

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan salah satu media yang mulai dikenal masyarakat Indonesia secara luas. Pertumbuhan internet yang pesat juga mendukung beragam informasi yang berkembang di tengah masyarakat akibat akses informasi yang luas dan memadai. Data dari We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa penetrasi internet di Tanah Air sudah mencapai 64 persen dari total populasi masyarakat Indonesia, yaitu sebanyak 175,4 juta orang terpapar. Kehadiran internet ini secara signifikan mempengaruhi sikap masyarakat, termasuk dalam pola konsumsi media daring.

Media daring pada hakekatnya memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media konvensional seperti media cetak, televisi, dan radio. Nikki Usher (2014) dalam penelitiannya berjudul *Making News at New York Times* memaparkan tiga prinsip utama dalam jurnalisme daring, yakni kecepatan (*immediacy*), interaktivitas (*interactivity*), dan partisipasi (*participation*) (p. 5). Kecepatan dijelaskan sebagai kecakapan jurnalis daring untuk menyampaikan informasi secara real time, atau seolah bersamaan dengan waktu kejadian. Itu artinya jurnalis harus secepat mungkin memproduksi dan mendistribusikan informasi pada khalayak (Usher, 2014, p. 9). Interaktivitas dimaknai Usher (2014) sebagai hubungan interaksi antara khalayak dengan komputer di ruang digital. Melalui poin ini, sarat kemungkinan terjadi inovasi dalam penyampaian informasi pada khalayak (p. 13). Ketiga, partisipasi juga menjelaskan melibatkan interaksi, hanya saja interaksi antara khalayak dengan media terkait. Partisipasi media daring menantang khalayak untuk menghasilkan produk jurnalistik dengan nilai berita dan kebutuhan yang sesuai dengan

khalayak itu sendiri (Usher, 2014, p. 18).

Selain Usher, Kevin Kawamoto (2003) menjelaskan beberapa karakteristik utama dari jurnalisme digital, yakni *hypertextuality*, *interactivity*, *nonlinearity*, *multimedia*, *convergence*, serta *customization* dan *personalization*. *Hypertextuality* merupakan kemampuan media digital untuk melakukan linking dan layering dalam struktur hierarki yang nonlinear. *Interactivity* merupakan kemampuan interaksi antara manusia dengan mesin dalam pencarian informasi, maupun pendistribusiannya. *Nonlinearity* mengacu pada sajian informasi yang tidak berurut secara baku layaknya susunan *storytelling* pada umumnya, sehingga khalayak dapat memilih sendiri informasi secara acak. *Multimedia* mengacu pada platform digital yang menggunakan lebih dari satu media di dalam penyajiannya. *Covergence* merupakan peleburan teknologi dan platform yang sudah ada sebelumnya menjadi satu kesatuan. Sedangkan *Customization* dan *Personalization* adalah kemampuan media digital untuk membentuk konten sesuai dengan kebutuhan kebutuhan dan keinginan khalayak (p. 4). Selain itu, Ryan Thornburg (2010) memaparkan tiga faktor utama yang memisahkan jurnalisme daring dengan jurnalisme konvensional, yaitu multimedia, interaktivitas, dan personalisasi konten sesuai dengan keinginan khalayak (p. 8).

Paparan tersebut menunjukkan bahwa pada dasarnya media daring selangkah lebih maju dibandingkan media konvensional pada umumnya karena memiliki aspek-aspek tersebut. Media daring dapat memberikan konteks dan interaksi yang tidak dapat diperoleh dari media konvensional satu arah. Jurnalis di dalam media daring juga dituntut untuk bekerja cepat dengan tetap memerhatikan kualitas jurnalistik yang disuguhkan pada audiens. Sedangkan pengembang media diharapkan memerhatikan sisi interaksi dan personalisasi konten untuk memenuhi poin-poin media digital tersebut.

Berkaitan dengan konten, media daring juga memiliki sejumlah kanal yang kerap diberitakan oleh media massa konvensional. Beberapa di antaranya adalah kanal politik, hukum, metropolitan, olahraga, jalan-jalan,

dan sebagainya. Umumnya, kanal-kanal ini memiliki segmentasi pasar masing-masing yang didasarkan pada minat dan keinginan terhadap konsumsi suatu konten. Misalnya, seseorang yang senang dengan politik akan cenderung mengikuti konten-konten politik di media massa. Sementara itu, beberapa isu lain seolah tidak menjadi primadona di tengah masyarakat.

Riset yang dilakukan oleh Indonesian Digital Association (IDA) bersama Baidu Indonesia melalui Lembaga riset global GFK memaparkan bahwa isu ekonomi merupakan salah satu isu yang penggemarnya berada di bawah 30 persen dalam suatu berita (dalam Ali, 2016, para. 2). Melihat kondisi tersebut, rupanya isu ekonomi bukan menjadi *top of mind* masyarakat dalam mengakses berita. Sejatinya, masyarakat tidak akan langsung mencari isu ekonomi sebagai isu yang utama Ketika membuka halaman media daring.

Menilai fenomena tersebut, penulis menilai bahwa isu ini masih perlu diberitakan lebih luas lagi untuk semakin diminati dan dikenal masyarakat luas. Konten ekonomi tidak terlalu diminati karena cenderung stagnan dengan update harian yang fluktuatif sesuai dengan keadaan dunia. Misalkan bicara mengenai harga rupiah terhadap dolar yang berubah-ubah menguat dan melemah, lalu misaalkan mengenai harga emas yang terus ada informasi terbaru hariannya, tetapi berpusar di sana saja. Padahal, isu ekonomi lebih luas dan tidak hanya meliputi update harian yang selama ini menjadi persepsi masyarakat, Sebab, beragam kegiatan ekonomi seperti perhelatan olahraga, perencanaan program pemerintah, hingga tren populer di tengah masyarakat sangat berkaitan dengan aktivitas ekonomi mikro maupun makro.

Setelah menilai fenomena tersebut dan menimbang kredibilitas Katadata.co.id, penulis melihat bahwa Katadata merupakan media yang konsisten dalam mengangkat isu ekonomi yang tidak terkungkung pada *update* harian saja. Terdapat ragam kanal yang sebenarnya berkaitan dengan ekonomi nasional maupun internasional. Meski merupakan media berbasis isu ekonomi, Katadata tetap memiliki kanal-kanal lain yang dapat

melengkapi paparan ekonomi yang berusaha disampaikan Katadata.

Di samping itu, Katadata sebagai media daring banyak mengimplementasikan konsep-konsep media daring yang dapat diterapkan. Salah satunya adalah dengan fitur multimedia yang terletak dalam artikel, mulai dari sajian paparan data hingga audio visual *feature* yang memberikan konteks serta gambaran utuh mengenai sebuah isu. Isu yang di angkat juga tidak menggunakan bahasa yang menyulitkan pembaca untuk menerima informasi, tetapi justru dapat menyederhanakan bahasan yang sulit jadi mudah.

Maka dari itu, penulis ingin melakukan kerja magang secara langsung di Katadata untuk memperkaya wawasan dan memperoleh pembelajaran seputar hal-hal yang penulis sebutkan sebelumnya. Penulis berharap bahwa ada pengayaan informasi yang diperoleh dalam proses kerja magang di media daring berskala nasional seperti di Katadata

Dalam laporan ini akan dibahas bagaimana Katadata.co.id sebagai tempat bekerja penulis menerapkan alur kerja wartawan ekonomi, mulai dari proses penugasan hingga bagian penyuntingan. Penulis juga berharap ada penambahan ilmu terkait dengan proses kerja magang di media tersebut, terutama dalam pembelajaran seputar media daring dan media ekonomi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini merupakan proses pembelajaran penulis sekaligus menjadi syarat legitimasi kelulusan penulis dalam mata kuliah internship dalam universitas. Adapun terdapat beberapa tujuan lainnya sebagai berikut.

1. Memiliki pengalaman langsung berinteraksi dan bekerja dalam lingkup media profesional

2. Menerapkan pembelajaran jurnalistik di kelas yang selama ini diperoleh dari proses semester-semester sebelumnya
3. Membuktikan setiap ajaran dan konsep yang diterima di dalam kelas selaras dengan praktik kerja jurnalistik di media professional. Dalam proses ini, penulis kemudian dapat memberikan masukan serta informasi mengenai kesesuaian materi pembelajaran dengan praktik dunia nyata
4. Melatih penulis untuk semakin terasah dalam kemampuan esensi dalam bidang jurnalistik seperti menulis, mengambil gambar, dan Menyusun kerangka berpikir
5. Melatih diri untuk peka dan kritis terhadap isu serta tanggapan yang dilontarkan narasumber dalam kapasitas sewajarnya

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini penulis laksanakan dalam kurun waktu 60 hari kerja efektif, terhitung sejak tanggal 2 November 2020, tetapi hari kerja yang penulis kumpulkan dimulai sejak tanggal 3 November karena surat KM 1 dari universitas baru didapatkan pada tanggal tersebut. Dalam periode 60 hari kerja seharusnya penulis selesai pada tanggal 1 Januari 2021. Namun, karena ada beberapa libur nasional dalam periode itu, penulis berdiskusi dengan pimpinan Katadata dan memutuskan untuk mengakhiri kerja magang pada tanggal 5 Januari 2021.

Penulis diterima sebagai pemagang di Katadata sejak 28 Oktober 2020, tetapi diminta efektif bekerja pada tanggal 2 November 2020. Sehari-hari, waktu bekerja yang tertulis di dalam kontrak adalah pukul 8.30 WIB sampai 17.30 WIB. Namun, karena sedang masa pandemic COVID-19, penulis bekerja di rumah

dengan jam yang relatif sama. Namun, tak jarang pula penulis masih bekerja di luar jam kerja tersebut untuk beberapa urusan yang sifatnya lebih lentur seperti melakukan riset dan transkrip wawancara.

Selama masa magang, penulis sembari mengampu mata kuliah skripsi juga yang dikumpulkan pada semester ini juga. Selama proses bimbingan skripsi, penulis biasanya tidak mengambil waktu cuti dari magang karena Ketika bekerja secara daring penulis umumnya dapat mengatur kedua kegiatan agar tidak bertabrakan. Kerap kali, jika kebetulan waktunya bertabrakan, penulis meminta bimbingan skripsi lebih awal kepada pembimbing skripsi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum menjadi pemegang dalam Katadata, serangkaian proses lebih dahulu ditempuh oleh penulis. Proses dimulai dengan mencari lowongan pekerjaan dari platform pencarian kerja seperti Jobstreet. Akan tetapi, setelah menilai bahwa cara tersebut kurang efektif, penulis mencari informasi dari rekanan dan relasi penulis yang pernah melakukan magang di tempat-tempat yang diinginkan penulis, termasuk Katadata. Setelah mendapat rekomendasi dan informasi, penulis kemudian mengirimkan curriculum vitae (CV) beserta portfolio dan dokumen lainnya terkait pelamaran kerja via email. Pengiriman tersebut dilakukan dalam periode sekitar satu bulan, mulai dari September hingga Oktober 2020.

Setelah mendapat beberapa panggilan wawancara dari berbagai instansi media, penulis kemudian memilih berlabuh di Katdata.co.id. Sebenarnya saat itu terdapat beberapa panggilan wawancara yang memasuki tahap akhir, tetapi penulis mengambil keputusan untuk menjadi pemegang Katadata. Dalam proses wawancara, penulis menjelaskan identitas diri beserta kemampuan

dan capaian yang hendak diperoleh selama proses magang.

Melalui wawancara penulis mendapat informasi bahwa terdapat tiga pembagian besar dalam Katadata, yakni *news*, *data*, dan *multimedia*. Dalam divisi *news* sendiri terdapat beberapa pembagian berdasarkan bentuk *news* yakni *news insight*, *news feature*, dan *news* reguler. Setelah itu masih ada pula pembagian per kanal atau desk di dalamnya. Pada proses wawancara tersebut, penulis juga ditanyai mengenai penempatan yang diharapkan, kala itu penulis menilai tidak masalah untuk ditempatkan di divisi mana. Akhirnya, pada tanggal 28 Oktober 2020, penulis

dinyatakan diterima dalam Katadata sebagai pemegang di divisi *news*, di mana penulis nantinya akan digilir untuk mengisi beberapa kanal di dalam Katadata. Penulis diminta untuk mulai bekerja pada tanggal 2 November 2020. Bersamaan dengan itu, penulis juga mulai mengurus segala kepentingan untuk perizinan magang dari universitas, mulai dari pengumpulan lembaran KM, hingga pemenuhan syarat-syarat administrasi lainnya.

Dalam proses magang, penulis minta juga untuk dapat masuk dan bekerja di hari libur seperti Sabtu dan Minggu. Hal ini dikarenakan penulis tengah mengejar durasi 60 hari magang yang disyaratkan untuk lulus dari mata kuliah magang ini. Setelah berdiskusi secara langsung dengan Muhammad Nafi selaku Redaktur Eksekutif Katadata, penulis diperbolehkan untuk tetap magang di hari Sabtu dan Minggu dan akan mendapatkan penugasan. Berdasarkan jadwal dan ketentuan, penulis seharusnya dapat menyelesaikan magang pada tanggal 1 Januari 2021, tetapi penulis mengakhiri magang tanggal 5 Januari lantaran tetap mengambil libur pada hari-hari libur nasional, serta sempat izin satu hari karena mengurus keperluan penulisan skripsi.

Adapun prosedur lainnya meliputi permintaan approval KM 1 penulis ke Kaprodi Jurnalistik untuk dapat memulai perhitungan hari magang. Approval tersebut diperoleh penulis pada tanggal 3

November 2020. Itu sebabnya penulis baru mulai tercatat magang semenjak tanggal tersebut. Akibat pandemi COVID-19, pengisian KM lainnya mengikuti arahan dari universitas, yakni diisi secara daring dan diunduh dari platform my.umn.ac.id. Kemudian, pada tanggal 5 Januari 2020 penulis sudah mulai memberikan beberapa berkas final untuk ditandatangani pihak Katadata sebagai syarat legitimasi keabsahan kerja magang penulis.