

# **BAB I**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Media massa dari waktu ke waktu melalui begitu banyak bentuk perubahan. Dimulai dari abad ke 20, dimana saat itu media massa masih fokus untuk bersifat satu arah kepada massa yang seragam (Mcquail, 2011, p. 158).

Lalu dengan berubahnya sifat konsumsi masyarakat seiring dengan perubahan zaman dan perkembangan teknologi, hal itu pun memaksa media massa yang dulunya berupa koran, majalah, televisi dan radio dengan cepat mengadaptasi kehadiran dari internet, dimana konsep konvergensi tersebut sering disebut dengan media baru (Mcquail, 2011, p. 150).

Seorang ahli teori media Clay Shirky pun pernah menyatakan bahwa media massa tradisional dibentuk sedemikian rupa seperti megafon, meluaskan sebuah informasi dari satu pihak pengirim kepada banyak penerima pesan. Tetapi dengan integrasi internet pada media baru, hal tersebut pun sudah tidak bisa diaplikasikan lagi kepada bentuk khalayak informasi sekarang. Internet memberikan kesempatan kepada khalayaknya untuk bisa menjadi seorang konsumen sekaligus produsen dari produk-produk jurnalistik (Hill & Lashmar, 2014, p. 27).

Henry Jenkins yang merupakan ahli teori media sekaligus seorang profesor komunikasi dan jurnalistik di University of Southern California pun menyatakan bahwa partisipasi dari khalayak dinilai sebagai bagian integral dari “ekonomi baru” media online. Dirinya menilai bahwa konsumen dengan perilaku aktif, terlibat secara emosional, dan berjejaringan sosial adalah khalayak yang dianggap ideal (Hill & Lashmar, 2014, pp. 27-28)

Menurut Denis Mcquail, terdapat 7 kunci yang bisa digunakan untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif penggunaannya. Ketujuh kunci tersebut adalah Interaktivitas, Kehadiran Sosial, Kekayaan media, Otonomi, Undir Bermain-main, Privasi dan Personalisasi (Mcquail, 2011, p. 157).

Selain itu begitu banyak media daring selalu menerapkan konsep penulisan dari lima prinsip dasar dari jurnalisme online. Menurut Paul Bradshaw dalam bukunya yang berjudul “*The Online Journalism Handbook :2<sup>nd</sup> edition*” menyimpulkan ada 5 prinsip penulisan berita dari media online. Ke 5 prinsip tersebut adalah, *brevity*, *adaptability*, *scannability*, *interactivity*, dan *community*. (Bardshaw, 2018, p. 54)

*Brevity* adalah konsep penulisan berita yang harus dikemas secara ringkas, padat dan jelas. Kedua, *adaptability* adalah sebuah konsep yang meminta jurnalis atau reporter bisa mengikuti perubahan pola konsumsi informasi dari para khalayak di era disrupsi ini. Produksi berita yang bisa menawarkan konten multimedia dinilai penting untuk memenuhi prinsip dasar satu ini. Ketiga, *scannability* adalah prinsip yang memerlukan jurnalis agar bisa mengemas berita atau informasi sedemikian rupa agar khalayak tidak merasa terpaksa untuk membacanya. Keempat, *interactivity* adalah segi komunikasi dan interaktivitas dari khalayak kepada jurnalis atau produsen berita, mengingat internet memberikan kesempatan tersebut. Kelima, *community*, adalah sebuah prinsip dimana media harus bisa menawarkan wadah informasi agar bisa menjaring sebuah komunitas (Bardshaw, 2018, pp. 55-57).

Ke 5 prinsip dasar dari penulisan berita di media daring tersebut pun memberikan kesempatan kepada wartawan untuk bisa beradaptasi kepada standar tersebut. Secara keseluruhan, alur kerja dari reporter atau wartawan media massa dan online tidaklah berbeda jauh, walaupun diperlukan sebuah usaha konvergensi dari media sekaligus dari jurnalis atau reporteranya.

Robert Peston seorang editor bisnis dari media BBC menyatakan bahwa, usaha konvergensi bisa meningkatkan kemampuan seorang jurnalis atau reporter untuk menceritakan sebuah berita serta peristiwa (Hill & Lashmar, 2014, p. 11).

Begitu banyak tipe konvergensi yang bisa dilakukan oleh jurnalis media online dalam mengemas tulisan beritanya untuk khalayak. Tapi Stephen Quinn berpendapat terdapat 4 jenis konvergensi yang dianggapnya perlu diulas karena vitalnya peran tersebut untuk jurnalis agar bisa sukses mengemas berita pada peron media daring. 4 Konvergensi tersebut adalah, *ownership convergence*, *information gathering convergence*, *structural convergence*, dan *storytelling or presentation convergence* (Hill & Lashmar, 2014, p. 12).

Pertama, *ownership convergence* adalah konvergensi yang bisa dilakukan jurnalis dalam berbagi multimedia pada organisasi medianya. Kedua, *information gathering convergence* adalah konvergensi yang memerlukan jurnalis atau reporter dari media daring untuk bisa menghadirkan lebih dari satu kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi dalam meliput beritanya. Ketiga, *structural convergence*, adalah konvergensi kemampuan jurnalis dalam bekerja serta memahami karakteristik dari berbagai macam media. Terakhir, *storytelling or presentation convergence* adalah kemampuan jurnalis dalam mengenal potensi berbagai peron media untuk hasil konten jurnalistiknya (Hill & Lashmar, 2014, p. 13).

Dari sifat media baru dan karakteristik pengguna yang sudah dijabarkan di atas tadi, menjadi alasan latar belakang mengapa penulis selama proses pencarian magang selalu mengutamakan media online. Dimana dari segi perspektif pengguna, gaya penulisan dan kemampuan dari penulis untuk bisa mengadaptasi konvergensi media, dianggap bisa berkontribusi sesuai harapan dari media-media online tertuju.

Penulis pun pada akhirnya berkesempatan untuk bisa berkontribusi dengan melakukan kegiatan magang di media online Liputan6.com. Pada kesempatan tersebut, penulis ditawari untuk bisa berkontribusi menjadi wartawan atau reporter dari kanal bisnis. Walaupun secara keseluruhan Liputan6.com bukan merupakan media online berspesifikasi di dunia bisnis, tetapi kemasan berita bisnis yang dikemas, dinilai oleh penulis memiliki sebuah keseimbangan dari segi segmentasi topik dan gaya penulisan.

Selain itu, alasan lain penulis memutuskan untuk menerima kesempatan melakukan proses magang di Liputan6.com, adalah karena instansi media online ini sudah mempunyai reputasi ternama. Seperti yang sudah diketahui, media Liputan6.com pernah mendapatkan penghargaan Raih Anugerah Adikarya Wisata 2019 di kategori media online, berhasil bersaing dengan media-media besar lainnya seperti Detik.com, Kompas.com dan Merdeka.com (Redaksi, 2019). Dari pencapaian tersebut pun, penulis tidak akan lagi meragukan cara kerja redaksi dari proses pengumpulan hingga verifikasi berita.

Dari pengalaman penulis, Liputan6.com memberikan kesempatan kepada peserta magang untuk meliput berita bisnis atau ekonomi yang mempunyai bobot pembahasan cukup dalam dan berat. Tetapi disaat yang bersamaan, Liputan6.com juga mendorong peserta magangnya dalam mengemas berita atau tulisan artikel tema bisnis yang lebih sederhana dan ringan, agar bisa menarik lebih banyak pembaca untuk tertarik mengunjungi kanal berita ini.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Berikut ini adalah alasan serta tujuan mengapa penulis melakukan aktivitas kerja magang:

- a) Mencari pengalaman untuk bisa bekerja di dunia jurnalistik sedekat mungkin dari berbagai instansi media.

- b) Untuk mendapatkan informasi dan perspektif baru dalam bagaimana kinerja reporter aktif di sebuah instansi media bekerja, agar bisa dijadikan tolak ukur bagi penulis.
- c) Mengetahui lebih dalam dan spesifik bagaimana sebuah media mengemas sebuah berita yang seimbang dari segi kemasan serta isi tulisannya.
- d) Melatih dan membiasakan penulis bekerja serta terlibat dalam proses peliputan berita.

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

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

Pelaksanaan program kerja magang dilakukan oleh penulis sesuai dengan kontrak perjanjian dengan perusahaan media terkait, yaitu selama 3 bulan, efektifnya 60 hari. Penulis memulai aktifitas magang pada tanggal 1 Oktober sampai 31 Desember 2020. Penulis melakukan kegiatan magang pada media Liputan6.com yang berlokasi di Jl.RP. Soeroso No. 18, Menteng, Jakarta Pusat.

Mengingat periode magang penulis dilakukan saat pandemi Covid-19 dan kebijakan PSBB di Jakarta, maka Liputan6.com memutuskan untuk mempekerjakan tenaga magangnya dari rumah (*Work from Home*). Hari kerja ditentukan oleh supervisi penulis sebanyak 5 hari dalam seminggu (Senin-Jumat). Liputan6.com juga menentukan waktu kerja magang dimulai dari jam 09.00 pagi hingga 17.00. Jam masuk penulis akan dihitung dari pertama kali menghubungi supervisi magang di Liputan6.com via *whatsapp*.

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

Dari sekitar akhir periode bulan Juli, penulis sudah mencari dan mulai menghubungi beberapa media melalui alamat referensi email yang sudah difasilitasi oleh kampus untuk dijadikan sebagai tempat magang. Media-media seperti National Geographic Indonesia, Jakarta Post dan IDN Times menjadi tiga pilihan utama penulis. Tetapi disayangkan dari pihak National Geographic Indonesia menyatakan bahwa untuk periode ini sedang tidak membuka kesempatan magang bagi para mahasiswa.

Pada periode Juli sampai dengan awal September pun penulis masih mengandalkan email untuk pengiriman cv, portofolio, transkrip nilai. Tapi setelah berbulan-bulan tidak ada respon, ditambah dengan adanya rencana PSBB total yang akan diterapkan kembali pada tanggal 14 September, maka penulis memutuskan untuk mendatangi langsung 4 instansi media. Media-media tersebut adalah, IDN Times, KataData, Jakarta Post dan Star Radio.

Setelah masih belum ada respon dari media-media tersebut, penulis pun akhirnya mencoba kembali mengirim cv, portofolio dan transkrip nilai kepada 2 media lainnya, yaitu NETMediatama dan Liputan6.com. Tepatnya di tanggal 28, Liputan6.com memberitahukan kepada penulis bahwa cv yang dikirim sudah diterima dan akan ada proses tes pada hari Selasa, 29 September. Bersamaan dengan hari test, penulis pun mendapat informasi dari NETMediatama bahwa cv yang terkirim sudah diterima, dan untuk bisa magang di media tersebut memerlukan peserta magang menjalani psikotes.

Dengan rasa hormat, penulis pun terpaksa untuk menolak tawaran tes dari NET mengingat waktu yang bertabrakan. Penulis pun akhirnya memilih untuk melakukan tes untuk Liputan6.com. Terdapat 3 alasan mengapa Liputan6.com menjadi media pilihan dari penulis. Pertama, penulis jauh lebih percaya diri dalam menulis dan mengemas berita, sehingga diharapkan secara langsung bisa berkontribusi di

kegiatan magang nanti. Kedua, seperti apa yang sudah dijabarkan pada bab latar belakang, bahwa kemampuan konvergensi yang diperlukan oleh reporter media online dinilai jauh lebih familiar dengan kemampuan penulis. Ketiga, Liputan6.com menawarkan posisi untuk bisa menjadi reporter atau wartawan di desk bisnis/ekonomi, yang dimana penulis merasa tertarik untuk berkontribusi di kanal tersebut. Penulis berpendapat, bahwa menulis berita bisnis atau ekonomi menjadi tantangan tersendiri. Dari segi kosakata, pembahasan sebuah jargon-jargon, dan membahasakan pembahasan yang kompleks agar bisa mudah dibaca oleh khalayak.

Tes yang diberikan secara online oleh pihak HRD dari Liputan6.com mengingat kebijakan PSBB, adalah untuk melansir 3 tulisan berita bisnis dan ekonomi menjadi sebuah artikel. Tujuan dari test itu untuk menguji kemampuan penulis dalam menyederhanakan pembahasan topik menjadi lebih mudah dibaca.

Pada hari yang bersamaan pun, penulis sudah mendapatkan kabar dari HRD Liputan6.com agar bisa melakukan kegiatan magang pertama kali di hari Kamis, 1 Oktober 2020.

Mengingat penulis melaksanakan kegiatan magang di tengah kebijakan PSBB akibat pandemic Covid-19, maka pengisian KM-01 dilakukan secara online melalui tautan yang sudah diinformasikan dari email student.

Setelah itu pun, penulis meminta Surat Rekomendasi Magang (KM-02) kepada admin FIKOM, agar penulis mendapatkan Surat Konfirmasi Penerimaan Magang dari Liputan6.com. KM-02 pun akhirnya diterima oleh penulis pada hari Selasa, 6 Oktober 2020. Setelah itu surat KM-02 yang sudah diterima, dikirimkan ke pihak HRD Liputan6.com, dan tepatnya pada tanggal 9 Oktober, penulis

mendapatkan Surat Konfirmasi Penerimaan Magang. Setelah itu pun, penulis mengunduh secara mandiri berkas laporan magang di perusahaan (KM03 – KM-07) di situs myumn.

Tertulis di surat konfirmasi penerimaan magang dari Liputan6.com, penulis pun akan melakukan kegiatan magang selama 3 bulan, terhitung dari tanggal 1 Oktober hingga 31 Desember 2020.