

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi berdampak pada perubahan di dunia jurnalistik. Hari ini, awak pers bersinggungan dengan istilah ‘konvergensi’. Dalam media massa, istilah ini merujuk pada kemampuan untuk menyampaikan format media yang berbeda melalui satu platform digital. Namun, konsep konvergensi media tak hanya mengacu pada pergeseran teknologi saja. Konsep ini juga mengacu pada perubahan dalam paradigma di industri media massa, hingga budaya, dan sosial masyarakat di sekitarnya (Zotto & Lugmayr, 2016, pp. 1-2).

Konvergensi media mencakup serangkaian proses perubahan di tingkat makro, meso, dan mikro. Di tingkat makro, konvergensi media bisa ditemukan dalam konteks rangkaian transformasi sosial budaya dan ekonomi. Ini bisa digambarkan dengan komersialisasi, globalisasi, deregulasi, dan liberisasi pasar. Di tingkat meso, konvergensi media melingkupi perubahan pada teks media, produksi, dan distribusinya. Konten, genre, dan format telah digabungkan dalam berbagai cara dan distribusikan melalui berbagai platform. Di tingkat mikro, konvergensi media melingkupi pengalihan aktivitas khayalak. Ini mengacu pada bagaimana cara khalayak mengakses media, minat media individu, dan aktivitas penggunaanya (Spyridou & Veglis, 2016, pp. 4-5).

Kecanggihan teknologi masa kini menghadirkan beragam saluran media yang bisa dipilih masyarakat. Alhasil, masyarakat pun memasuki era di mana media terus-menerus mengelilingi mereka. Berdasarkan laporan Dewan Pers, masyarakat Indonesia mengandalkan media massa berupa surat kabar harian, surat kabar mingguan, televisi, radio, media daring, dan sejumlah platform media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk mendapat informasi. Media daring menjadi pilihan teratas khalayak Indonesia untuk mendapatkan informasi (Dewan Pers, 2019, pp. 24-31).

Jurnalisme daring dianggap sebagai bentuk jurnalisme yang lebih baik. Ini karena jurnalisme daring melibatkan kembali audiens yang pernah tidak percaya dan merasa terasing dari media yang digunakan. Jurnalisme daring juga menyediakan konten jurnalistik dalam format multimedia, interaktif, bisa dipersonalisasi, memiliki hipertekstualitas, interkoneksi, dan melakukan pelaporan secara instan (Kanyeki, 2017, p. 75).

Jurnalisme daring juga mengizinkan suatu perusahaan media untuk memproduksi berita dalam kuantitas lebih banyak daripada jurnalisme konvensional dalam sehari secara lebih cepat. Jurnalis media daring juga diharapkan mampu membuat berita yang bisa memaksimalkan lalu lintas situs berita, loyalitas pembaca, dan membangun komunitas bagi khalayak (Spyridou & Veglis, 2016, pp. 100-104).

Salah satu topik dalam media daring yang tak luput dari liputan para jurnalis adalah topik teknologi dan sains. Dulu, informasi tentang sains dan teknologi disampaikan secara satu arah dari ilmuwan ke masyarakat umum. Namun, pola ini dirasa membatasi potensi penerapan ilmu pengetahuan secara sosial. Karenanya, kehadiran jurnalis teknologi dan sains dibutuhkan sebagai jembatan antara praktisi di bidang tersebut dan masyarakat umum untuk mengomunikasikan perkembangan-perkembangan yang terjadi. Jurnalisme teknologi dan sains juga menjadi sumber informasi terkait yang kredibel dan bisa diandalkan masyarakat (Makino, 2008, p. 259).

Otomotif menjadi salah satu hasil dari kemajuan teknologi dan sains. Dunia otomotif Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang impresif. Saat ini, pertumbuhan industri otomotif di Indonesia menunjukkan pergerakan yang mengesankan. Menurut Direktur Industri Maritim, Alat Transportasi, dan Alat Pertahanan (IMATAP) Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika, pertumbuhan ini dikarenakan peningkatan masyarakat kelas menengah rata-rata sebesar 12 persen per tahun (Wijaya, 2020, para. 2).

Selama sepuluh tahun terakhir, penjualan mobil di Indonesia selalu berada di angka 1.000.000 unit kendaraan. Namun, angka tersebut mengalami penurunan di tahun 2020. Melihat data penjualan *retail*, di tahun 2020 hanya 509.788 unit mobil. Angka ini lebih rendah dari penjualan *retail* di tahun sebelumnya, yaitu 1.043.017 unit mobil (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), 2020).

Sementara penjualan sepeda motor juga menunjukkan peningkatan sejak tahun 2017 hingga 2019. Namun, penjualan sepeda motor juga mengalami penurunan di tahun 2020 yang hanya mencapai 3.431.379 unit motor per November 2020. Berbeda dengan penjualan di tahun 2019 yang mencapai 6.487.460 unit sepeda motor (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), 2020). Penurunan penjualan ini diakibatkan pandemi Covid-19.

Walaupun demikian, industri otomotif Indonesia diperkirakan akan pulih dan bisa berkembang kembali. Perkembangan ini kemudian akan didukung salah satunya oleh pembangunan infrastruktur. Pembangunan ini diprediksi bisa mendorong pemerataan ekonomi di lebih banyak daerah. Nantinya, ini bisa berimbas pada jumlah kepemilikan kendaraan bermotor (Wijaya, 2020, para. 11-20).

Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai reporter otomotif di media daring *IDN Times*. Media *IDN Times* hadir sebagai portal berita yang menyasar pembaca dari kalangan generasi milenial dan generasi Z. Format pemberitaan di *IDN Times* disajikan dalam format *listicle* yang berbeda dari bentuk narasi berita biasa.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Ada sejumlah tujuan yang hendak penulis capai dari melakukan praktik kerja magang, yaitu:

1. Mempraktikkan ilmu dan keterampilan jurnalistik yang sudah dipelajari selama perkuliahan.

2. Mendapatkan pengalaman profesional sebagai reporter di media massa berskala besar.
3. Menambah *networking*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di *IDN Times* sejak tanggal 1 Juli 2020 hingga 30 November 2020. Dalam seminggu, penulis berkerja selama 5 hari dengan hari libur pada hari Rabu dan Minggu. Penulis melakukan praktik kerja magang di masa pandemi. Karenanya, penulis pun melakukan praktik kerja magang dengan sistem *Work From Home* (WFH) atau bekerja dari rumah. Waktu kerja penulis adalah 8 jam sehari. *IDN Times* memberikan batas *check-in* pekerja maksimal pukul 10.00 selama pandemi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis sudah mengirimkan surat lamaran kerja magang ke sejumlah perusahaan media daring di Jakarta sejak bulan Juni 2020. Sejumlah perusahaan yang penulis surati di antaranya adalah *Tirto.id*, *Detik.com*, dan *IDN Times*. Penulis mengirimkan surat lamaran ke redaksi *IDN Times* pada hari Senin, 8 Juni 2020 pukul 9 pagi.

Penulis kemudian mendapatkan undangan untuk melakukan wawancara secara daring dua hari kemudian, yaitu hari Rabu 10 Juni 2020. Penulis diwawancarai oleh Wakil Redaksi *IDN Times*, Umi Kalsum, via Google Meet. Penulis mulanya menandatangani kontrak perjanjian magang pada 15 Juni untuk menjalani kerja magang dari tanggal 1 Juli 2020 hingga 30 September 2020.

Penulis langsung dinyatakan diterima untuk melakukan kerja magang di penghujung wawancara. Penulis pun mulai melaksanakan praktik kerja magang di awal bulan Juli tahun 2020.

Setelah melakukan praktik kerja magang selama satu bulan, penulis kemudian melakukan pengajuan perpanjangan kontrak untuk menyesuaikan kebijakan kampus perihal durasi magang 60 hari.

Pada tanggal 5 Agustus, kontrak kerja magang penulis pun diperbarui sehingga penulis bisa melakukan kerja magang hingga tanggal 30 November 2020 supaya memenuhi syarat kerja magang dari kampus.