/news/samanea-group-ekspansi-pusat-</a>	Bisnis

		<a href="#">perdagangan-ke-indonesia</a>	
3	31 Agustus 2020	Moody's: Jatuh Tempo Obligasi dan Harga Batubara Jadi Tantangan Besar Bagi BUMA <a href="https://insight.kontan.co.id/news/moody-s-jatuh-tempo-obligasi-dan-harga-batubara-jadi-tantangan-besar-bagi-buma">https://insight.kontan.co.id/news/moody-s-jatuh-tempo-obligasi-dan-harga-batubara-jadi-tantangan-besar-bagi-buma</a>	Bisnis
4	4 September 2020	Distribusi Bansos Covid-19 Bermasalah, Ada Indikasi Pungli <a href="https://insight.kontan.co.id/news/distribusi-bansos-covid-19-bermasalah-ada-indikasi-pungli">https://insight.kontan.co.id/news/distribusi-bansos-covid-19-bermasalah-ada-indikasi-pungli</a>	Regulasi
5	9 September 2020	Moody's: Likuiditas Tiga Emiten Properti Ini Diprediksi Melemah Dalam 12 Bulan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/likuiditas-tiga-emiten-properti-ini-diprediksi-melemah-dalam-12-bulan-ke-depan">https://insight.kontan.co.id/news/likuiditas-tiga-emiten-properti-ini-diprediksi-melemah-dalam-12-bulan-ke-depan</a>	Market
6	9 September 2020	JLL: Potensi Perkantoran Pasca Pandemi Dibarengi Perubahan Prioritas <a href="https://insight.kontan.co.id/news/jll-potensi-perkantoran-pasca-pandemi-dibarengi-perubahan-prioritas">https://insight.kontan.co.id/news/jll-potensi-perkantoran-pasca-pandemi-dibarengi-perubahan-prioritas</a>	Bisnis
7	13 September 2020	PSBB Lagi, Pelaku Usaha S-commerce Bakal Semakin Menjamur	Bisnis
8	10 Oktober 2020	Jaga Jarak Masih Kurang, Ini Tingkat Kepatuhan Masyarakat dalam Protokol Kesehatan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/jaga-jarak-masih-kurang-ini-tingkat-kepatuhan-masyarakat-dalam-protokol-kesehatan">https://insight.kontan.co.id/news/jaga-jarak-masih-kurang-ini-tingkat-kepatuhan-masyarakat-dalam-protokol-kesehatan</a>	Ekonomi
9	17 Oktober 2020	PHRI gencar melakukan edukasi dan sosialisasi protokol kesehatan demi mencegah corona <a href="https://kesehatan.kontan.co.id/news/phri-gencar-melakukan-edukasi-dan-sosialisasi-protokol-kesehatan-demi-mencegah-corona">https://kesehatan.kontan.co.id/news/phri-gencar-melakukan-edukasi-dan-sosialisasi-protokol-kesehatan-demi-mencegah-corona</a>	Kesehatan <i>Kontan Online</i>

10	23 Oktober 2020	Ada yang yakin tak akan tertular Covid, perilaku Iman, Aman, dan Imun jadi harapan <a href="https://kesehatan.kontan.co.id/news/ada-yang-yakin-tak-akan-tertular-covid-perilaku-iman-aman-dan-imun-jadi-harapan">https://kesehatan.kontan.co.id/news/ada-yang-yakin-tak-akan-tertular-covid-perilaku-iman-aman-dan-imun-jadi-harapan</a>	Kesehatan <i>Kontan</i> <i>Online</i>
11	25 Oktober 2020	Kasus corona Indonesia tertinggi di Asia Tenggara, perubahan perilaku jadi prioritas <a href="https://kesehatan.kontan.co.id/news/kasus-corona-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara-perubahan-perilaku-jadi-prioritas">https://kesehatan.kontan.co.id/news/kasus-corona-indonesia-tertinggi-di-asia-tenggara-perubahan-perilaku-jadi-prioritas</a>	Kesehatan <i>Kontan</i> <i>Online</i>
<b>Total artikel</b>		<b>11 Artikel</b>	
<b>Total artikel yang terbit</b>		<b>11 Artikel</b>	

Sumber: Diolah Penulis

Tabel 3.4 Daftar Tugas Artikel Global Subkanal Global

NO	Tanggal Terbit	Judul Artikel
1	2 September 2020	Wall Street: S&P 500 dan Nasdaq Cetak Rekor Baru Lagi Ditopang Saham Zoom <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-sp-500-dan-nasdaq-cetak-rekor-baru-lagi-ditopang-saham-zoom">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-sp-500-dan-nasdaq-cetak-rekor-baru-lagi-ditopang-saham-zoom</a>
2	12 September 2020	Wall Street: Dow Jones Menguat, Nasdaq Tergelincir <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-menguat-nasdaq-tergelincir">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-menguat-nasdaq-tergelincir</a>
3	22 September 2020	Wall Street: Kekhawatiran Lockdown Bikin Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Melemah <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-kekhawatiran-lockdown-bikin-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-melemah">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-kekhawatiran-lockdown-bikin-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-melemah</a>
4	24 September 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Turun Tajam Dipicu Kekhawatiran Ekonomi

		<a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-tajam-dipicu-kekhawatiran-ekonomi">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-tajam-dipicu-kekhawatiran-ekonomi</a>
5	25 September 2020	Pengelola Maskapai Menilai Perlu Pemasangan Sekat Agar Penumpang Merasa Aman <a href="https://insight.kontan.co.id/news/pengelola-maskapai-menilai-perlu-pemasangan-sekat-agar-penumpang-merasa-aman">https://insight.kontan.co.id/news/pengelola-maskapai-menilai-perlu-pemasangan-sekat-agar-penumpang-merasa-aman</a>
6	26 September 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Naik Ditopang Reli Saham Teknologi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-naik-ditopang-reli-saham-teknologi">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-naik-ditopang-reli-saham-teknologi</a>
7	26 September 2020	New York Mempertahankan Posisi Sebagai Pusat Keuangan Nomor Satu di Dunia <a href="https://insight.kontan.co.id/news/new-york-mempertahankan-posisi-sebagai-pusat-keuangan-nomor-satu-di-dunia">https://insight.kontan.co.id/news/new-york-mempertahankan-posisi-sebagai-pusat-keuangan-nomor-satu-di-dunia</a>
8	26 September 2020	Aksi Media Sosial Membendung Konten Negatif Baru Menuai Jempol dari Pengiklan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/aksi-media-sosial-membendung-konten-negatif-baru-menuai-jempol-dari-pengiklan">https://insight.kontan.co.id/news/aksi-media-sosial-membendung-konten-negatif-baru-menuai-jempol-dari-pengiklan</a>
9	29 September 2020	Situasi Pandemi Dorong Eksekutif Mencari Titik Keseimbangan Baru <a href="https://insight.kontan.co.id/news/situasi-pandemi-dorong-eksekutif-mencari-titik-keseimbangan-baru">https://insight.kontan.co.id/news/situasi-pandemi-dorong-eksekutif-mencari-titik-keseimbangan-baru</a>
10	29 September 2020	Minat Investor Tinggi, Pengelola Label BTS Jual Mahal Saham IPO <a href="https://insight.kontan.co.id/news/minat-investor-tinggi-pengelola-label-bts-jual-mahal-saham-ipo">https://insight.kontan.co.id/news/minat-investor-tinggi-pengelola-label-bts-jual-mahal-saham-ipo</a>
11	30 September 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Turun Jelang Debat Calon Presiden AS <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-jelang-depan-calon-presiden-as">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-jelang-depan-calon-presiden-as</a>

12	30 September 2020	Ini Perusahaan Teknologi China Terbaru yang Hengkang dari Bursa Saham AS <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-perusahaan-teknologi-china-terbaru-yang-hengkang-dari-bursa-saham-as#:~:text=Ini%20Perusahaan%20Teknologi%20China%20Terbaru%20yang%20Hengkang%20dari%20Bursa%20Saham%20AS,-Rabu%2C%2030%20September&amp;text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20BENGALURU,pemegang%20sahamnya%2C%20Tencent%20Holdings%20Ltd.">https://insight.kontan.co.id/news/ini-perusahaan-teknologi-china-terbaru-yang-hengkang-dari-bursa-saham-as#:~:text=Ini%20Perusahaan%20Teknologi%20China%20Terbaru%20yang%20Hengkang%20dari%20Bursa%20Saham%20AS,-Rabu%2C%2030%20September&amp;text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20BENGALURU,pemegang%20sahamnya%2C%20Tencent%20Holdings%20Ltd.</a>
13	30 September 2020	Ini Alasan Dua Pemilik Merek Elit Saling Guat di Pengadilan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-dua-pemilik-merek-elit-saling-gugat-di-pengadilan">https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-dua-pemilik-merek-elit-saling-gugat-di-pengadilan</a>
14	30 September 2020	Ruang Makan Menjadi Wilayah Kantor yang Berubah di Era Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ruang-makan-menjadi-wilayah-kantor-yang-berubah-di-era-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/ruang-makan-menjadi-wilayah-kantor-yang-berubah-di-era-pandemi</a>
15	1 Oktober 2020	Sempat Lesu Akibat Lockdown, Transaksi M&A Kembali Marak di Kuartal Ketiga <a href="https://insight.kontan.co.id/news/sempat-lesu-akibat-lockdown-transaksi-ma-kembali-marak-di-kuartal-kegia">https://insight.kontan.co.id/news/sempat-lesu-akibat-lockdown-transaksi-ma-kembali-marak-di-kuartal-kegia</a>
16	2 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Kompak Menguat
17	2 Oktober 2020	Penurunan Laba Bank Berskala Raksasa di Amerika Berlanjut hingga Kuartal Ketiga <a href="https://insight.kontan.co.id/news/penurunan-laba-bank-berskala-raksasa-di-amerika-berlanjut-hingga-kuartal-ketiga">https://insight.kontan.co.id/news/penurunan-laba-bank-berskala-raksasa-di-amerika-berlanjut-hingga-kuartal-ketiga</a>
18	2 Oktober 2020	Pemadaman Listrik Hentikan Perdagangan di Bursa Tokyo Sepanjang Kamis <a href="https://insight.kontan.co.id/news/pemadaman-listrik-hentikan-perdagangan-di-bursa-tokyo-sepanjang-kamis">https://insight.kontan.co.id/news/pemadaman-listrik-hentikan-perdagangan-di-bursa-tokyo-sepanjang-kamis</a>
19	2 Oktober 2020	Google Akan Membayar US\$ 1 Miliar ke Perusahaan Media di Seluruh Dunia <a href="https://insight.kontan.co.id/news/google-akan-membayar-us-1-miliar-ke-perusahaan-media-di-">https://insight.kontan.co.id/news/google-akan-membayar-us-1-miliar-ke-perusahaan-media-di-</a>

		<a href="#">seluruh-dunia#:~:text=Google%20berencana%20membayar%20US%24%201,selama%20tiga%20tahun%20ke%20depan.&amp;text=Penerbit%20berita%20alias%20perusahaan%20media,internet%20paling%20populer%20di%20dunia.</a>
20	2 Oktober 2020	Jaringan TV Berita Bakal Meraup Untung dari Kekacauan Pemilihan Presiden AS <a href="https://insight.kontan.co.id/news/jaringan-tv-berita-bakal-meraup-untung-dari-kekacauan-pemilihan-presiden-as">https://insight.kontan.co.id/news/jaringan-tv-berita-bakal-meraup-untung-dari-kekacauan-pemilihan-presiden-as</a>
21	3 Oktober 2020	Penyedia Platform Game Online Roblox Bersiap Melakukan Go Public <a href="https://insight.kontan.co.id/news/penyedia-platform-game-online-roblox-bersiap-melakukan-go-public">https://insight.kontan.co.id/news/penyedia-platform-game-online-roblox-bersiap-melakukan-go-public</a>
22	3 Oktober 2020	Trump Positif Covid, Bandar Menanggihkan Taruhan atas Hasil Pilpres AS <a href="https://insight.kontan.co.id/news/trump-positif-covid-bandar-menanggihkan-taruhan-atas-hasil-pilpres-as">https://insight.kontan.co.id/news/trump-positif-covid-bandar-menanggihkan-taruhan-atas-hasil-pilpres-as</a>
23	3 Oktober 2020	Inilah Berbagai Ketidaklaziman yang Mewarnai Proses IPO Ant Group <a href="https://insight.kontan.co.id/news/inilah-berbagai-ketidaklaziman-yang-mewarnai-proses-ipo-ant-group">https://insight.kontan.co.id/news/inilah-berbagai-ketidaklaziman-yang-mewarnai-proses-ipo-ant-group</a>
24	6 Oktober 2020	Jika Terpilih Sebagai Presiden, Biden Mungkin Mengambil Kebijakan Ini <a href="https://insight.kontan.co.id/news/jika-terpilih-sebagai-presiden-biden-mungkin-mengambil-berbagai-kebijakan-ini">https://insight.kontan.co.id/news/jika-terpilih-sebagai-presiden-biden-mungkin-mengambil-berbagai-kebijakan-ini</a>
25	6 Oktober 2020	Akibat Pandemi, Pemilik Jaringan Bioskop Terbesar Kedua di Dunia Gulung Layar <a href="https://insight.kontan.co.id/news/akibat-pandemi-pemilik-jaringan-bioskop-terbesar-kedua-di-dunia-gulung-layar">https://insight.kontan.co.id/news/akibat-pandemi-pemilik-jaringan-bioskop-terbesar-kedua-di-dunia-gulung-layar</a>
26	6 Oktober 2020	Merger dan Akuisisi Sektor Migas di AS Kembali Lesu di Kuartal Ketiga <a href="https://insight.kontan.co.id/news/merger-dan-akuisisi-sektor-migas-di-as-kembali-lesu-di-kuartal-ketiga">https://insight.kontan.co.id/news/merger-dan-akuisisi-sektor-migas-di-as-kembali-lesu-di-kuartal-ketiga</a>

27	7 Oktober 2020	Alphabet Menggunakan Nama Google Workspace untuk Layanan Business Tool <a href="https://insight.kontan.co.id/news/alphabet-menggunakan-nama-google-workspace-untuk-layanan-business-tool#:~:text=Alphabet%20Inc.%2C%20Selasa%20(6,yang%20dipergunakan%20Google%20sejak%202016.">https://insight.kontan.co.id/news/alphabet-menggunakan-nama-google-workspace-untuk-layanan-business-tool#:~:text=Alphabet%20Inc.%2C%20Selasa%20(6,yang%20dipergunakan%20Google%20sejak%202016.</a>
28	7 Oktober 2020	Temasek Singapura Bentuk Holding Baru untuk Mengelola Aset US\$ 55 Miliar <a href="https://insight.kontan.co.id/news/temasek-singapura-bentuk-holding-baru-untuk-mngelola-aset-us-55-miliar#:~:text=Temasek%20Singapura%20Bentuk%20Holding%20Baru%20untuk%20Mengelola%20Aset%20US%24%2055%20Miliar,-Rabu%2C%2007%20Oktober&amp;text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20SINGAPURA%20(Reuters).&amp;text=Perusahaan%20tersebut%20adalah%20Azalea%20Investment,Capital%20dan%20Seatown%20Holdings%20International.">https://insight.kontan.co.id/news/temasek-singapura-bentuk-holding-baru-untuk-mngelola-aset-us-55-miliar#:~:text=Temasek%20Singapura%20Bentuk%20Holding%20Baru%20untuk%20Mengelola%20Aset%20US%24%2055%20Miliar,-Rabu%2C%2007%20Oktober&amp;text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20SINGAPURA%20(Reuters).&amp;text=Perusahaan%20tersebut%20adalah%20Azalea%20Investment,Capital%20dan%20Seatown%20Holdings%20International.</a>
29	7 Oktober 2020	Untuk Beli Saham Big Hit, Investor Ritel Kumpulkan Dana hingga US\$ 50 Miliar <a href="https://insight.kontan.co.id/news/untuk-beli-saham-big-hit-investor-ritel-kumpulkan-dana-hingga-us-50-miliar#:~:text=Investor%20ritel%20Korea%20Selatan%20mengumpulkan,600%20kali%20dari%20nilai%20sahamnya.">https://insight.kontan.co.id/news/untuk-beli-saham-big-hit-investor-ritel-kumpulkan-dana-hingga-us-50-miliar#:~:text=Investor%20ritel%20Korea%20Selatan%20mengumpulkan,600%20kali%20dari%20nilai%20sahamnya.</a>
30	7 Oktober 2020	IATA: Tanpa Dukungan Pemerintah, Maskapai Penerbangan Bakal Tumbang <a href="https://insight.kontan.co.id/news/iata-tanpa-dukungan-pemerintah-maskapai-penerbangan-bakal-tumbang">https://insight.kontan.co.id/news/iata-tanpa-dukungan-pemerintah-maskapai-penerbangan-bakal-tumbang</a>
31	8 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Naik Berkat Harapan Kesepakatan Stimulus <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-naik-berkat-harapan-kesepakatan-stimulus">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-naik-berkat-harapan-kesepakatan-stimulus</a>
32	9 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Naik Karena Termakan Janji Fiskal Trump <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-dan-nasdaq-naik-karena-termakan-janji-">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-dan-nasdaq-naik-karena-termakan-janji-</a>

		<a href="#">fiskal-trump</a>
33	9 Oktober 2020	Sempat Turun Drastis di Awal Pandemi, Penjualan Global McDonald's Mulai Pulih <a href="https://insight.kontan.co.id/news/sempat-turun-drastis-di-awal-pandemi-penjualan-global-mcdonalds-mulai-pulih">https://insight.kontan.co.id/news/sempat-turun-drastis-di-awal-pandemi-penjualan-global-mcdonalds-mulai-pulih</a>
34	9 Oktober 2020	Kendati Penjualannya Naik, Domino's Pizza Membukukan Penurunan Laba di Kuartal Ketiga <a href="https://insight.kontan.co.id/news/kendati-penjualannya-naik-dominos-pizza-membukukan-penurunan-laba-di-kuartal-ketiga">https://insight.kontan.co.id/news/kendati-penjualannya-naik-dominos-pizza-membukukan-penurunan-laba-di-kuartal-ketiga</a>
35	9 Oktober 2020	Aplikasi Ini yang Dimanfaatkan Produsen Barang Mewah untuk Berjualan di Thailand <a href="https://insight.kontan.co.id/news/aplikasi-ini-yang-dimanfaatkan-produsen-barang-mewah-untuk-berjualan-di-thailand#:~:text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20BANGKOK,aplikasi%20obrolan%20asal%20Jepang%2C%20LINE.">https://insight.kontan.co.id/news/aplikasi-ini-yang-dimanfaatkan-produsen-barang-mewah-untuk-berjualan-di-thailand#:~:text=KONTAN.CO.ID%20%2D%20BANGKOK,aplikasi%20obrolan%20asal%20Jepang%2C%20LINE.</a>
36	9 Oktober 2020	Survei WEF Mengungkap Dua Kecemasan Utama Para Eksekutif Bisnis <a href="https://insight.kontan.co.id/news/survei-wef-mengungkap-dua-kecemasan-utama-para-eksekutif-bisnis">https://insight.kontan.co.id/news/survei-wef-mengungkap-dua-kecemasan-utama-para-eksekutif-bisnis</a>
37	10 Oktober 2020	Incar Saham IPO Ant Group, Lima Reksadana Tiongkok Raup US\$ 9 Miliar <a href="https://insight.kontan.co.id/news/incar-saham-ipo-ant-group-lima-reksadana-tiongkok-raup-us-9-miliar">https://insight.kontan.co.id/news/incar-saham-ipo-ant-group-lima-reksadana-tiongkok-raup-us-9-miliar</a>
38	10 Oktober 2020	Dijuluki Treasury Bersteroid, Surat Utang Ini Sedang Laris Diperdagangkan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/dijuluki-treasury-bersteroid-surat-utang-ini-sedang-laris-diperdagangkan">https://insight.kontan.co.id/news/dijuluki-treasury-bersteroid-surat-utang-ini-sedang-laris-diperdagangkan</a>
39	10 Oktober 2020	Jaga jarak Masih Kurang, Ini Tingkat Kepatuhan Masyarakat dalam Protokol Kesehatan <a href="https://insight.kontan.co.id/news/jaga-jarak-masih-kurang-ini-tingkat-kepatuhan-masyarakat-dalam-protokol-kesehatan">https://insight.kontan.co.id/news/jaga-jarak-masih-kurang-ini-tingkat-kepatuhan-masyarakat-dalam-protokol-kesehatan</a>
40	12 Oktober 2020	Makin Terpojok Akibat Sanksi AS, Huawei Tetap

		Melayani Klien 5G di Eropa <a href="https://insight.kontan.co.id/news/makin-terpojok-akibat-sanksi-as-huawei-tetap-melayani-klien-5g-di-eropa">https://insight.kontan.co.id/news/makin-terpojok-akibat-sanksi-as-huawei-tetap-melayani-klien-5g-di-eropa</a>
41	12 Oktober 2020	Freeport Memilih Jalan Tengah yang Terjal di Masa Pandemi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/freeport-memilih-jalan-tengah-yang-terjal-di-masa-pandemi">https://insight.kontan.co.id/news/freeport-memilih-jalan-tengah-yang-terjal-di-masa-pandemi</a>
42	13 Oktober 2020	Pemegang Saham Unilever di Inggris Sepakati Penyatuan Organisasi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/pemegang-saham-unilever-sepakati-perubahan-struktur-organisasi">https://insight.kontan.co.id/news/pemegang-saham-unilever-sepakati-perubahan-struktur-organisasi</a>
43	13 Oktober 2020	Ini Alasan Mengapa Goldman Sachs Optimis Prospek Minyak dan Gas Bullish <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-mengapa-goldman-sachs-optimistis-prospek-minyak-dan-gas-bullish">https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-mengapa-goldman-sachs-optimistis-prospek-minyak-dan-gas-bullish</a>
44	13 Oktober 2020	OECD: Seperti Ini Kerugian Dunia Jika Gagal Menyetujui Aturan Pajak Digital <a href="https://insight.kontan.co.id/news/oecd-seperti-ini-kerugian-dunia-jika-gagal-menyepakati-aturan-pajak-digital">https://insight.kontan.co.id/news/oecd-seperti-ini-kerugian-dunia-jika-gagal-menyepakati-aturan-pajak-digital</a>
45	13 Oktober 2020	Triller Bersiap Go Public di Saat Pesaingnya Menghadapi Ketidakpastian <a href="https://insight.kontan.co.id/news/triller-bersiap-go-public-di-saat-pesaingnya-menghadapi-ketidakpastian">https://insight.kontan.co.id/news/triller-bersiap-go-public-di-saat-pesaingnya-menghadapi-ketidakpastian</a>
46	13 Oktober 2020	Pemegang Saham Unilever di Inggris Sepakati Penyatuan Organisasi <a href="https://insight.kontan.co.id/news/pemegang-saham-unilever-sepakati-perubahan-struktur-organisasi">https://insight.kontan.co.id/news/pemegang-saham-unilever-sepakati-perubahan-struktur-organisasi</a>
47	14 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Turun Akibat Penghentian Uji Coba Vaksin <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-akibat-penghentian-uji-coba-vaksin">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-akibat-penghentian-uji-coba-vaksin</a>
48	14 Oktober 2020	IKEA Meluncurkan Skema Pembelian Kembali untuk Produk Furnitur <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ikea-meluncurkan-skema-pembelian-kembali-untuk-produk-furnitur">https://insight.kontan.co.id/news/ikea-meluncurkan-skema-pembelian-kembali-untuk-produk-furnitur</a>

49	14 Oktober 2020	Bos Pengelola Dana Ini Optimistis Masih Ada Potensi Upside di Bursa Global <a href="https://insight.kontan.co.id/news/bos-pengelola-dana-ini-optimistis-masih-ada-potensi-upside-di-bursa-global">https://insight.kontan.co.id/news/bos-pengelola-dana-ini-optimistis-masih-ada-potensi-upside-di-bursa-global</a>
50	14 Oktober 2020	Produk Entry Level Laris di Masa Pandemi, Fender Rilis Gitar untuk Profesional <a href="https://insight.kontan.co.id/news/produk-entry-level-laris-di-masa-pandemi-fender-rilis-gitar-untuk-profesional">https://insight.kontan.co.id/news/produk-entry-level-laris-di-masa-pandemi-fender-rilis-gitar-untuk-profesional</a>
51	15 Oktober 2020	Ingin Fokus di Segmen Atas, Huawei Menawarkan Merek Honor <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ingin-fokus-di-segmen-atas-huawei-menawarkan-merek-honor#:~:text=Huawei%20mengatur%20ulang%20prioritasnya%20karena,dan%20pasar%20yang%20sadar%20bujet.">https://insight.kontan.co.id/news/ingin-fokus-di-segmen-atas-huawei-menawarkan-merek-honor#:~:text=Huawei%20mengatur%20ulang%20prioritasnya%20karena,dan%20pasar%20yang%20sadar%20bujet.</a>
52	15 Oktober 2020	Survei: Jika Pandemi Usai, 9 dari 10 Pekerja Ingin Tetap Mendapat Opsi WFH <a href="https://insight.kontan.co.id/news/survei-jika-pandemi-usai-9-dari-10-pekerja-ingin-tetap-mendapat-opsi-wfh">https://insight.kontan.co.id/news/survei-jika-pandemi-usai-9-dari-10-pekerja-ingin-tetap-mendapat-opsi-wfh</a>
53	15 Oktober 2020	YouTube Memperketat Saringan atas Konten Sampah Seputar Covid 19 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/youtube-memperketat-saringan-atas-konten-sampah-seputar-covid-19">https://insight.kontan.co.id/news/youtube-memperketat-saringan-atas-konten-sampah-seputar-covid-19</a>
54	16 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Turun Akibat Kebuntuan Stimulus <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-akibat-kebuntuan-stimulus">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-akibat-kebuntuan-stimulus</a>
55	16 Oktober 2020	Ini Kompromi yang Diinginkan AS untuk Selesaikan Sengketa Subsidi Pesawat dengan UE <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-kompromi-yang-diinginkan-as-untuk-selesaikan-sengketa-subsidi-pesawat-dengan-ue">https://insight.kontan.co.id/news/ini-kompromi-yang-diinginkan-as-untuk-selesaikan-sengketa-subsidi-pesawat-dengan-ue</a>
56	16 Oktober 2020	Penuh Sensasi Saat Ditawarkan, Saham Big Hit Melemah di Hari Pertamanya di Bursa <a href="https://insight.kontan.co.id/news/penuh-sensasi-saat-ditawarkan-saham-big-hit-melemah-di-hari-pertamanya-di-bursa">https://insight.kontan.co.id/news/penuh-sensasi-saat-ditawarkan-saham-big-hit-melemah-di-hari-pertamanya-di-bursa</a>

57	17 Oktober 2020	Saham Produsen Senjata Api Menguat Seiring dengan Prediksi Biden Terpilih <a href="https://insight.kontan.co.id/news/saham-produsen-senjata-api-menguat-seiring-dengan-prediksi-biden-terpilih">https://insight.kontan.co.id/news/saham-produsen-senjata-api-menguat-seiring-dengan-prediksi-biden-terpilih</a>
58	17 Oktober 2020	Ini Alasan OPEC+ Memperkirakan Pasar akan Kelebihan Pasokan Minyak di 2021 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-opec-memperkirakan-pasar-akan-kelebihan-pasokan-minyak-di-2021">https://insight.kontan.co.id/news/ini-alasan-opec-memperkirakan-pasar-akan-kelebihan-pasokan-minyak-di-2021</a>
59	17 Oktober 2020	Harga Saham Manajer Big Hit Memperpanjang Pelemahan di Hari Keduanya di Bursa <a href="https://insight.kontan.co.id/news/harga-saham-manajer-big-hit-memperpanjang-pelemahan-di-hari-keduanya-di-bursa">https://insight.kontan.co.id/news/harga-saham-manajer-big-hit-memperpanjang-pelemahan-di-hari-keduanya-di-bursa</a>
60	20 Oktober 2020	Wall Street: Dow Jones, S&P 500, dan Nasdaq Turun Jelang Tenggat Waktu Stimulus Covid-19 <a href="https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-jelang-tenggat-waktu-stimulus-covid">https://insight.kontan.co.id/news/wall-street-dow-jones-sp-500-dan-nasdaq-turun-jelang-tenggat-waktu-stimulus-covid</a>
<b>Total artikel</b>		<b>60 Artikel</b>
<b>Total artikel yang terbit</b>		<b>60 Artikel</b>

Sumber: Diolah Penulis

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang di kanal *Business Insight Kontan*, penulis menjalankan tanggungjawab sebagai reporter. Secara garis besar, penulis memiliki tugas untuk melakukan riset, liputan, dan menulis isu ekonomi dalam bentuk infografik maupun *hard news*. Menurut Ishwara (2011, p. 83), jenis artikel *hard news* sangat cocok untuk diterapkan dalam pelaporan peristiwa besar yang baru terjadi. Ia menambahkan, biasanya artikel *hard news* berisi kejadian-kejadian rutin seperti perkembangan kegiatan pemerintah, politik, ekonomi, pengadilan, dan lainnya. Dalam pelaksanaannya sebagai reporter, penulis bertugas untuk mencari dan menulis artikel berdasarkan isu yang sedang terjadi untuk dikemas dalam

bentuk *hard news* maupun infografik. Oleh sebab itu, penulis seringkali bersinggungan langsung dengan *editor* kanal terkait untuk menentukan *angle* berita yang akan ditulis.

Menurut mantan jurnalis *Wall Street Journal*, Ronald Buel (dalam Ishawara, 2011, p. 119), jurnalisisme memiliki lima lapisan dalam menentukan keputusan, yaitu.

1. Penugasan (*data assignment*)  
Untuk menentukan apa yang layak diliput dan mengapa harus diliput?
2. Pengumpulan (*data collecting*)  
Untuk menentukan apakah informasi yang dikumpulkan sudah cukup?
3. Evaluasi (*data evaluation*)  
Untuk menentukan informasi penting apa yang dimasukkan ke dalam berita
4. Penulisan (*data writing*)  
Untuk menentukan tata bahasa yang perlu digunakan
5. Penyuntingan (*data editing*)  
Untuk menentukan berita apa yang perlu diberikan judul yang besar, tulisan yang harus dipotong, dan cerita mana yang perlu diubah.

Tahap penulisan di atas akan penulis gunakan untuk menjelaskan kembali pelaksanaan kerja magang penulis di kanal *Business Insight Kontan* yang akan dirangkum menjadi empat tahap penulisan karena tahap terakhir atau penyuntingan dilakukan oleh *editor* kanal terkait.

Tiga minggu pertama penulis melakukan praktik kerja magang di *Kontan*, penulis diikutsertakan dalam rapat mingguan dengan redpel dan empat *editor* kanal *Business Insight*, yaitu Herry, Lilin, Tri, dan Teddy. Selain itu, penulis juga bergabung dalam grup '*Tim Hore Insight*' untuk mengetahui perkembangan berita yang akan ditulis oleh masing-masing *editor*. Namun, saat minggu keempat dan seterusnya, penulis tidak lagi terlibat dalam rapat bersama para *editor* karena menurut redpel penulis tidak terlalu berperan dalam topik-topik yang akan dibahas

karena terlalu kompleks. Topik-topik yang dibahas dalam rapat tersebut dilakukan untuk artikel investigasi lanjutan di subkanal *special report* sehingga penulis kurang memahami alur kerja yang telah dilakukan sebelumnya.

Perlu diketahui sebelumnya, penulis merupakan mahasiswa pertama yang melakukan praktik kerja magang di kanal *Business Insight Kontan*. Hal itu disebabkan karena ini merupakan tahun pertama *Business Insight* hadir sebagai produk atau kanal terbaru di *Kontan online*. Secara garis besar, penulis tidak diberikan jadwal atau agenda tetap yang harus dilakukan setiap harinya sehingga membuat penulis merasa kesulitan saat menentukan tugas apa yang harus diselesaikan. Saat *briefing* awal dengan lapangan kerja magang penulis di *Kontan*, penulis hanya diberikan tugas tetap untuk mencari data-data yang berpotensi untuk dijadikan infografik. Selanjutnya, penulis disarankan untuk mengikuti alur kerja kanal *Business Insight* dan menjalin komunikasi dengan *editor-editor* agar diberi penugasan lain di luar infografik.

### **3.3.1 Infografik**

#### **3.3.1.1 Tahap Penugasan**

Dalam proses menentukan topik yang akan dikemas melalui infografik, penulis tidak memiliki agenda tetap dari redpel Thomas selaku *editor* infografik. Penulis diberi kebebasan untuk menggali informasi seputar bisnis dan ekonomi berbasis data yang layak divisualisasikan. Pada awal minggu pertama melakukan praktik kerja magang, setiap topik yang ingin diajukan ke *editor* infografik akan ditanya terlebih dahulu apakah topik ini layak dijadikan infografis.

Ketika menentukan topik yang akan diusulkan untuk infografik, penulis telah mencari dan melakukan riset mendalam sehari sebelumnya yang seringkali dilakukan pada malam hari. Apabila penulis sudah menemukan topik yang layak untuk dijadikan infografis, maka sumber tersebut akan penulis simpan dan dikelola esok harinya.

Salah satu topik infografik yang penulis ajukan pada tanggal 26 Agustus 2020 adalah tentang tren belanja e-commerce sebelum dan saat Covid-19. Selain itu, pada hari yang sama, penulis juga ditugaskan

untuk mengikuti *webinar* yang diselenggarakan oleh *Markplus* dengan tema '*E-commerce and Application Perspective*'. Webinar tersebut dihadiri oleh beberapa penyedia layanan platform digital yang bersaing saat ini, tetapi ada satu narasumber yang menarik perhatian penulis, yakni dari *Indonesian E-Commerce Assosiation* (iDEA) yang diwakili oleh Bima Laga selaku ketua iDEA membahas tentang meningkatnya jumlah pengguna layanan e-commerce saat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Namun sayangnya, iDEA tidak memberikan data masing-masing e-commerce sehingga penulis harus mencari sendiri data-data yang diperlukan.

Selain itu, alasan penulis menggunakan topik tersebut karena pada masa Covid-19 masyarakat lebih memilih belanja *online* untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Seluruh e-commerce, baik milik dalam maupun luar negeri berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada *customer*-nya agar memiliki jumlah pasar yang meningkat. Di samping itu, melalui topik tersebut pembaca juga mengetahui e-commerce yang paling banyak diminati dan dipercayai oleh masyarakat Indonesia.

Saat menentukan topik berita yang akan dikemas dalam bentuk infografik, penulis berdiskusi dengan redpel Thomas melalui telepon tentang topik yang akan penulis kerjakan. Dalam diskusi tersebut, penulis menjelaskan topik-topik yang akan penulis ajukan. Berikut merupakan diskusi singkat penulis dengan Thomas saat mengajukan topik infografik.

**Penulis:** Selamat Sore, Pak. Maaf baru menghubungi Bapak karena tadi abis kerjain penugasan dari mbak Lilin. Siang tadi saya ditugaskan untuk ikut webinar dari Markplus tentang tren belanja e-commerce. Saya kepikiran untuk buat ini dalam bentuk infografik, sih, Pak. Sejauh ini yang terlintas di pikiran saya adalah perbedaan pola konsumsi belanja e-commerce sebelum dan saat pandemi berlangsung. Tapi untuk angle yang digunakan belum ketemu, Pak, masih mau cari data-datanya dulu.

**Thomas:** Iya ajukan saja dulu, nanti kirim ke email saya.

Sayangnya, melalui diskusi tersebut, penulis tidak mendapat arahan lebih lanjut dari Thomas sehingga penulis harus mengembangkan topik itu sendiri. Padahal tujuan penulis melakukan diskusi tersebut untuk mendapatkan pertanyaan-pertanyaan lanjutan agar dapat memancing daya pikir penulis terkait topik tersebut, salah satunya penulis mengharapkan Thomas bertanya sumber data apa yang akan penulis gunakan. Sebelum berdiskusi, penulis telah menyiapkan pertanyaan tentang sumber data yang dapat penulis gunakan selain dari *website Sea Group*. Namun, penulis tidak dapat mengakses *website* tersebut karena merupakan dokumen berbayar yang sulit penulis jangkau. Di samping itu, Thomas lumayan susah untuk diajak berkomunikasi karena beberapa pekerjaannya yang telah menyita banyak waktu sehingga penulis harus berupaya menggali informasi dari berbagai sumber data seorang diri.

Setelah selesai berdiskusi dan topik diterima oleh Thomas, penulis melanjutkannya dengan mencari data-data yang dibutuhkan dari sumber data yang telah ditentukan sebelumnya, yakni *website* iPrice group yang merupakan salah satu penyedia data layanan e-commerce di wilayah Asia selain *Sea Group*. Selain itu, alasan penulis menggunakan *websites* tersebut sebagai sumber data karena iPrice sangat *up to date* dalam perkembangan layanan e-commerce di Indonesia per kuartal. Sejatinya, iPrice merupakan platform penyedia layanan pembandingan harga jual antar e-commerce. Namun, iPrice juga menyediakan layanan *insight* yang menyajikan data-data e-commerce yang berhubungan dengan konsumen dalam memilih atau menentukan e-commerce yang digunakan. Penulis menemukan *websites* iPrice melalui kanal infografik *CNBC Indonesia* saat sedang mencari referensi topik infografik.

### **3.3.1.2 Tahap Pengumpulan**

Pada dasarnya, infografis merupakan bagian dari jurnalisme data (Gray, Bounegru, Chambers, 2012, p. 165) yang biasa disebut

sebagai visualisasi data. Dalam buku *Data Journalism Handbook*, (Gray, Bounegru, Chambers 2012, pp. 110-115) salah satu teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam visualisasi data adalah memperkecil topik atau tema data yang akan divisualisasikan. Setelah menentukan topik yang akan diusulkan untuk dijadikan infografis, perkecil kembali *angle* apa yang akan diulas dari topik tersebut. Pada praktiknya, biasanya penulis membaca terlebih dahulu data-data atau artikel yang berhubungan dengan topik yang akan diulas.

Gambar 3.1 dan 3.2 di bawah ini merupakan tampilan platform iPrice insight yang menyajikan data dari masing-masing e-commerce di Indonesia. Data yang disajikan dikemas menjadi beberapa kategori berbeda, yaitu pengunjung *website* bulanan, ranking *Aplestore* dan *Playstore*, jumlah pengikut *Twitter*, *Instagram*, *Facebook*, serta jumlah karyawan masing-masing e-commerce.

Gambar 3.1 Data Mentah Peringkat E-Commerce Kuartal I 2020

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Shopee	71,533,300	#1	#1	210,300	4,215,000	16,793,400	4000+
2 Tokopedia	69,800,000	#2	#3	387,800	1,672,100	6,378,200	3000+
3 Bukalapak	37,633,300	#4	#4	185,700	1,015,800	n/a	2000+
4 Lazada	24,400,000	#3	#2	385,400	1,764,400	29,470,600	2000+
5 Blibli	17,600,000	#5	#5	501,200	1,073,400	8,636,300	1000+
6 JD ID	6,066,700	#7	#6	29,500	470,100	765,500	1000+
7 Orami	5,642,500	#31	n/a	6,100	n/a	355,200	100+
8 Bhinneka	4,450,000	#22	#21	70,000	41,200	1,056,600	600+
9 Socialla	3,050,000	#8	#10	1,700	800,200	9,300	n/a
10 Zalora	2,416,700	#6	#7	n/a	515,700	7,773,300	500+
11 Matahari	1,533,300	#9	n/a	97,300	n/a	1,606,900	600+
12 Ralali	1,366,700	#27	n/a	3,000	41,000	89,400	n/a

Sumber: iPrice Group

Gambar 3.2 Data Mentah Peringkat E-Commerce Kuartal II 2020

iPrice insights PRODUK KUPON TREND View in English Unduh Laporan

Filter berdasarkan Model Bisnis Store Type Asal Toko Pilih Data per Kuartal Q2 2020

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1  Shopee	93,440,300	#1	#1	320,800	4,851,200	17,841,400	5,100
2  Tokopedia	86,103,300	#2	#3	445,100	1,780,500	6,377,800	4,100
3  Bukalapak	35,288,100	#4	#4	188,600	1,060,900	2,482,800	2,400
4  Lazada	22,021,800	#3	#2	391,800	2,014,000	29,880,700	3,100
5  Blibli	18,307,500	#6	#6	501,600	1,255,600	8,591,600	1,800
6  JD ID	9,301,000	#8	#7	30,900	476,300	763,200	1,000
7  Orami	4,176,300	#33	#25	6,000	n/a	354,400	168
8  Bhinneka	3,804,800	#20	#21	59,400	41,400	1,053,200	603
9  Zalora	2,334,400	#5	#8	n/a	557,200	7,827,800	535
10  Matahari	2,197,200	#9	n/a	96,200	140,000	1,599,100	698
11  Sociolla	1,986,900	#7	#5	2,700	857,600	9,700	322
12  Monotaro.id	1,627,500	n/a	n/a	n/a	2,900	1,500	52

Sumber: iPrice Group

Di samping itu, pada tahap ini penulis mulai menentukan *angle* yang akan digunakan. Berdasarkan data yang telah diperoleh, penulis melihat bahwa terdapat beberapa data yang dapat digunakan dalam topik infografik tersebut seperti jumlah pengunjung *websites* bulanan, ranking di aplikasi *store* perangkat, dan jumlah pengikut media sosial e-commerce. Setelah membaca data-data tersebut, penulis melihat bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan antar e-commerce, salah satunya jumlah pengunjung *websites* bulanan. Pada kuartal I-2020 (gambar 3.1), jumlah pengunjung *websites* Tokopedia berjumlah 69,8 juta orang, sementara pada Bukalapak berjumlah 37,6 juta orang. Jika dibandingkan dengan kuartal II-2020 (gambar 3.2), jumlah pengunjung *websites* Tokopedia meningkat 23,3% menjadi 86,1 juta pengunjung. Sementara itu, jumlah pengunjung Bukalapak pada kuartal II-2020 turun 6,8% menjadi 35,2 juta pengunjung. Dapat disimpulkan bahwa sebelum dan saat Covid-19 terjadi perubahan perilaku dan minat belanja *online* masyarakat di setiap e-commerce sehingga terjadi persaingan.

Oleh karena itu, penulis menentukan *angle* yang akan digunakan, yaitu lima e-commerce yang paling diminati sepanjang semester I (Januari – Juni) 2020. Melalui *angle* tersebut, pembaca dapat mengetahui perbedaan pola perilaku belanja dan e-commerce yang paling banyak digunakan selama enam bulan pertama 2020.

### 3.3.1.3 Tahap Evaluasi

Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, maka selanjutnya data tersebut dikaji atau dievaluasi kembali. Menurut Ishwara (2011, p. 119), evaluasi data dilakukan untuk menentukan data penting apa saja yang harus dimasukkan ke dalam berita. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa wartawan harus mampu mengetahui hal apa saja yang dijadikan fokus pemberitaan dan mana yang dijadikan data pelengkap.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, tidak semua data yang disediakan oleh *websites* iPrice akan digunakan. Setelah memperoleh data-data yang dibutuhkan, penulis memelajari kembali data tersebut. Pada tahap pengumpulan data, penulis juga sekaligus menentukan *angle* yang akan digunakan, yakni lima e-commerce yang paling diminati selama semester pertama 2020. Dari kelima data yang disediakan oleh iPrice, empat di antaranya penulis gunakan sebagai data yang akan dimasukkan dalam infografik, yakni jumlah pengunjung *websites* bulanan, ranking di *Playstore* dan *Applestore*, serta jumlah pengikut media sosial yang digunakan. Gambar di bawah ini merupakan pemetaan kualifikasi data yang digunakan dan tidak digunakan.

Gambar 3.3 Kualifikasi Data Mentah Peringkat E-Commerce  
Kuartal I 2020

**Data yang digunakan**

Filter by			Select Data Per Quarter						
Business Model			Q1 2020						
Merchant	Monthly Web Visits	AppStore Rank	PlayStore Rank	Twitter	Instagram	Facebook	Number of Employees		
1	Shopee	71,533,300	#1	#1	210,300	4,215,000	16,793,400	4000+	
2	Tokopedia	69,800,000	#2	#3	387,800	1,672,100	6,378,200	3000+	
3	BL Bukalapak	37,633,300	#4	#4	185,700	1,015,800	n/a	2000+	
4	Lazada	24,400,000	#3	#2	385,400	1,764,400	29,470,600	2000+	
5	Blibli	17,600,000	#5	#5	501,200	1,973,400	8,636,300	1000+	
6	JD ID	6,066,700	#7	#6	29,500	470,100	765,500	1000+	
7	Orami	5,642,500	#31	n/a	6,100	n/a	355,200	100+	
8	Bhinneka	4,450,000	#22	#21	70,000	41,200	1,056,600	600+	
9	Sociolla	3,050,000	#8	#10	1,700	800,200	9,300	n/a	
10	Zalora	2,416,700	#6	#7	n/a	515,700	7,773,300	500+	
11	Matahari	1,533,300	#9	n/a	7,300	n/a	1,606,900	600+	

**Data yang digunakan**

Sumber: Diolah Penulis

Gambar 3.4 Kualifikasi Data Mentah Peringkat E-Commerce  
Kuartal II 2020

**Data yang digunakan**

Filter by			Select Data Per Quarter						
Business Model			Q2 2020						
Merchant	Monthly Web Visits	AppStore Rank	PlayStore Rank	Twitter	Instagram	Facebook	Number of Employees		
1	Shopee	93,440,300	#1	#1	320,800	4,851,200	17,841,400	5,100	
2	Tokopedia	86,103,300	#2	#3	445,100	1,780,500	6,377,800	4,100	
3	BL Bukalapak	35,288,100	#4	#4	188,600	1,050,900	2,482,800	2,400	
4	Lazada	22,021,800	#3	#2	391,800	2,014,000	29,880,700	3,100	
5	Blibli	18,307,500	#6	#6	501,000	1,255,600	8,591,600	1,800	
6	JD ID	9,301,000	#8	#7	30,900	476,300	763,200	1,000	
7	Orami	4,176,300	#33	#25	6,000	n/a	354,400	168	
8	Bhinneka	3,804,800	#20	#21	69,400	41,400	1,053,200	603	
9	Zalora	2,334,400	#5	#8	n/a	557,200	7,827,800	535	
10	Matahari	2,197,200	#9	n/a	36,200	140,000	1,599,100	698	
11	Sociolla	1,086,900	#7	#5	2,700	857,600	9,700	322	

**Data yang digunakan**

Sumber: iPrice Group

Berdasarkan dua gambar di atas, terdapat dua bagian data yang tidak penulis gunakan, yaitu data jumlah karyawan (*highlight* kuning) dan e-commerce yang berada di peringkat lima ke bawah. Alasan penulis tidak menggunakan data jumlah karyawan karena tidak cukup relevan dengan topik maupun *angle* yang akan penulis gunakan,

sementara data e-commerce yang berada di urutan lima ke bawah tidak digunakan karena tidak termasuk pada *angle* yang ditentukan.

Setelah memisahkan antara data yang digunakan dan yang tidak digunakan, selanjutnya penulis mengolah kembali data yang digunakan pada lembar kerja pribadi penulis yang akan diserahkan kepada redpel Thomas selaku *editor* subkanal infografik. Pada lembar kerja yang digunakan, penulis membuat dalam bentuk table agar mudah dibaca dan dipahami oleh desain grafis yang akan menerjemahkan data menjadi infografik.

Gambar 3.5 Lembar Kerja Penulis yang Berisi Olahan Data

Merchant	Q1 2020				Q2 2020			
	Visitors web	Ranking in Appstore	Ranking in Google Play	Followers	Visitors web	Ranking in Appstore	Ranking in Google Play	Followers
Shopee	71.533.300	1	1	21.218.700	93.440.330	1	1	23.013.400
Tokopedia	69.800.000	2	3	8.438.100	86.103.300	2	3	8.603.400
Bukalapak	37.633.300	4	4	1.201.500	35.288.100	4	4	3.732.300
Lazada	24.400.000	3	2	31.620.400	22.021.800	3	2	32.286.500
Biblibi	17.600.000	5	5	10.210.900	18.307.500	6	6	10.348.800

Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar di atas merupakan hasil olahan data penulis setelah memisahkan antara data yang digunakan dengan yang tidak digunakan. Melalui lembar kerja di atas, pembaca dapat lebih jelas mengetahui perbedaan daya saing lima e-commerce dengan pengguna terbanyak.

Selain memisahkan data yang digunakan dan tidak digunakan, pada tahap ini penulis juga mulai menentukan informasi penting dan pelengkap apa saja yang akan digunakan sebagai artikel infografik tersebut yang terdiri dari *lead*, badan berita, dan anak berita.

Pada *lead* berita, penulis menggunakan data peringkat pertama e-commerce di Indonesia dalam enam bulan pertama 2020. Berdasarkan gambar 3.4 dan 3.5, data tersebut menunjukkan bahwa peringkat pertama e-commerce yang paling banyak diminati oleh masyarakat adalah Shopee dengan jumlah pengunjung *websites* 93 juta orang (gambar 3.5) pada Juni 2020. Dari data tersebut, penulis akan

membandingkannya dengan jumlah pengunjung *websites* e-commerce terbanyak kuartal tahun sebelumnya yang diduduki oleh Tokopedia. Berdasarkan data iPrice *insight*, Tokopedia menduduki peringkat pertama tiga kuartal berturut-turut dengan jumlah pengunjung *websites* bulanan e-commerce pada 2019.

Selanjutnya pada badan berita, penulis menggunakan data-data yang digunakan dalam infografik. Badan berita merupakan bagian paling penting berita yang menjadi tempat informasi utama (Ishwara, 2011, p. 129). Dalam bagian ini, penulis mengidentifikasi persentase kenaikan jumlah pengunjung *websites* bulanan tiap e-commerce. Penulis menggunakan angka persentase agar saat audiens membaca artikel tersebut langsung tertuju pada angka-angka persentase tersebut sehingga poin utama infografik tersebut dapat tersalurkan dengan baik. Selain itu, pada bagian badan berita penulis juga menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan Shopee dalam menggeser peringkat Tokopedia, salah satunya karena program periode *sale* 11.11 dan 12.12 yang berhasil membawa keuntungan besar untuk Shopee sejak kuartal IV-2020.

Sementara itu, di bagian anak berita, penulis menggunakan informasi tambahan yang tidak dapat dimuat dalam infografik. Pada bagian terakhir ini, penulis menggunakan data laporan keuangan 2019 *Sea Group* yang dapat diakses secara umum. Berdasarkan data tersebut, pendapatan Shopee pada 2019 mencapai USD 942 atau sekitar Rp13,2 triliun. Selain menggunakan data *Sea Group*, penulis juga menjelaskan cara iPrice mendapatkan data jumlah pengikut media sosial dan total pengunjung *websites* bulanan, yakni bekerja sama dengan data Similar Web dan aplikasi *Annie* untuk mengetahui ranking di masing-masing aplikasi *store* perangkat handphone.

Namun, saat infografik tersebut diterbitkan pada 30 Agustus 2020, data yang digunakan dalam infografik berbeda dengan yang penulis berikan kepada Thomas. Seperti yang telah penulis paparkan sebelumnya, data yang digunakan meliputi jumlah pengunjung *websites*

bulanan, ranking di aplikasi *store* perangkat handphone, serta jumlah pengikut media sosial. Sementara data yang digunakan oleh Thomas untuk infografik hanya dua data, yaitu jumlah pengunjung websites bulanan dan jumlah pengikut media sosial. Di bawah ini merupakan hasil olahan data yang dikemas dalam bentuk infografik

Gambar 3.6 Hasil Olahan Data dalam Bentuk Infografik



Sumber: Dokumentasi Penulis

Sebelum infografik diterbitkan, penulis tidak diberitahu mengapa ranking e-commerce di masing-masing aplikasi *store* perangkat handphone tidak digunakan. Padahal sebelumnya saat diskusi bersama Thomas tidak memberikan pertanyaan atau komentar apapun. Sulitnya menjalin komunikasi dengan Thomas membuat

penulis cukup kesulitan untuk mengetahui apa kesalahan atau kekurangan penulis dalam melakukan riset data infografik ini.

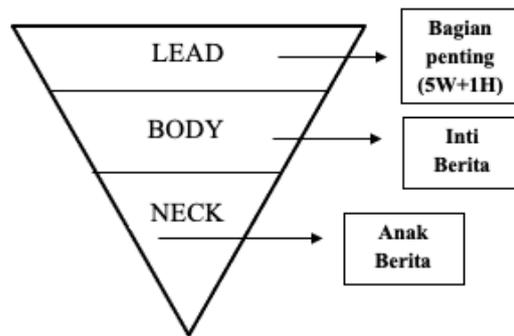
### 3.3.1.3 Tahap Penulisan

Setelah melakukan tiga tahap di atas, tahap terakhir yang dilakukan oleh penulis adalah menulis artikel singkat untuk memperjelas visualisasi data tersebut. Menurut Gunning (dalam Ishwara, 2011, p. 136), salah satu prinsip dalam menulis yang baik adalah menggunakan kalimat yang singkat dan mudah dimengerti.

Artikel infografik di *Business Insight* terdiri dari tiga sampai dengan lima paragraf, tergantung *angle* yang akan dibahas. Selain itu, artikel infografik juga digunakan untuk memperjelas atau memberi informasi tambahan yang tidak dapat disajikan dalam infografik.

Dalam melakukan praktik kerja magang di kanal *Business Insight*, penulis menggunakan pola penulisan segitiga terbalik. Pola ini cocok digunakan untuk pembaca yang tergesa-gesa ingin segera mengetahui inti berita secara langsung (Ishwara, 2011, p. 148). Selain itu, pola ini juga cocok untuk digunakan dalam menulis berita bisnis dan ekonomi agar pembaca dapat mengetahui langsung topik pembahasan berita tersebut. Selain itu, salah satu prinsip yang harus diterapkan wartawan dalam menulis adalah “*Kiss and Tell*” (Ishwara, 2011, p. 130). *Kiss* sendiri merupakan singkatan dari *Keep It Short and Simple*. Artinya, dalam menulis berita, hindari kata-kata dan kalimat yang rumit. Gambar 3.7 di bawah ini merupakan skema atau visualisasi pola penulisan segitiga terbalik.

Gambar 3.7 Pola Segitiga Terbalik



Sumber: Diolah Penulis

Berdasarkan gambar di atas, Ishawara (2011, p. 128) merangkum tiga kunci untuk mengorganisasikan poin-poin yang digunakan dalam artikel, antara lain.

#### 1. *Lead*

*Lead* merupakan kalimat atau paragraph awal untuk membawa pembaca agar dapat melanjutkan atau menyelesaikan bacaan tersebut. Kebanyakan peristiwa yang sering terjadi tidak berdiri sendiri. Kalimat yang digunakan dalam lead umumnya berisi pokok pikiran atau topik utama yang akan digunakan sehingga pembaca dapat langsung mengetahui sebagian besar isi berita tersebut.

Pada artikel infografik ini, penulis merangkum topik utama yang digunakan menjadi dua kalimat. Pesan utama yang akan disampaikan adalah perubahan perilaku belanja *online* sehingga terjadi persaingan antara platform e-commerce. Di bagian *lead*, penulis tidak menuliskan e-commerce apa saja yang bersaing karena akan membuat *lead* menjadi panjang. Selain itu, nama-nama e-commerce yang tercantum di visualisasi sudah dapat menggambarkan e-commerce apa saja yang digunakan sebagai perbandingan. Di bawah ini merupakan kalimat yang penulis gunakan untuk *lead*.

**Lead  
berita**

*Pandemi Covid 19 sedikit banyak mengubah perilaku konsumen di negeri ini. Semakin banyak orang yang terbiasa untuk berbelanja di platform dalam jaringan alias online. Tak heran, persaingan diantara platform e-commerce pun semakin ketat.*

## 2. Tubuh berita

Bagian tubuh berita, terdapat beberapa fakta atau kutipan untuk mendukung kalimat *lead*, termasuk menyebarkan sumber informasi yang digunakan. Pada bagian ini, penulis merangkumnya menjadi tiga paragraf. Setiap paragraf terdiri dari dua sampai dengan tiga kalimat singkat agar informasi yang dibaca dapat mudah dimengerti.

Selain itu, bagian tubuh berita ini merupakan tempat penulis untuk menjelaskan data-data yang digunakan dalam infografik, serta menganalisisnya. Di bawah ini merupakan tulisan penulis untuk bagian tubuh berita.

**Tubuh berita  
paragraf pertama**

*Jika jumlah pengunjung yang menjadi ukuran, terjadi pergeseran di dua posisi teratas. Selama dua kuartal pertama tahun ini, Shopee menyabet status sebagai e-commerce di Indonesia yang memiliki pengunjung terbanyak. E-commerce yang beroperasi di banyak negara di kawasan Asia Tenggara itu mengusur Tokopedia, yang tahun lalu memegang peringkat pertama sebagai e-commerce dengan pengunjung terbanyak.*

Pada bagian tubuh berita pertama, penulis menjelaskan faktor utama yang menjadi tolok ukur penyebab pergeseran peringkat e-commerce, yakni dari jumlah pengunjung *websites*. Jumlah pengunjung *websites* dapat menjadi faktor utama karena berpotensi untuk melihat seberapa besar minat masyarakat memilih e-commerce tersebut sebagai platform pilihan mereka untuk

belanja *online*. Selain itu, penulis juga menjelaskan terjadinya pergeseran pengunjung terbanyak peringkat pertama dan kedua dengan tahun sebelumnya yang diduduki oleh Tokopedia yang mencapai 65 juta pengunjung per bulan.

Selanjutnya, di bagian tubuh berita kedua, penulis mengidentifikasi perbedaan jumlah pengunjung *websites* e-commerce.

**Tubuh berita  
paragraf kedua**

*Mengutip iPrice, Selasa (25/08/2020), pada kuartal II-2020, total pengunjung website Shopee meningkat 30,6% dibandingkan kuartal I-2020. Di urutan berikutnya adalah Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.*

Penulis mengidentifikasi perbedaan total pengunjung *websites* *Shopee* pada kuartal II-2020 yang meningkat 30,6% jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Di samping itu, penulis juga menyebutkan e-commerce yang menduduki peringkat lima besar jumlah pengunjung terbanyak.

Selain itu, pada bagian tubuh berita kedua ini penulis menyebutkan sumber yang digunakan, yakni *iPrice*, serta mencantumkan hari dan tanggal pengutipan di kalimat pertama. Tujuan dicantumkan hari dan tanggal adalah pembaca mengetahui kapan informasi atau data tersebut dikutip, yaitu pada Selasa, 25 Agustus 2020.

Sementara bagian tubuh berita ketiga atau terakhir penulis menjelaskan faktor utama peningkatan jumlah pengunjung *websites* *Shopee*, yaitu karena program periode sale 11.11 dan 12.12 yang berhasil menarik daya tarik konsumen.

**Tubuh berita  
paragraf ketiga**

*Sejak kuartal II-2019, Shopee mulai menunjukkan kinerja positifnya sehingga berhasil menggeser posisi Tokopedia sebagai e-commerce paling populer di Indonesia. Program periode sale 11.11 dan 12.12 menjadi lonjakan awal keberhasilan Shopee sejak kuartal IV-2019 hingga kuartal II-2020.*

Pada bagian tubuh berita terakhir ini penulis juga menjelaskan bahwa keberhasilan Shopee dalam menggeser posisi Tokopedia sebagai peringkat pertama e-commerce telah terjadi sejak akhir 2019, tepatnya saat kuartal IV-2020. Kedudukan Shopee terus bertahan hingga kuartal II-2020 akibat program periode *sale* yang dilakukan setiap bulan di tanggal yang sama seperti 01.01, 02.02, dan seterusnya.

3. Anak Berita

Bagian terakhir dalam rangkaian suatu artikel adalah anak berita. Pada bagian ini berisi kutipan sumber lain dan fakta pendukung lainnya yang tidak dimuat dalam infografik.

**Bagian Anak  
Berita**

*Berdasarkan laporan keuangan SEA Group 2019, yang merupakan pemegang saham Shopee, pendapatan marketplace online itu mencapai US\$ 942 atau sekitar Rp13,2 triliun. Catatan saja, dalam mendeteksi jumlah pengikut dan total pengunjung masing-masing e-commerce, iPrice menggandeng data SimilarWeb dan App Annie.*

Tulisan di atas merupakan anak berita di artikel infografik tersebut. Pada bagian ini, penulis menggunakan informasi atau fakta tambahan yang berasal dari data laporan keuangan *Sea Group*. Data itu menunjukkan bahwa pendapatan Shopee pada 2019 mencapai Rp13,2 triliun. Selain itu, penulis juga menuliskan informasi bagaimana cara iPrice mendapatkan data-data e-commerce, yakni

melalui kerja sama dengan data Similar Web dan App Annie.

Selain terdiri dari *lead*, inti berita, dan anak berita, suatu tulisan akan disebut berita atau artikel apabila dilengkapi dengan judul atau *headline*. Menurut Curtis (2011, p. 2), *headline* merupakan kata-kata penting yang akan menggambarkan isi berita yang tidak lebih dari 10 kata.

Awalnya, penulis menggunakan judul *E-Commerce Laris Manis di Tengah Pandemi*. Namun, kurangnya komunikasi antara penulis dengan Thomas masih terjadi. Judul yang penulis berikan tidak digunakan oleh Thomas dalam infografik tanpa adanya pemberitahuan terlebih dahulu sehingga penulis tidak mengetahui mengapa judul yang penulis berikan tidak digunakan. Selain itu, perubahan pada judul dan data dalam infografik baru diketahui penulis setelah infografik tersebut terbit.

Pada artikel infografik, judul yang digunakan adalah *Shopee Menjadi E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi Tahun ini*. Setelah melihat judul yang telah diubah, penulis berasumsi bahwa judul yang diberikan oleh penulis belum cukup kuat untuk menggambarkan pesan utama yang akan disampaikan, yakni pergeseran peringkat e-commerce di Indonesia. Namun, itu hanya asumsi penulis, bukan penjelasan langsung dari Thomas sebagai *editor* infografik.

Di bawah ini merupakan artikel lengkap infografik yang terdiri dari judul, *lead*, tubuh berita, dan anak berita yang diunggah di subkanal infografik *Business Insight*.

## **Shopee Menjadi E-Commerce yang Paling Banyak Dikunjungi**

**KONTAN.CO.ID - JAKARTA.** Pandemi Covid 19 sedikit banyak mengubah perilaku konsumen di negeri ini. Semakin banyak orang yang terbiasa untuk berbelanja di platform dalam

jaringan alias online. Tak heran, persaingan diantara platform e-commerce pun semakin ketat.

Jika jumlah pengunjung yang menjadi ukuran, terjadi pergeseran di dua posisi teratas. Selama dua kuartal pertama tahun ini, Shopee menyabet status sebagai e-commerce di Indonesia yang memiliki pengunjung terbanyak. E-commerce yang beroperasi di banyak negara di kawasan Asia Tenggara itu menggusur Tokopedia, yang tahun lalu memegang peringkat pertama sebagai e-commerce dengan pengunjung terbanyak.

Mengutip iPrice, Selasa (25/08/2020), pada kuartal II-2020, total pengunjung website Shopee meningkat 30,6% dibandingkan kuartal I-2020. Di urutan berikutnya adalah Tokopedia, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

Sejak kuartal II-2019, Shopee mulai menunjukkan kinerja positifnya sehingga berhasil menggeser posisi Tokopedia sebagai e-commerce paling populer di Indonesia. Program periode sale 11.11 dan 12.12 menjadi lonjakan awal keberhasilan Shopee sejak kuartal IV-2019 hingga kuartal II-2020.

Berdasarkan laporan keuangan SEA Group 2019, yang merupakan pemegang saham Shopee, pendapatan marketplace online itu mencapai US\$942 atau sekitar Rp13,2 triliun.

Catatan saja, dalam mendeteksi jumlah pengikut dan total pengunjung masing-masing e-commerce, iPrice menggandeng data SimilarWeb dan App Annie.

### **3.3.2 Artikel Regular**

#### **3.3.1.1 Tahap Penugasan**

Pada penulisan artikel regular, tugas yang dilakukan oleh penulis hanya berdasarkan agenda atau undangan *webinar* yang diterima oleh editor subkanal terkait, dalam hal ini adalah *editor* Lilin. Salah satu tugas yang diberikan kepada penulis adalah menghadiri webinar *Markplus Industry Roundtable: E-Commerce & Application Perspective* yang diselenggarakan oleh Markplus Inc.

Lilin memberikan undangan tersebut melalui pesan *Whatsapp* di hari yang sama dengan hari penyelenggaraan *webinar*, yakni 11 September 2020. Gambar di bawah merupakan dokumentasi undangan *webinar* yang dikirimkan oleh *Markplus Inc* melalui Lilin.

Gambar 3.8 Undangan Liputan Via *Whatsapp*

Kepada rekan-rekan Yth.

Kami mengundang rekan-rekan media untuk hadir dalam webinar MarkPlus Industry Roundtable: E-Commerce & Application Perspective yang akan diselenggarakan pada:

Jumat, 11 September 2020  
pukul 13.30 WIB  
via Zoom  
<https://zoom.us/j/92548068040>  
Password: mpirt4

Menghadirkan:

Hermawan Kartajaya - Founder & Chairman MarkPlus, Inc.

Dr. Ing. Ilham Akbar Habibie, MBA - Ketua Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional

Bima Laga - Ketua Umum Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA)

M. Ario Adimas - Vice President Locket.com

David Liem - VP Marketing HappyFresh Group

Besar harapan kami rekan-rekan sekalian dapat meluangkan agendanya untuk bergabung dalam acara tersebut. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Regards,

Corporate Communications  
MarkPlus, Inc.

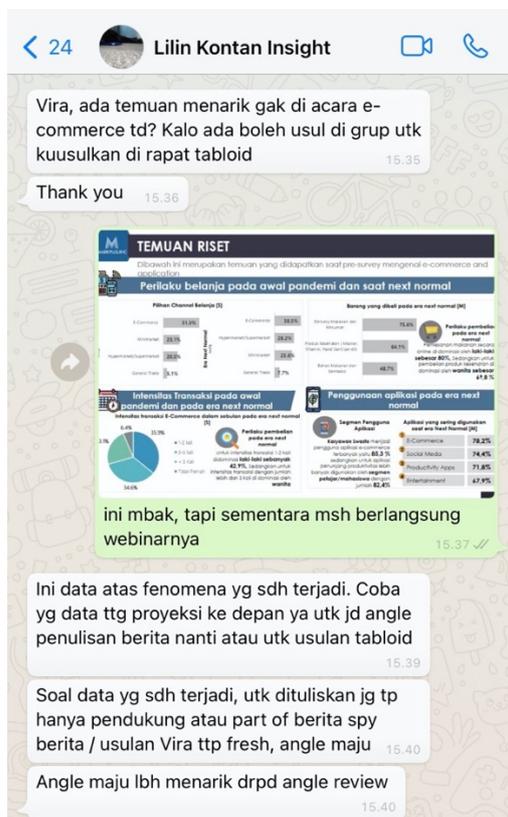
Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan undangan yang dikirimkan oleh Lilin, *webinar* akan dihadiri oleh lima narasumber yang menjajaki ruang lingkup digital, yaitu Hermawan Kertajaya sebagai *founder* Markplus Inc, Ilham Habibie sebagai ketua dewan teknologi informasi dan komunikasi nasional, Bima Laga sebagai ketua iDEA, Ario Adimas sebagai *Vice President Locket.com*, serta David Liem sebagai *Vice President Marketing HappyFresh Group*.

Namun, saat menerima undangan *webinar*, penulis merasa asing dengan nama perusahaan pihak penyelenggara, yaitu *Markplus Inc*. Sebelum *webinar* dimulai, penulis melakukan riset terdahulu tentang *Markplus Inc*. Berdasarkan riset tersebut penulis menemukan bahwa *Markplus Inc* merupakan salah satu perusahaan konsultasi, riset pemasaran, dan edukasi yang bergerak di wilayah Asia Tenggara.

Di samping itu, penulis belum dapat menentukan *angle* yang akan digunakan dalam penulisan karena belum mengetahui seberapa jauh topik pembahasan yang akan diperbincangkan. Penulis dapat menentukan *angle* yang digunakan setelah *webinar* tersebut selesai. Setelah *webinar* selesai, penulis meminta waktu lebih kepada *editor* terkait untuk merangkum dan memilih *angle* yang digunakan. Di samping itu, *editor* terkait juga memberikan arahan dalam menentukan *angle*.

Gambar 3.9 Arahan *Editor* dalam Menentukan *Angle*



Sumber: Dokumentasi Penulis

Saat *webinar* berlangsung, penulis menemukan *angle* yang dapat digunakan, yaitu tentang perubahan perilaku belanja masyarakat saat *new normal* dan *next normal*. Namun, menurut Lilin sebagai *editor* yang memberikan tugas, *angle* tersebut sudah pernah terjadi sebelumnya (gambar 3.9), data-data tersebut dapat dimuat dalam tulisan sebagai data pendukung atau pelengkap. Di samping itu, Lilin juga memberikan saran untuk menggunakan *angle* maju agar tulisan lebih menarik untuk dibaca. Setelah *me-review* kembali data-data yang diperoleh, penulis menggunakan *angle* tren belanja digital cenderung meningkat saat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) putaran kedua. Selain diunggah pada subkanal Bisnis, artikel ini juga diunggah pada tabloid digital Harian Kontan.

### **3.3.1.2 Tahap Pengumpulan**

Setelah menerima tugas dan arahan dari *editor*, selanjutnya penulis mengumpulkan data-data yang diperlukan. Dalam hal ini, penulis menggunakan data-data yang diperoleh melalui webinar *MarkPlus Industry Roundtable: E-Commerce & Application Perspective* berdasarkan hasil paparan yang diberikan oleh narasumber. Dalam hal ini, penulis membahas tentang tren belanja digital yang cenderung meningkat saat diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) putaran kedua.

Saat mengikuti webinar, penulis juga merekam rangkaian webinar melalui *voice notes* di gawai pribadi penulis yang kemudian di transkrip untuk mencocokkan data-data tersebut.

Dalam artikel ini, penulis lebih dominan menggunakan data-data yang dipaparkan oleh iDEA sebagai asosiasi e-commerce seluruh Indonesia. Data-data yang diberikan oleh iDEA sangat dominan karena merupakan data utama yang diperlukan dalam artikel ini.

Gambar 3.10 Hasil Transkrip Data iDEA

**Bima Laga**  
Ketua Umum Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA)

- E-comm naik signifikan selama masa pandemi
- Hingga hari ini masih menunjukkan trend yang positif terhadap belanja e-commerce
- Minggu depan akan (rencana) PSBB lagi, kategori trend yang meningkat akan berbeda
  - Kategori penjualan yang meningkat saat PSBB
    1. Alat kesehatan (masker, termometer, etc)
    2. Vitamin
  - Kategori penjualan yang meningkat saat new normal
    1. ATK untuk di rumah
    2. Peralatan atau barang renovasi rumah
    3. Tanaman dan hobi
    4. Sepeda
  - Asumsi kategori yang meningkat saat PSBB pekan depan
    1. Grocery
    2. Makanan (home industri)
    3. Pakaian rumah (daster, piyama, dan sejenisnya)
- Penjualan retail dan online jadi satu kesatuan → yang sebelumnya belum memiliki media untuk pembelian online, jadi (terpaksa) menyediakan, salah satu contohnya brand-brand yg ada di mall.
- Mei 2020: idEA bekerja sama dengan presiden dan menteri perdagangan dalam program 'Gerakan Bangga Dengan Buatan Indonesia' → sebagai momentum peningkatan produk-produk lokal Indonesia dalam berbagai kanal → Sejak 14 Mei - 31 Agustus 2020 terjadi penambahan 1,9 jt UMKM baru

Sumber: Dokumentasi Penulis

Berdasarkan hasil paparan yang disampaikan oleh Bima Laga selaku ketua umum iDEA seperti gambar di atas, materi yang disampaikan oleh iDEA berfokus pada kategori penjualan yang berpotensi meraup keuntungan saat diberlakukannya PSBB putaran kedua. iDEA tidak membahas secara detail e-commerce apa saja yang paling berpengaruh dan meraup keuntungan terbesar.

Selain itu, dalam webinar tersebut iDEA mengatakan bahwa terjadi kenaikan jumlah *account seller* di berbagai platform e-commerce yang mencapai 1,9 juta UMKM. Hal itu terjadi akibat dorongan dari situasi yang membawa masyarakat memilih platform digital sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing di tengah pandemi, termasuk *brand-brand* ternama yang memiliki toko di mall, salah satunya iBOX produsen penjual *smartphone* asal Amerika yang kini memiliki *account* Shopee dengan nama Digimap.

Di samping itu, penulis juga menggunakan data-data dari narasumber lainnya, yaitu dari *Loket.com*, *Markplus Inc*, dan *Happy Fresh* sebagai pelengkap informasi. Selain itu, tujuan penulis menggunakan data-data tersebut agar dapat membandingkan kemajuan trend digital di Indonesia, terutama saat COVID-19.

Gambar 3.11 Hasil Transkrip Data *Markplus* dan *Loket.com*

**Hermawan Kartajaya**  
*Founder & Chairman Markplus, Inc*

Timeline recovery ekonomi setelah pandemi  
 2020:  
 - memikirkan peluang-peluang untuk menyelamatkan ekonomi  
 - 2021-2022: recovery  
 - 2022-2025: yang harus dilakukan untuk reform  
 - 2025-2030: reformasi

**Ario Adimas**  
*Vice President Loket.com*

- Loket.com → industri paling hancur saat pandemi → menjual experience, event, dan product-product tourism yang berpotensi mengumpulkan masa.
- Loket.com melihat Indonesia merupakan negara yang tidak menyukai online event sejak bertahun-tahun lalu.
- Upaya Loket.com membangkitkan kembali industrinya
  1. Melakukan open access ke semua streaming platform (zoom, google meet, dll)  
 Dapat memenuhi kapasitas lebih besar dari target dibandingkan event offline. Audiences, revenue cost, time & quantity lebih besar jangkauannya.
  2. Buat platform live streaming sendiri (Loket Live)  
 Buat link untuk masing-masing device. Hingga hari ini udah menangani lebih dari 100 konser online (melebihi target event offline)
- Proyeksi industri event setelah pandemi
  1. Buat small/medium event creator
  2. Full production online event → berdasarkan data Loket ternyata orang Indonesia banyak juga yang (mau gak mau) menikmati event-event online, seperti konser musik
  3. Brand full experience in online event → publikasi brand tidak hanya melalui pemasangan logo brand di media sosial, bisa melalui pemberian kode kupon gratis melalui e-ticket
  4. Hybrid event/omni event → merge dengan event offline → event dilaksanakan secara live dan bisa dinikmati juga melalui online dengan harga tiket yang lebih murah
- Monetisasi untuk Loket dan Musisi yang terlibat → untuk Loket tidak terlalu merugikan. Jika dibandingkan dengan hasil event offline tidak ada perbedaan meskipun komisi untuk Loket kecil.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Webinar tersebut dibuka oleh paparan dari *founder* sekaligus *Chairman Markplus Inc*, Hermawan Kartajaya. Ia tidak memberikan banyak materi, hanya berfokus pada cara pandang *Markplus* dalam melihat pergeseran ekonomi dan prediksi kebangkitan ekonomi di tahun-tahun yang akan datang.

Selain *Markplus Inc*, *Vice President Locket.com* Ario Adimas juga menjelaskan bahwa ini *Locket.com* merupakan salah satu platform digital yang paling merasakan dampak pandemi Covid-19. Secara garis besar, materi yang disampaikan oleh Dimas adalah bagaimana cara *Locket.com* kembali membangkitkan platformnya seperti menyediakan layanan konser *online* atau virtual, membangun layanan live streaming sendiri, dan lain sebagainya. Informasi yang dipaparkan oleh *Locket.com* menarik untuk dijadikan informasi tambahan dalam artikel. Informasi tersebut dapat menjadi pembandingan antara platform digital yang mendapatkan keuntungan yang dalam hal ini adalah e-commerce, dan platform digital yang mengalami kerugian saat pandemi Covid-19.

Gambar 3.12 Hasil Transkrip Data *HappyFresh* dan *Wantiknas*

**David Liem**  
*VP Marketing Happy Fresh*

Yang terjadi saat pandemi

1. Permintaan melonjak
  - 51% responden mencoba grocery online untuk pertama kalinya
  - 22% responden mencoba 3-6 bulan sebelum covid-19
2. Metode pembayaran
  - 22% transaksi pada april 2020 menggunakan e-wallet
3. Fresh category
  - 45% responden meminta barang yang terbaru

**Dr. Ing. Ilham Akbar Habibie, MBA**  
*Ketua Dewan Teknologi Informasi & Komunikasi Nasional*

- 30-40% e-comm di indonesia dalam bentuk sosial commerce
- tidak mau dipotong komisi dan harga dinaikkan sehingga kehilangan customer
- Mereka tidak punya aspek logistik, jadi mereka lebih pilih-pilih apa yang ada di seki No Spacing satunya yang keberadaannya paling banyak ada di pos indonesia → pos indonesia menjadi tulang punggung s-commerce.

Sumber: Dokumentasi Penulis

Selanjutnya, berdasarkan hasil paparan gambar 3.12, *HappyFresh* yang diwakili David Liem sebagai *Vice President Marketing* memaparkan bahwa terjadi kenaikan permintaan belanja *online* untuk pertama kalinya sebesar 51% dibandingkan sebelum pandemi. Kenaikan tersebut merupakan peluang yang baik untuk *HappyFresh* dalam menarik keuntungan. Selain itu, sebanyak 45% konsumen mengajukan pembelian produk *fresh category* seperti ikan, ayam, dan sebagainya. *HappyFresh* juga menjelaskan bahwa data di atas diperoleh melalui hasil survei yang dilakukan oleh tim marketing *HappyFresh* grup. Temuan yang diperoleh oleh *HappyFresh* akan penulis gunakan sebagai informasi tambahan dalam artikel di bagian tubuh berita.

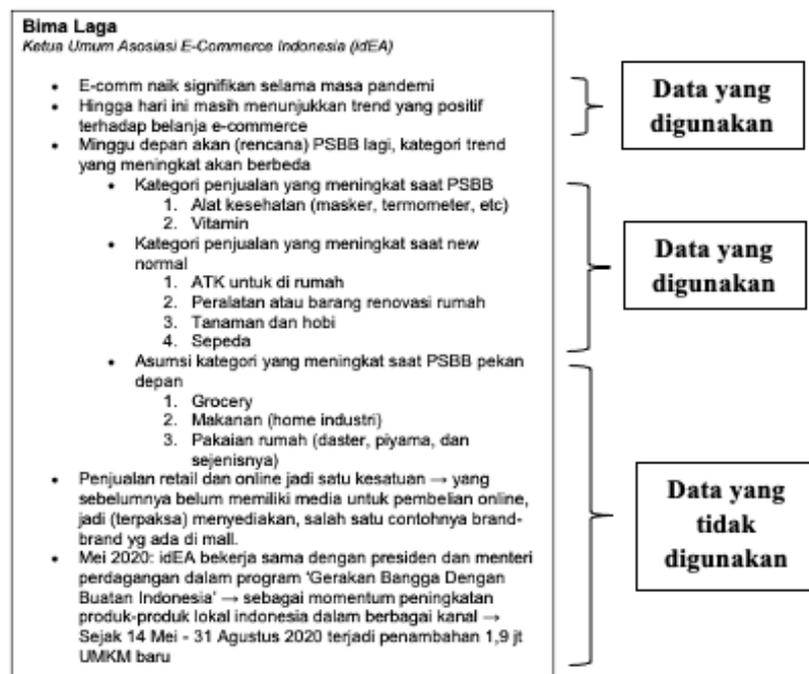
Setelah tiap-tiap perwakilan platform digital memaparkan materinya, webinar ditutup oleh materi singkat yang dibawakan oleh Ketua Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (Wantiknas), Ilham Akbar Habibie. Secara garis besar, Ilham menjelaskan bahwa sebagian besar e-commerce yang ada di Indonesia disebut sebagai *social commerce* (s-commerce). S-commerce merupakan sebutan untuk para penjual atau UMKM yang menjual produk-produknya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Whatsapp, dan sejenisnya. Wantiknas menilai s-commerce terjadi karena para produsen menghindari pemotongan komisi atau kenaikan harga bagi hasil dengan *marketplace* yang dapat menyebabkan produsen kehilangan pelanggannya. Informasi tentang s-commerce ini menarik untuk dijadikan *headline* artikel, pasalnya tidak banyak orang mengetahui istilah s-commerce. Dengan menggunakan kata s-commerce dalam *headline* artikel akan menarik audiens untuk mengetahui istilah dari s-commerce.

### **3.3.1.3 Tahap Evaluasi (data evaluation)**

Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan kemudian dievaluasi kembali. Tahap evaluasi ini tidak jauh berbeda dengan tahap evaluasi pada penugasan infografik, yaitu untuk memisahkan antara data yang digunakan dengan data yang tidak digunakan dalam artikel.

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis, tidak semua paparan yang disampaikan oleh narasumber digunakan dalam penulisan artikel ini. Berikut merupakan hasil evaluasi data yang dilakukan oleh penulis.

Gambar 3.13 Hasil Olahan Data idEA



Berdasarkan informasi atau data yang dipaparkan oleh iDEA, tidak semua data tersebut dapat digunakan dalam artikel. Data tentang ‘asumsi kategori yang meningkat saat PSBB pekan depan’ tidak dapat digunakan karena data tersebut belum bersifat pasti, masih sebatas asumsi dari asosiasi. Menurut Ishwara (2011, p. 133), isi artikel harus dipahami sebagai kelengkapan yang bersifat substansial agar dapat dimengerti, serta menghindari kesalahpahaman dengan asumsi-asumsi yang diberikan.

Selain itu, dua poin terakhir pada gambar 3.13 tidak digunakan oleh penulis karena tidak relevan dengan angle yang digunakan. Kedua poin tersebut menjelaskan bagaimana iDEA dan e-commerce bekerja sama untuk memertahankan keuntungan masing-masing sehingga tidak memiliki korelasi dengan tren belanja digital.

Gambar 3.14 Hasil Olahan Data *HappyFresh*



Berdasarkan gambar di atas, tidak semua data atau informasi yang dipaparkan oleh *Happy Fresh* digunakan oleh penulis. Penulis hanya menggunakan data pada nomor pertama untuk digunakan dalam artikel. Data tersebut berhubungan dengan yang akan digunakan oleh penulis karena dapat dijadikan sarana pembandingan peningkatan transaksi belanja kebutuhan rumah tangga melalui aplikasi *online*. Sementara data pada nomor dua dan tiga tidak digunakan oleh penulis karena metode pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* telah berlangsung sebelum terjadi sehingga jika data tersebut dimasukkan akan membuat alur tulisan menjadi mundur.

Sementara itu, seluruh data dari *Loket.com*, *Markplus Inc*, dan Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional digunakan oleh penulis. Semua data tersebut digunakan karena cukup membantu untuk memperlengkapi informasi tambahan artikel tersebut, baik dalam bentuk paparan maupun kutipan langsung dari narasumber.

#### 3.3.1.4 Tahap Penulisan

Menurut Rich (dalam Ishawara, 2011, p. 121), empat langkah sistem penulisan, yaitu.

1. Menyusun gagasan

Langkah pertama, penulis terlebih dahulu mengembangkan gagasan atau ide yang akan ditulis. Ide atau gagasan tersebut ditulis di pertama atau disebut dengan *lead*. Gagasan tersebut ditulis di *lead* berita agar pembaca dapat mengetahui langsung informasi penting yang akan disampaikan.

Seperti yang telah penulis paparkan sebelumnya, angle penulisan yang akan digunakan adalah tren belanja digital yang menguat saat diberlakukannya PSBB. Pada *lead* artikel, penulis menjelaskan dampak PSBB putaran kedua bagi pelaku industri e-commerce. Kalimat *lead* pada artikel regular ini berbeda dengan artikel infografik sebelumnya. Kalimat *lead* yang digunakan cenderung panjang, tetapi tidak bertele-tele. Di bawah ini merupakan kalimat *lead* yang penulis gunakan di dalam infografik.

*Sejumlah pelaku industri kembali cemas lantaran Pemerintah Provinsi DKI Jakarta akan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) periode II mulai besok, 14 September 2020. Sebaliknya pelaku industri e-commerce justru menilai kebijakan itu akan kembali mendatangkan banyak berkah, sama seperti ketika PSBB periode I berlaku. Tak terkecuali para pelaku usaha social commerce (s-commerce).*

Pada kalimat pertama, penulis langsung menjelaskan adanya kekhawatiran bagi pelaku industri bidang apapun terhadap kebijakan PSBB putaran kedua di DKI Jakarta. Kalimat pertama itu ditujukan bagi para pelaku industri yang tidak memiliki platform digital atau e-commerce, misalnya pabrik industri. Untuk menyeimbangkan kalimat pertama, penulis membandingkannya dengan pelaku industri e-

commerce dan s-commerce yang menyatakan sikap keterbalikan dari pelaku industri di luar e-commerce. Data atau informasi yang ditulis pada *lead* berita menggunakan hasil paparan atau materi yang disampaikan oleh iDEA dan Wantiknas.

## 2. Mengumpulkan

Setelah menentukan gagasan yang akan digunakan, selanjutnya penulis mengumpulkan data yang telah dipisahkan atau dievaluasi. Selain itu, dalam tahap ini, penulis akan juga mengumpulkan kutipan dari iDEA dan Wantiknas untuk mendukung kalimat badan berita. Kutipan tersebut diperoleh melalui hasil *voice notes* yang telah direkam selama webinar berlangsung. Penulis menemukan satu pernyataan menarik dari ketua iDEA, Bima Laga, yaitu tentang transformasi media. Di samping itu, merujuk pada hasil transkrip data paparan materi dari ketua Wantiknas menyebutkan bahwa pos Indonesia merupakan logistik tulang punggung s-commerce (gambar 3.12 bagian kedua). Oleh sebab itu, penulis akan menggunakan kutipan tersebut sebagai penyeimbang pernyataan ketua iDEA. Di samping itu, tahap ini merupakan bagian utama penulis untuk memberikan informasi atau inti berita, yang dalam artikel infografik disebut anak berita. Bagian anak berita berisi informasi dari sumber-sumber utama yang digunakan, yaitu iDEA dan Wantiknas karena dua paparan dari sumber tersebut saling berhubungan. Di bawah ini merupakan inti berita yang digunakan dalam artikel regular.

<p><b>Anak berita pertama: menggunakan data iDEA tentang peningkatan penjualan per kategori</b></p>	<p><i>Asosiasi e-commerce Indonesia (iDEA) memperkirakan, kategori produk yang bakal mencatatkan pertumbuhan penjualan selama penerapan PSBB periode II meliputi bahan kebutuhan pangan rumah tangga (grocery) dan makanan jadi produksi rumahan. Permintaan pakaian rumahan kemungkinan juga meningkat.</i></p>
<p><b>Anak berita kedua menggunakan data Wantiknas tentang s-commerce</b></p>	<p><i>Selain itu, PSBB periode II berpotensi menambah maraknya transformasi digital pelaku usaha dalam bentuk s-commerce. Adapun s-commerce merupakan bagian dari e-commerce yang melibatkan masa di media sosial dalam proses jual-beli. Para pelaku usaha yang awalnya belum memiliki media untuk penjualan online, kini mulai menyediakannya. "Menurut saya itu menjadi cara berpikir bagi para pengguna sehingga ada media transformasi digital saat ini," kata Ketua iDEA Bima Laga, dalam acara MarkPlus Industry Roundtable: E-Commerce &amp; Application Perspective, Jumat (11/9).</i></p>
<p><b>Kutipan langsung dari iDEA yang mendukung gagasan Wantiknas</b></p>	<p><i>Asal tahu saja, sampai detik ini belanja e-commerce masih menunjukkan kinerja positif. Menurut iDEA, sektor kesehatan mencatatkan kenaikan penjualan yang signifikan pada awal pemberlakuan PSBB periode I lalu. Sebut saja produk seperti masker, termometer dan vitamin.</i></p>
<p><b>Anak berita ketiga: menggunakan data iDEA tentang peningkatan penjualan kategori di e-commerce selama PSBB</b></p>	<p><i>Memasuki fase PSBB transisi pada Juni 2020, peningkatan penjualan bergeser ke produk alat tulis kantor (ATK) untuk penggunaan di rumah dan peralatan untuk renovasi barang. Produk yang berkaitan dengan hobi berupa sepeda dan tanaman juga menorehkan peningkatan penjualan.</i></p>
<p><b>Anak berita keempat: menggunakan data iDEA tentang peningkatan penjualan kategori di e-commerce</b></p>	<p><i>Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (Wantiknas) mencatat, 30%-40% e-commerce di Indonesia dijalankan dalam bentuk s-commerce. Pelaku s-commerce enggan berjualan di media seperti marketplace demi menghindari pemotongan pendapatan. Alasan lain, kemungkinan mereka tak mau harga jual barangnya dinaikkan cukup tinggi oleh penyedia platform jual-beli.</i></p>
<p><b>Anak berita kelima: menggunakan data Wantiknas tentang peningkatan jumlah pelaku s-commerce selama PSBB</b></p>	<p><i>Keterbatasan kemampuan distribusi dan logistik juga turut mendorong tumbuhnya pelaku s-commerce. Dibandingkan dengan e-commerce, pelaku s-commerce lebih banyak memilih jasa logistik di sekitar mereka seperti Pos Indonesia karena jaringannya tersebar di seluruh wilayah Indonesia. "Kini, Pos Indonesia dikaitkan dengan tulang punggung s-commerce," tutur Ilham Akbar Habibie, Ketua Wantiknas.</i></p>
<p><b>Kutipan langsung dari ketua Wantiknas yang mengatakan bahwa Pos Indonesia sebagai tulang punggung logistik s-commerce</b></p>	<p><i>Keterbatasan kemampuan distribusi dan logistik juga turut mendorong tumbuhnya pelaku s-commerce. Dibandingkan dengan e-commerce, pelaku s-commerce lebih banyak memilih jasa logistik di sekitar mereka seperti Pos Indonesia karena jaringannya tersebar di seluruh wilayah Indonesia. "Kini, Pos Indonesia dikaitkan dengan tulang punggung s-commerce," tutur Ilham Akbar Habibie, Ketua Wantiknas.</i></p>

### 3. Membangun

Selanjutnya, untuk membuat artikel tersebut tidak hanya satu arah, penulis menggunakan informasi dari sumber lainnya untuk mendukung informasi dan kutipan-kutipan yang digunakan dalam anak berita. Bagian ini disebut sebagai anak berita yang berisi informasi-informasi atau fakta tambahan lainnya yang dapat bantu membangun jalan cerita suatu tulisan. Sementara itu, ada bagian ini penulis menggunakan informasi yang dipaparkan oleh *HappyFresh*, *Loket.com*, dan ditutup oleh papan singkat dari *Markplus*.

Berdasarkan data yang diberikan oleh *HappyFresh*, penulis hanya menggunakan dua data, yaitu peningkatan pengguna *grocery online* dan perbedaan persentase masyarakat yang melakukan *grocery online* sebelum dan saat pandemi Covid-19. Kedua data tersebut akan digunakan sebagai pengantar memasuki anak berita atau bagian terakhir.

Selanjutnya, informasi yang dipaparkan oleh *Loket.com* lebih dominan digunakan penulis karena dapat menjadi pembanding dengan informasi utama di tubuh berita. Di bagian tubuh berita, penulis menggunakan data dari iDEA yang menemukan bahwa pemberlakuan PSBB memberikan dampak positif bagi pelaku usaha industri e-commerce, tetapi tidak berlaku bagi pelaku usaha industri hiburan seperti *Loket.com*. Dalam paparannya, Dimas mengatakan bahwa berlakunya PSBB akan kembali membatasi ruang gerak dunia bisnis.

Sementara itu, data yang diperoleh melalui pemaparan *Markplus* akan digunakan pada anak berita paragraf terakhir sebagai penutup atau kesimpulan dari berbagai keuntungan dan kerugian yang dialami oleh pelaku usaha yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Di bawah ini merupakan anak berita yang digunakan dalam artikel.

<p>Anak berita pertama: menggunakan data HappyFresh</p>	<p><i>Dalam kesempatan yang sama, VP Marketing Happy Fresh David Liem mengakui jika pandemi Covid-19 mengakibatkan permintaan produk kategori grocery naik. Menurut hasil survei Happy Fresh, sebanyak dari total 51% responden mencoba berbelanja grocery secara online untuk pertama kalinya. Sementara 22% responden lain telah melakukan belanja grocery secara online sejak tiga bulan hingga enam bulan sebelum masa Covid-19.</i></p>
<p>Subjudul sebagai pengantar informasi Locket.com</p>	<p>← <b>Menggelar konser online</b></p>
<p>Anak berita kedua: menjelaskan kerugian yang dialami Locket.com</p>	<p><i>Nasib lain menimpa Locket.com, platform jual-beli tiket acara dan layanan lain. Masa Covid-19 dan PSBB periode I sebelumnya membatasi ruang gerak bisnis acara. Maklum saja, menghindari kerumunan massa adalah salah satu cara untuk mencegah penyebaran Virus Corona.</i></p>
<p>Anak berita ketiga: menjelaskan kiat-kiat apa yang akan dilakukan oleh Locket.com</p>	<p><i>Tak kehilangan akal, Locket.com mencoba menangkap kebutuhan masyarakat akan tontonan secara online. Meskipun, upaya tersebut tidak mudah lantaran sebelumnya Masyarakat Indonesia tidak suka mengonsumsi acara online.</i></p>
<p>Anak berita keempat: berisi kutipan dari Vice President Locket.com</p>	<p><i>Namun pada akhirnya, pandemi Covid-19 mengubah pola konsumsi masyarakat. Mereka terpaksa memenuhi kebutuhan akan tontonan di dunia maya. "Keterpaksaan itu ditangkap oleh kami sebagai sebuah peluang dan kami perlu menciptakan pengalaman yang berkesan agar dari yang terpaksa itu menjadi menikmati momen," ungkap Ario Adimas, Vice President Locket.com.</i></p>
<p>Anak berita kelima dan keenam: berisi capaian yang diperoleh Locket.com selama pandemi</p>	<p><i>Informasi saja, kini Locket.com sudah berekspansi ke ranah digital melalui platform live streaming bernama Locket Live. Locket Live tercatat telah menangani lebih dari 100 konser online. Capaiannya tersebut melebihi target acara offline yang biasa diselenggarakan. Adapun dari sisi pendapatan acara online, Locket.com mengaku tidak mengecewakan. Meskipun, harga jual tiketnya cenderung lebih murah dibandingkan dengan tiket acara offline.</i></p>
<p>Anak berita ketujuh/penutup: menggunakan paparan dari Markplus tentang kebangkitan ekonomi nasional</p>	<p><i>Hermawan Kartajaya, Founder dan Chairman Markplus Inc. berpendapat, tahun 2020 merupakan momentum bagi para pelaku usaha untuk memikirkan aneka peluang yang dapat membangkitkan kembali ekonomi yang merosot akibat pandemi Covid-19. Dengan begitu,</i></p>

*pemulihan di seluruh sektor ekonomi dapat segera terjadi pada tahun-tahun mendatang.*

#### 4. Memperbaiki

Setelah selesai membangun dan menulis berita tersebut, penulis kembali membaca berita tersebut dari awal hingga akhir. Pada tahap ini, penulis juga melakukan perbaikan apabila kata-kata atau kalimat yang digunakan oleh penulis kurang sesuai. Selain itu, penulis juga memperbaiki penggunaan kata baku yang sesuai dan perbaikan penulisan bahasa asing yang ditulis cetak miring. Di bawah ini merupakan artikel lengkap penulis setelah disunting oleh *editor* dan diterbitkan di kanal *Business Insight*.

### **PSBB Lagi, Pelaku Usaha S-commerce Bakal Semakin Menjamur**

KONTAN.CO.ID – JAKARTA. Sejumlah pelaku industri kembali cemas lantaran Pemerintah Provinsi DKI Jakarta akan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) periode II mulai besok, 14 September 2020. Sebaliknya pelaku industri e-commerce justru menilai kebijakan itu akan kembali mendatangkan banyak berkah, sama seperti ketika PSBB periode I berlaku. Tak terkecuali para pelaku usaha *social commerce* (s-commerce).

Asosiasi e-Commerce Indonesia (iDEA) memperkirakan, kategori produk yang bakal mencatatkan pertumbuhan penjualan selama penerapan PSBB periode II meliputi bahan kebutuhan pangan rumah tangga (*grocery*) dan makanan jadi produksi rumahan. Permintaan pakaian rumahan kemungkinan juga meningkat.

Selain itu, PSBB periode II berpotensi menambah maraknya transformasi digital pelaku usaha dalam bentuk s-commerce. Adapun s-commerce merupakan bagian dari e-commerce yang melibatkan masa di media sosial dalam proses jual-beli.

Para pelaku usaha yang awalnya belum memiliki media untuk penjualan *online*, kini mulai menyediakannya. "Menurut saya itu menjadi cara berpikir bagi para pengguna sehingga ada media transformasi digital saat ini," kata Ketua iDEA Bima Laga, dalam acara *MarkPlus Industry Roundtable: E-Commerce & Application Perspective*, Jumat (11/9).

Dewan Teknologi Informasi dan Komunikasi Nasional (Wantiknas) mencatat, 30%-40% e-commerce di Indonesia dijalankan dalam bentuk s-commerce. Pelaku s-commerce enggan berjualan di media seperti marketplace demi menghindari pemotongan pendapatan. Alasan lain, kemungkinan mereka tak mau harga jual barangnya dinaikkan cukup tinggi oleh penyedia platform jual-beli.

Keterbatasan kemampuan distribusi dan logistik juga turut mendorong tumbuhnya pelaku s-commerce. Dibandingkan dengan e-commerce, pelaku s-commerce lebih banyak memilih jasa logistik di sekitar mereka seperti Pos Indonesia karena jaringannya tersebar di seluruh wilayah Indonesia. "Kini, Pos Indonesia dikaitkan dengan tulang punggung s-commerce," tutur Ilham Akbar Habibie, Ketua Wantiknas.

Asal tahu saja, sampai detik ini belanja e-commerce masih menunjukkan kinerja positif. Menurut iDEA, sektor kesehatan mencatatkan kenaikan penjualan yang signifikan pada awal pemberlakuan PSBB periode I lalu. Sebut saja produk seperti masker, termometer dan vitamin.

Memasuki fase PSBB transisi pada Juni 2020, peningkatan penjualan bergeser ke produk alat tulis kantor (ATK) untuk penggunaan di rumah dan peralatan untuk renovasi barang. Produk yang berkaitan dengan hobi berupa sepeda dan tanaman juga menorehkan peningkatan penjualan.

Dalam kesempatan yang sama, VP Marketing *HappyFresh* David Liem mengakui jika pandemi Covid-19 mengakibatkan permintaan produk kategori *grocery* naik. Menurut hasil survei Happy Fresh, sebanyak dari total 51% responden mencoba berbelanja *grocery* secara *online* untuk pertama kalinya. Sementara 22% responden lain telah melakukan belanja *grocery* secara *online* sejak tiga bulan hingga enam bulan sebelum masa Covid-19.

### **Menggelar konser *online***

Nasib lain menimpa Locket.com, platform jual-beli tiket acara dan layanan lain. Masa Covid-19 dan PSBB periode I sebelumnya

membatasi ruang gerak bisnis acara. Maklum saja, menghindari kerumunan massa adalah salah satu cara untuk mencegah penyebaran Virus Corona.

Tak kehilangan akal, Locket.com mencoba menangkap kebutuhan masyarakat akan tontonan secara *online*. Meskipun, upaya tersebut tidak mudah lantaran sebelumnya Masyarakat Indonesia tidak suka mengonsumsi acara *online*.

Namun pada akhirnya, pandemi Covid-19 mengubah pola konsumsi masyarakat. Mereka terpaksa memenuhi kebutuhan akan tontonan di dunia maya. "Keterpaksaan itu ditangkap oleh kami sebagai sebuah peluang dan kami perlu menciptakan pengalaman yang berkesan agar dari yang terpaksa itu menjadi menikmati momen," ungkap Ario Adimas, *Vice President Locket.com*.

Informasi saja, kini *Locket.com* sudah berekspansi ke ranah digital melalui platform live streaming bernama *Locket Live*. *Locket Live* tercatat telah menangani lebih dari 100 konser *online*. Capaiannya tersebut melebihi target acara *offline* yang biasa diselenggarakan.

Adapun dari sisi pendapatan acara *online*, Locket.com mengaku tidak mengecewakan. Meskipun, harga jual tiketnya cenderung lebih murah dibandingkan dengan tiket acara *offline*.

Hermawan Kartajaya, *Founder dan Chairman Markplus Inc.* berpendapat, tahun 2020 merupakan momentum bagi para pelaku usaha untuk memikirkan aneka peluang yang dapat membangkitkan kembali ekonomi yang merosot akibat pandemi Covid-19. Dengan begitu, pemulihan di seluruh sektor ekonomi dapat segera terjadi pada tahun-tahun mendatang.

### **3.4 Kendala dan Solusi**

Selama melakukan praktik kerja magang di *Kontan*, tentunya penulis mengalami berbagai macam hambatan dan tantangan yang dihadapi. Namun, seiring berjalannya waktu, penulis juga menemukan solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Berikut beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh penulis.

1. Penulis merupakan mahasiswa pertama yang melakukan praktik kerja magang di kanal *Business Insight Kontan*. Hal tersebut terjadi karena ini merupakan tahun pertama kanal *Business Insight* berdiri (hal 40). sehingga

redpel kanal tersebut kurang memiliki pengetahuan dan pengalaman bagaimana mendidik mahasiswa magang sehingga penulis tidak diarahkan secara detail tentang proses kerja kanal ini. Oleh sebab itu, penulis harus mencaritahu dan melakukan pengamatan sendiri berdasarkan hasil diskusi redpel bersama *editor-editor* dalam rapat mingguan atau melalui grup ‘Tim Hore’.

2. Topik infografik yang penulis ajukan hanya berdasarkan pengetahuan penulis yang sangat kecil dalam sektor bisnis dan ekonomi (hal 40). Menurut penulis, apabila ini diterapkan terus menerus, maka penulis tidak dapat berkembang dan memiliki pengetahuan lainnya dalam ranah tersebut karena kurangnya arahan atau informasi dari redpel. Oleh karena itu, apabila selanjutnya kanal Business Insight menerima mahasiswa magang kembali, supervisi atau pembimbing lapangan dapat memberikan arahan topik-topik apa saja yang dapat diulas dan relevan dengan peristiwa yang sedang terjadi, misalnya melalui *keywords google trends* pada hari itu.
3. Penulis kurang dilibatkan dalam revisi penulisan judul dan isi artikel, terutama pada penugasan infografik (hal 49) yang disebabkan oleh terbatasnya komunikasi antara penulis dengan supervisi yang sedikit memiliki waktu luang sehingga penulis dapat menilai kesalahan penulis berdasarkan pengamatan mandiri. Sebaiknya, ke depannya *Kontan* dapat kembali melihat siapa yang berkompeten dan dapat mengatur waktu dengan baik untuk dijadikan supervisi atau pembimbing lapangan mahasiswa magang agar ilmu yang diberikan dapat maksimal.