



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan jurnalisme sangat tidak dapat dipisahkan. Dunia jurnalisme semakin berkembang mengikuti perkembangan teknologi untuk dapat terus mengikuti perkembangan zaman dan terus bisa menyediakan informasi atau konten untuk audiensnya. Dalam dunia media juga mengikuti perkembangan tersebut. Perkembangan teknologi dalam dunia media ini berkembang dari media tradisional, seperti radio, televisi, dan cetak menjadi media modern menggunakan kemampuan internet untuk mengaksesnya karena menggunakan platform-platform digital.

Dari tahun 2017 hingga 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertambah. Hal ini didukung oleh survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menunjukkan terdapat 143,26 juta pengguna internet pada 2017. Menurut APJII (dalam Audrey, 2021, p. 1), pada 2019 pengguna internet mengalami peningkatan sebanyak 73,7 persen dari total 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia, atau sebanyak 196,71 juta orang yang telah mendapatkan akses internet. Menurut Kurnandar (2021) dalam situs Katadata, pengguna internet di Indonesia pada Maret 2021 telah mencapai 212,35 juta jiwa dan membuat Indonesia menjai urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia setelah Tiongkok dan India.

Berdasarkan data tersebut, penulis melihat semakin banyak pengguna internet, semakin banyak juga masyarakat yang dapat mengakses berita atau informasi menggunakan internet seperti media sosial, laman, dan platform digital lainnya. Demikian, permintaan dan ketersediaan berita yang disediakan oleh media-media berita pun harus berjalan seiringan. Kondisi COVID-19 yang sudah melanda Indonesia sejak 2020 awal, membuat masyarakat semakin sering menggunakan *smartphone* atau perangkat digital lainnya untuk berkomunikasi, bekerja, hingga mendapatkan informasi. Berdasarkan artikel dari Kominfo (2021), Indonesia mengalami pergeseran penggunaan internet. Sebelumnya pemanfaatan internet

berada pada perkantoran, kampus, sekolah, dan tempat publik. Namun, sejak pandemi penggunaan internet bergeser ke perumahan, tempat tinggal, dan permukiman (Kominfo, 2021).

Media *online* atau digital pun semakin bertambah jumlahnya karena menyebarkan informasi yang dirasa semakin mudah karena perkembangan media digital dan internet. Beberapa media *online* yang bisa dibilang populer berdasarkan laman *Alexa.com* adalah *Tribunnews*, *Pikiran-rakyat*, *Okezone*, *Kompas*, *Detik*, *Sindonews*, dan *Kumparan*. Media-media *online* tersebut tidak hanya memiliki satu atau dua kanal berita saja, tetapi memiliki banyak kanal seperti *health*, *lifestyle*, *celebrities*, *politic*, *economy*, *business*, dan *sport*. Tidak jarang juga beberapa media memberi fokus pemberitaan pada pembahasan artikel-artikelnya, salah satunya adalah selebritas.

Dalam dunia jurnalistik, dikenal jurnalisme hiburan atau *entertainment journalism* yang memiliki informasi seputar dunia hiburan seperti seni, selebritas, dan artis. Sterling (2009, p. 527) menyebutkan bahwa jurnalisme hiburan ini berkaitan dengan informasi industri hiburan seperti film, musik, *fashion*, dan *video games* dengan tujuan yang sesuai dengan genrenya yakni menghibur. Selain itu, ada juga *lifestyle journalism* yang memiliki beberapa genre seperti *travel*, fesyen dan kecantikan, kesehatan dan kebugaran, makanan dan masakan, hidup dan berkebudayaan, *parenting* dan keluarga, selebritas, teknologi, dan horoskop (Hanusch, 2019, p. 195).

Di Indonesia, media yang berfokus pada pembahasan *entertainment* dan *lifestyle* sudah cukup banyak, bahkan beberapa media besar membuat media khusus dengan pembahasan tersebut. Beberapa media *online* selebritas dan *lifestyle* yang ada di Indonesia adalah *Fimela*, *Dream*, *Celebrity.okezone*, *Insertlive*, *Viva*, dan *Celebrities.id*. *Celebrities.id* merupakan media yang khusus membahas seputar selebritas dan *lifestyle*, baik artis nasional maupun internasional.

Celebrities.id merupakan media yang berada di bawah MNC Group yang merupakan perusahaan media yang sudah cukup lama dan banyak dikenal masyarakat Indonesia. Untuk menyesuaikan perkembangan zaman dan teknologi, *Celebrities.id* pun dibangun dengan fokus *output* di platform digital seperti media

sosial dan *website*. Berita yang dikeluarkan pun bermacam-macam, mulai dari infografik, artikel, foto, hingga video.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan utama penulis dalam melakukan praktik kerja magang di media *Celebrities.id* sebagai reporter artikel adalah untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah *Internship* yang harus diselesaikan oleh mahasiswa program studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, praktik kerja magang ini juga menjadi salah satu kesempatan bagi penulis untuk berkecimpung di dunia jurnalis atau media sehingga mendapatkan pengalaman kerja secara profesional.

Pada kesempatan tersebut, penulis mencoba untuk menerapkan hal-hal yang sudah dipelajari dari proses perkuliahan, utamanya adalah *News Writing*, *English Journalism*, dan *Interview and Reportage*. Tidak hanya sekadar membuat berita artikel, tetapi penulis juga mendapatkan pembelajaran alur koordinasi dan pembuatan artikel SEO yang tidak diajarkan selama menjalani proses perkuliahan. Sehubungan dengan pembuatan artikel berita yang berasal dari sumber-sumber media internasional, penulis juga menjadi banyak belajar perbendaharaan kata dalam bahasa Inggris dan menerjemahkannya ke bahasa Indonesia yang lebih nyaman dibaca.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis secara resmi melaksanakan kerja magang pada 2 September hingga 11 November 2021 atau selama 60 hari. Namun, karena ada beberapa liputan yang baru diarahkan pada hari terakhir, penulis harus menambah hingga 13 November 2021. Selama kerja magang, penulis mendapatkan 6 hari kerja dengan sistem *hybrid* yang bisa ditentukan sendiri jadwal libur, jadwal masuk, dan *work from home* atau *work from office*. Jam kerja juga diberikan secara fleksibel dari pagi hingga malam hari. Namun, penulis lebih sering mulai kerja magang jam 9 pagi dan berakhir pukul 6 sore.

Pada awal kerja magang, penulis memilih untuk libur di hari Senin karena mendapatkan kelas *Seminar Proposal for Journalism* pada hari tersebut pukul 11.00 sampai 14.00. Setelah tiga minggu, penulis akhirnya mengganti jadwal libur, yaitu di setiap hari Minggu supaya bisa mendapatkan waktu istirahat atau *day off* yang lebih optimal. Sementara di hari Senin, penulis memulai kerja magang pukul 8 pagi dan dilanjut pukul 2 siang supaya tidak berbenturan dengan kelas yang sedang diambil tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada Mohammad Saifulloh (redaktur pelaksana) yang juga berisikan portofolio. Kemudian, diberikan kontak HRD untuk dihubungi oleh penulis. Tidak lama, sekitar dua hari penulis sudah diterima oleh *Celebrities.id* dan *Human Resource Department* (HRD) langsung mengeluarkan surat pernyataan diterima magang pada 18 Agustus 2021.

Setelah surat penerimaan magang dikeluarkan, penulis langsung diminta untuk datang ke kantor untuk melakukan pertemuan dengan *user* dan arahan kerja magang. Namun, penulis belum bisa datang ke kantor karena masih berada di kota asal (Surabaya) dan masih terikat kerja *part time*. Penulis pun meminta keringanan untuk bisa menunda waktu mulai magang. Demikian, penulis baru bisa datang ke kantor *Celebrities.id* di Gedung SIndo pada 1 September 2021.

Sebelum mengajukan CV, penulis mengajukan terlebih dahulu KM-1 kepada pihak kampus, Setelah di-*approve*, penulis mengirimkan surat pengantar magang kepada pihak media. Tambahan, penulis tidak menghadapi proses wawancara atau uji tes apapun sebelum akhirnya diterima sebagai reporter magang.

Penulis memulai proses kerja magang pada 2 September 2021. Penulis langsung diberikan beberapa topik berita dengan menggunakan sumber media internasional. Dalam tahap ini, penulis masih mengerjakan uji coba menulis artikel dan langsung diunggah di laman resmi

Celebrities.id. Redpel juga langsung memberikan evaluasi untuk bisadigunakan pada hari-hari kerja magang berikutnya.