

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, banyak media berbasis daring bermunculan. Media daring merupakan salah satu bentuk media baru yang muncul karena adanya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi memang selalu menghadirkan media dalam medium baru. Perkembangan ini pun membuat media mampu mewujudkan informasi melalui teks, suara, visual, dan gambar bergerak. Pada awalnya, perkembangan mesin cetak menjadi awal dari adanya media dalam bentuk cetak yang lahir pada abad-18. Perkembangan berikutnya adalah unsur suara sehingga muncul radio pada tahun 1920-an dan memunculkan jurnalisme radio. Hal yang sama juga terulang pada perkembangan televisi pada pertengahan abad-20 dan melahirkan jurnalisme *broadcasting*. Setiap perkembangan media ini mempunyai tantangan tersendiri karena medium penyampai informasi berkembang dan mempunyai karakter masing-masing yang berbeda (Margianto & Syaefullah, 2015, p. 12).

Perkembangan media melingkupi teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Kemunculan media baru ini dapat menghubungkan antara teknologi informasi dan komunikasi (ICT) dengan konteks sosial yang berkaitan. Hubungan itu menyatukan tiga elemen teknologi, yaitu alat dan artefak; aktivitas, praktik, dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk di sekeliling alat dan praktik tersebut (McQuail, 2011, pp. 42-43).

Media baru yang berbasis daring, menurut Kridalaksana dan Sumadiria (2005, p. 23), dikategorikan sebagai jurnalistik media massa. Ini didasari oleh pemahaman bahwa media daring termasuk kategori perkembangan teknologi bersama dengan televisi sebagai media elektronik yang dapat menyajikan konten dalam bentuk audio visual. Selain itu, karakteristik media massa sendiri memiliki tingkat kecepatan dan luas dalam penyebaran informasi dan khalayak yang tidak

terbatas. Muatan pesan yang disampaikan pada media massa pun banyak, tetapi biasanya hanya satu arah (Cangara, 2016, p. 165).

Hubungannya dengan berbagai elemen dari teknologi membuat media dan jurnalisme daring memiliki tantangan tersendiri, terutama saat adanya perkembangan jaringan komunikasi *Internet* di khalayak luas. Cangara menjelaskan bahwa *Internet* ini mempunyai kelebihan dalam kecepatan mengirim dan memperoleh informasi, serta penyedia data yang mutakhir pada zamannya (Cangara, 2016, p. 163).

Perhatian masyarakat akan pesatnya perkembangan jurnalisme daring pun muncul dalam berbagai alasan. Salah satu alasan perkembangan jurnalisme daring menjadi sorotan adalah media ini menawarkan kemungkinan luas dalam memproses dan menyebarkan berita melalui *Internet*. Sayangnya, media daring terkadang dianggap tidak mengedepankan objektivitas berita (akurasi, *fairliness*, kelengkapan, dan imparialitas) dan hanya mementingkan informasi instan belaka. Hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk media daring karena informasi memang disajikan lebih cepat dari media konvensional, tetapi jangan sampai mengorbankan hal lain yang lebih penting (Juditha, 2013, p. 146).

Hal yang senada disampaikan pula oleh Eko Maryadi dalam Margianto dan Syaefullah (2015, p. vi) bahwa masalah pokok dalam dunia jurnalisme daring adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Masalah ini diawali oleh persoalan lain yang disucikan oleh media daring, yaitu kecepatan penyampaian informasi kepada masyarakat. Ia pun turut menyampaikan bahwa media massa *Internet* harus mengingat tujuan awal lahirnya media massa, yaitu menyampaikan informasi dan aspirasi publik.

Perkembangan media daring di Indonesia tentu diawali dengan munculnya *Internet* pada tahun 1990-an. Catatan tentang media daring pertama yang hadir di Indonesia adalah *Republika Online* (www.republika.co.id) yang mengudara pertama kali 17 Agustus 1994, tepatnya setahun setelah *Harian Republika* terbit. Tahun 1996, *Tempo* pun mendirikan *tempointeraktif*, yang berubah menjadi

www.tempo.co. Ini kemudian diikuti oleh media-media lain yang merambah ke versi daring, yaitu *Bisnis Indonesia*, *Harian Waspada* meluncurkan *Waspada Online* (www.waspada.co.id), *Kompas Online* (www.kompas.com). Media-media ini adalah generasi pertama media daring di Indonesia. Namun, isi kontennya hanya masih memindahkan isi media cetak menjadi teks daring, kecuali *tempointeraktif* yang tidak memiliki versi cetak (Margianto & Syaefullah, 2015, pp. 15-16).

Media daring ini pun berkembang seiring kebutuhan informasi dalam masyarakat. Informasi menjadi salah satu bagian penting yang erat kaitannya dengan kegiatan pembangunan yang terencana. Informasi yang memadai akan membantu orang banyak dalam merencanakan sesuatu. Tetapi, nilai yang terkandung dalam sebuah informasi itu juga penting (Ahmad, 2013, p. 178).

Informasi ini didapat oleh wartawan yang bekerja untuk media daring. Wartawan, yang sering disebut juga sebagai para pemburu berita, juru, warta, reporter, dan lain-lain, melakukan penelusuran data, informasi, dan penulisan berita dengan menjadikan teknologi dengan menggunakan teknologi untuk mencari data untuk pemberitaan (Hidayat & Anisti, 2015, p. 296). Wartawan harus profesional dan kompeten dalam profesinya sehingga bisa mendapatkan informasi yang akurat bertanggung jawab dan berguna bagi masyarakat. Yosep Adi Prasetyo dalam *Pengantar Jurnal Dewan Pers* menyampaikan bahwa wartawan yang kompeten akan mengimplementasikan kode etik jurnalistik dan regulasi pers dalam karya jurnalistiknya. Ini sejalan dengan profesionalitas pers yang mengabdikan pada kepentingan masyarakat, demokrasi, dan kemajuan bangsa dan negara (Dewan Pers, 2017, p. 3).

Seiring perkembangan zaman, pers memiliki peranan besar dalam masyarakat. Bernard C. Cohen dalam Ishwara (2011, pp. 18-20) menjelaskan ada beberapa peran pers. Secara umum, pers berperan sebagai pelapor, yang menjadi mata dan telinga publik yang menyaksikan langsung peristiwa dan menyampaikannya untuk masyarakat. Selain itu, pers juga menjadi interpreter atau penafsir dari laporan peristiwa yang disampaikan dengan cara memberikan arti

melalui analisis dalam pemberitaannya. Pers juga berperan sebagai representasi publik, yang biasanya dimanfaatkan oleh politikus untuk melihat reaksi masyarakat dari pemberitaan. Yang terpenting, pers juga berperan menjadi pengkritik atau *watchdog* terhadap pemerintah, yang bertujuan untuk mengawasi jalannya demokrasi agar tidak ada ketidakadilan dan ketimpangan dalam pemberitaan. Jangan sampai media terlena dan menjadi jinak terhadap peran *watchdog* dan lupa pada peran skeptis yang harus dipegang.

Pemberitaan media daring masa kini mulai menyesuaikan pembaca yang menjadi sasaran medianya, kebanyakan ditujukan untuk anak muda. Generasi muda, khususnya generasi y atau milenial dan generasi z, dianggap sebagai generasi digital. Kedua generasi ini tak terpisahkan dari perangkat digital karena berkuat di antara perkembangan teknologi media *Internet* dan *wireless*. Selain itu, mereka sudah terbiasa untuk belajar penggunaan teknologi sejak dini dan menjadikan dua generasi ini sebagai *Digital Natives* atau 'Pribumi Digital' (Hidayat, Saefuddin, & Sumartono, 2016, p. 130).

IDN Times dengan tagline "*The Voice of Millenials and Gen Z*" menjadi pilihan penulis dalam menentukan tempat praktik kerja magang. Penulis, sebagai mahasiswa, melihat bahwa berita yang dihasilkan oleh *IDN Times* pengemasan beritanya disesuaikan dengan dua generasi tersebut. Penulis sebagai generasi z juga tertarik untuk mempelajari gaya penulisan pada *IDN Times* dalam pemberitaannya karena mereka mengemas informasi dengan bahasa yang santai dan tidak selalu kaku.

IDN Times mempunyai format penulisan gaya *listicle (list and article)* dalam pemberitaannya. Berita dalam format ini dikemas penjelasan sehari-hari yang mudah dimengerti oleh kaum milenial dan generasi z berupa poin-poin dan penjelasan singkat dalam artikelnya. Namun, khusus untuk kanal Opini, Fiksi, dan *Breaking News* disajikan dalam format naratif yang singkat.

Rank	Site Name	Alexa Rank	Traffic Score	% of Traffic	Visits
10	Liputan6.com	441	2.21	58.30%	14,811
11	Grid.id	242	1.59	64.10%	7,044
12	Sindonews.com	402	2.45	49.30%	4,744
13	Suara.com	347	2.28	47.30%	4,432
14	Jpnn.com	607	3.00	28.40%	3,392
15	Bukalapak.com	540	3.61	29.40%	20,348
16	Merdeka.com	308	1.54	63.60%	10,113
17	Idntimes.com	557	5.43	54.50%	4,180
18	Viva.co.id	342	2.55	25.70%	6,910
19	Brilio.net	223	1.41	63.50%	2,075
20	Google.co.id	512	5.13	20.20%	19,564
21	Kapanlagi.com	333	3.00	57.10%	7,600
22	Alodokter.com	242	1.62	78.40%	3,858

Gambar 1.1 Top Sites in Indonesia versi Alexa.com

IDN Times memang masih tergolong media daring yang baru. Ia baru mengudara tahun 2014, tetapi berdasarkan situs alexa.com (Alexa, 2020), *IDN Times* berhasil menempati peringkat ke 17 dalam ‘Top Sites in Indonesia’.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis memiliki maksud dan tujuan yang ingin dicapai, sebagai berikut

1. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
2. Mengetahui dan mempelajari proses kerja di redaksi *IDN Times*.
3. Mempelajari proses penulisan artikel di *IDN Times*, terutama pada kanal *Life*.
4. Menerapkan ilmu yang sudah dipelajari melalui mata kuliah penulisan berita, penulisan *feature*, dan penulisan kreatif.
5. Menambah pengalaman kerja magang untuk menyiapkan diri dalam menjalani dunia kerja pada masa yang akan datang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan proses pelaksanaan praktik kerja magang di Redaksi *IDN Times* setelah menandatangani surat kontrak dari *IDN Times*. Berdasarkan surat kontrak yang dikeluarkan tanggal 11 Agustus 2020, penulis memulai kerja magang terhitung sejak tanggal 18 Agustus 2020 hingga 17 Desember 2020. Penulis melakukan kerja magang ini selama empat bulan dan ditempatkan di kanal *Life*.

Penulis selama empat bulan masuk kerja selama lima hari dengan jadwal masuk setiap hari Senin-Jumat. Pada tiga hari pertama, penulis melakukan kerja magang dari kantor atau *work from office* (WFO). Namun, karena melihat angka kasus positif covid-19 yang terus meningkat, kerja magang dilakukan dari rumah atau *work from home* (WFH). Aktivitas kerja magang biasanya dilakukan mulai dari pukul 09.00- 18.00, tetapi kalau pekerjaan hari itu belum selesai, penulis bisa mengerjakan kerja magang sampai lebih dari pukul 18.00. Kalau penulis berhalangan untuk kerja karena alasan tertentu, seperti sakit, penulis mengganti hari kerja atau menambah kerja pada hari berikutnya agar tetap terhitung masuk lima hari kerja sebagai ganti hari.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengajukan kerja magang di *IDN Times* pada 5 Juni 2020 melalui surat elektronik. Sebelum mengajukan lamaran magang ke *IDN Times*, penulis sudah mengajukan lamaran magang kepada beberapa media daring seperti *Tirto.id*, *Alinea*, *Suara*, *Fimela*, *Asumsi*, *GNFI*, dan *Kompas*. Namun, hanya *IDN Times* yang mengontak penulis kembali untuk menindaklanjuti surat permintaan magang yang dikirim melalui surat elektronik.

Penulis dihubungi oleh pihak *IDN Times* melalui WhatsApp tanggal 14 Juli 2020 dan diminta untuk melakukan wawancara melalui *video conference call* pada tanggal 15 Juli 2020. Pada saat wawancara, penulis ditanya oleh Editor dari *IDN Times* seputar pengalaman organisasi dan magang yang pernah dijalani penulis. Setelah lolos melalui tahap wawancara, penulis diminta untuk melakukan tes menulis yang dilakukan melalui laman *community writer IDN Times*. Penulis diminta melakukan menulis 2 artikel yang berhubungan dengan sub kanal *Inspiration* dan *Women* dengan beberapa ketentuan yang diminta. Tanggal 20 Juli 2020, penulis secara resmi diterima menjadi anggota magang *IDN Times* di kanal *Life*. Kemudian, penulis ditanya perihal ketentuan dari kampus mengenai magang yang akan dijalani oleh penulis.

Setelah berbagai negosiasi dan penjelasan dari kampus yang dijelaskan sehari sebelum KRS, *IDN Times* pun mau menunggu untuk membuat kontrak dengan penulis. *IDN Times* menunggu ketentuan magang dari kampus, yang baru menghitung hari kerja magang setelah resmi melakukan KRS, dengan meminta penulis untuk melakukan magang selama empat bulan, mulai dari tanggal 18 Agustus 2020-17 Desember 2020. Kontrak pun dibuat setelah penulis memberikan data diri, dan ditandatangani secara virtual oleh penulis pada tanggal 11 Agustus 2020. Setelahnya penulis pun mengurus surat pengantar kerja magang dari kampus, KM-01 dan KM-02, dan surat dari kampus baru diterima oleh penulis tanggal 14 Agustus 2020.

Penulis kemudian memulai magang pada tanggal 18 Agustus 2020. Pada hari pertama, penulis melakukan *briefing* terkait job desk pekerjaan yang dilakukan penulis yang diberikan oleh editor dari kanal *Life*. *Briefing* yang diberikan kepada penulis adalah bagaimana menggunakan akun *contributor IDN Times*, mengambil gambar melalui laman penyedia gambar yang bebas digunakan siapa pun, dan melakukan pengajuan ide setiap hari seputar sub kanal dari kanal *Life* (*Career, DIY, Education, Family, Inspiration, Relationship, dan Women*). Penulis diwajibkan menulis tiga artikel setiap hari sehingga harus mengajukan tiga ide kepada editor. Setelah ide yang diajukan

diterima, penulis baru bisa lanjut untuk menulis artikel dalam bentuk *listicle* (*list dan article*).

Awalnya penulis diberi tugas untuk menulis tiga artikel, pertama tentang model busana artis dan kampus dengan nama pahlawan. Dan pada hari kedua, penulis diberi tugas menulis artikel dari siaran pres tentang make up. Setelahnya penulis melakukan pengajuan ide setiap harinya. Setelah tiga hari melakukan kerja dari kantor *IDN Times*, penulis diminta untuk melakukan WFH karena perkembangan kasus positif covid-19. Penulis juga melakukan penyuntingan tulisan penulis sendiri sesuai arahan editor, terutama kalau ada yang salah atau penggunaan diksinya kurang tepat dan jelas.

Selama WFH, penulis melakukan pengajuan ide melalui WhatsApp sehingga tidak hanya Editor *Life* di Jakarta yang melakukan pengecekan ide, tetapi editor kanal *Life* di kantor *IDN Times* Surabaya juga. Setiap pukul 09.00 penulis diminta melakukan pengajuan ide, tetapi ada beberapa kali penulis terlambat melakukan pengajuan ide karena kurang enak badan dan dikenai teguran oleh Editor. Setelahnya, penulis tidak mengulanginya dan berusaha tepat waktu dalam melakukan pengajuan ide.

Sebulan setelahnya, penulis dipercaya untuk melakukan liputan beberapa acara virtual dan peluncuran brand virtual. Penulis juga menulis beberapa siaran pres yang ditugaskan. Setelah melakukan liputan, penulis wajib mengirimkan transkrip liputan dan mengirimkan artikel pada hari yang sama agar bisa segera diterbitkan sebelum beritanya dingin.

Penulis pun dijelaskan bahwa rapat redaksi awalnya dilakukan setiap senin pukul 10.00 pagi di kantor, dan sejak pandemi Covid-19 dan WFH, rapat redaksi dipindahkan ke hari Kamis pukul 16.00. Namun, selama ini penulis tidak pernah dilibatkan untuk hadir dalam rapat redaksi, baik secara langsung maupun *conference call*.

Kemudian, setelah satu setengah bulan berjalan, penulis diminta menulis dua artikel dan melakukan pengajuan ide dengan memaparkan pula

poin-poin yang akan disajikan dalam artikelnya, serta menambahkan tautan sumber dari media luar untuk verifikasi ulang dari editor. Penulis pun sampai hari terakhir terus melakukan prosedur kerja magang seperti ini di kanal berita *Life*.