



### **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**

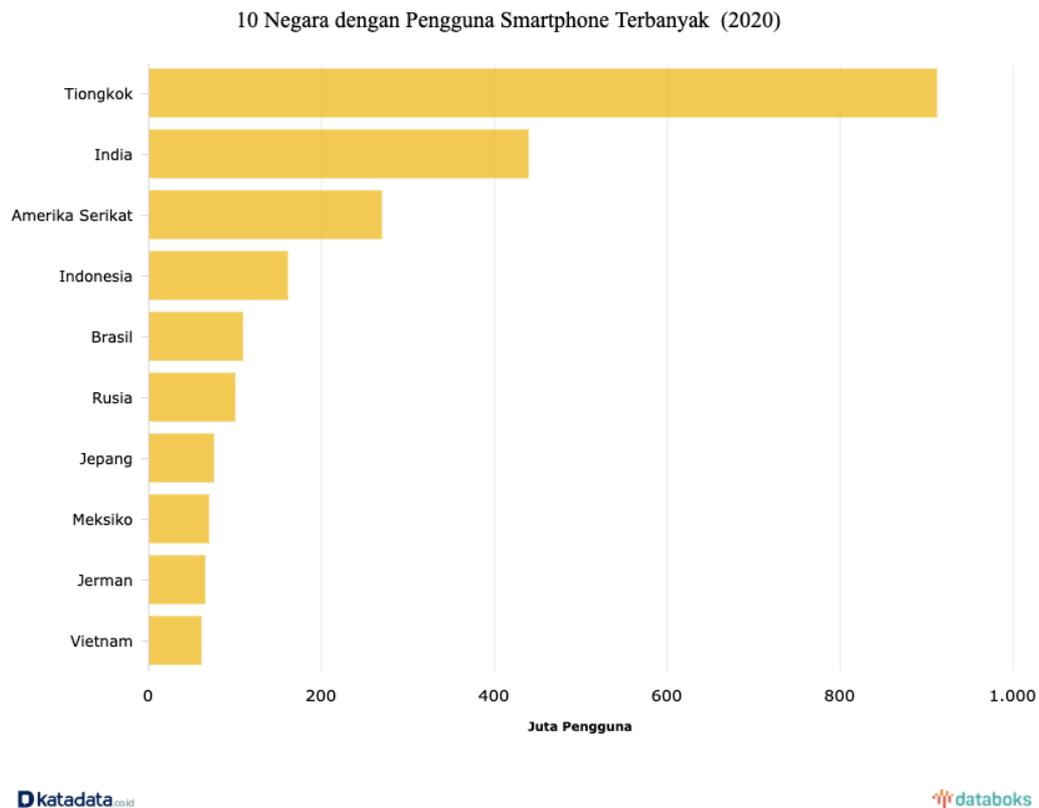
### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi komunikasi dan informasi juga berkembang begitu pesat. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah, memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, dan memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas. Informasi berkualitas yang dimaksud yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu (Wardiana, 2002).

Teknologi informasi dan komunikasi telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan, salah satunya yaitu memenuhi kebutuhan seseorang dalam hal mendapatkan informasi. Ditandai dengan teknologi yang satu ini telah memacu suatu cara baru dalam kehidupan yaitu *e-life*, yang berarti kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik menggunakan ponsel pintar atau *smartphone*. Selain itu, terdapat *e-commerce*, *e-government*, *e-education*, *e-library*, *e-journal*, *e-medicine*, *e-laboratory*, *e-biodiversity*, dan sebagainya (Wardiana, 2002).

Dengan menggunakan *smartphone*, jangkauan komunikasi dari satu orang ke orang lain menjadi lebih mudah. Bahkan, komunikasi dapat dilakukan dengan baik tanpa memerlukan tatap muka secara langsung. Setiap orang dapat terhubung, saling berbincang, berkomentar, dan membahas topik menarik. Dengan demikian, keberadaan *smartphone* menjadi kebutuhan dasar tersendiri bagi masyarakat. Selain dapat memudahkan proses komunikasi, *smartphone* juga berperan sebagai sarana untuk memudahkan pekerjaan dengan fasilitas mengakses informasi.

Berdasarkan informasi dari Newzoo, Indonesia menempati posisi keempat dengan 160,23 juta pengguna *smartphone*. Penetrasi *smartphone* di dalam negeri telah mencapai 56,6 persen dari total populasi (Katadata, para. 4, 2021).



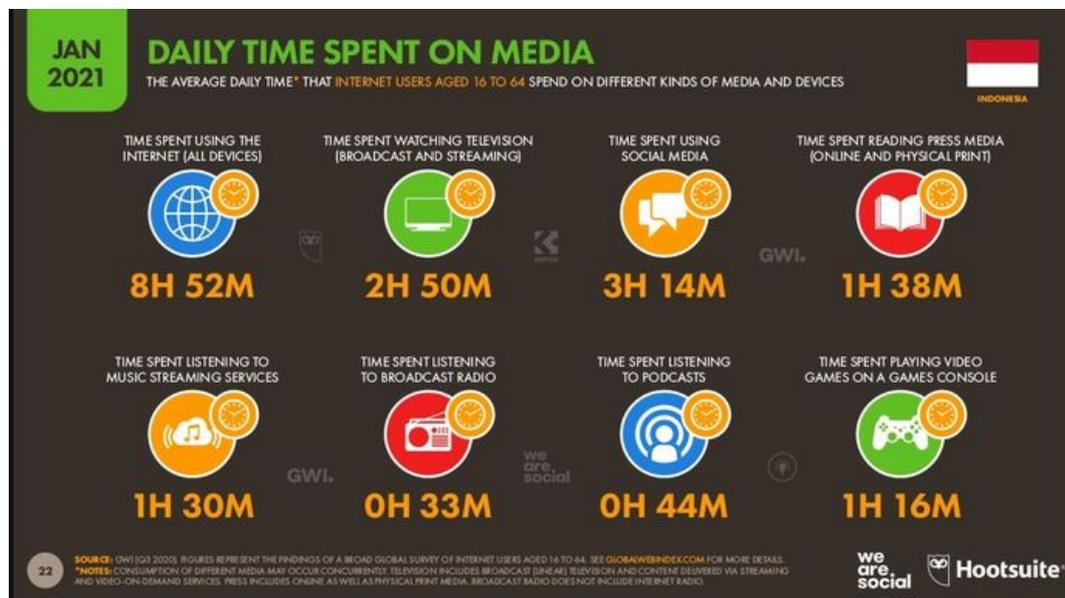
Gambar 1.1 Urutan Negara Pengguna *Smartphone* Terbanyak  
Sumber: Katadata (2021)

Sejalan dengan hal tersebut, statistik global *Stat Counter* (dalam *IDN Times*, 2021) menjelaskan terdapat beberapa *smartphone* yang menguasai pasar di Indonesia, meliputi Samsung 25,75 persen, Xiaomi 20,98 persen, Oppo 18,42 persen, iPhone 5,52 persen, ASUS 4,08 persen, Lenovo 1,85 persen, Huawei 1,13 persen.

*Smartphone* memang menawarkan fitur yang bervariasi, mulai dari yang sederhana seperti melakukan panggilan (*voice call*) dan mengirimkan pesan atau SMS (*short messaging service*), hingga melakukan pertukaran pesan secara instan seperti WhatsApp dan LINE. Selain itu, terdapat fitur yang rumit seperti melakukan panggilan tatap muka (*video call*) melalui Zoom, Google Meet, Skype dan sebagainya. Teknologi yang didukung oleh *provider*, dirancang untuk memudahkan para pengguna baik melakukan komunikasi, maupun mengakses informasi dari media massa secara *online*.

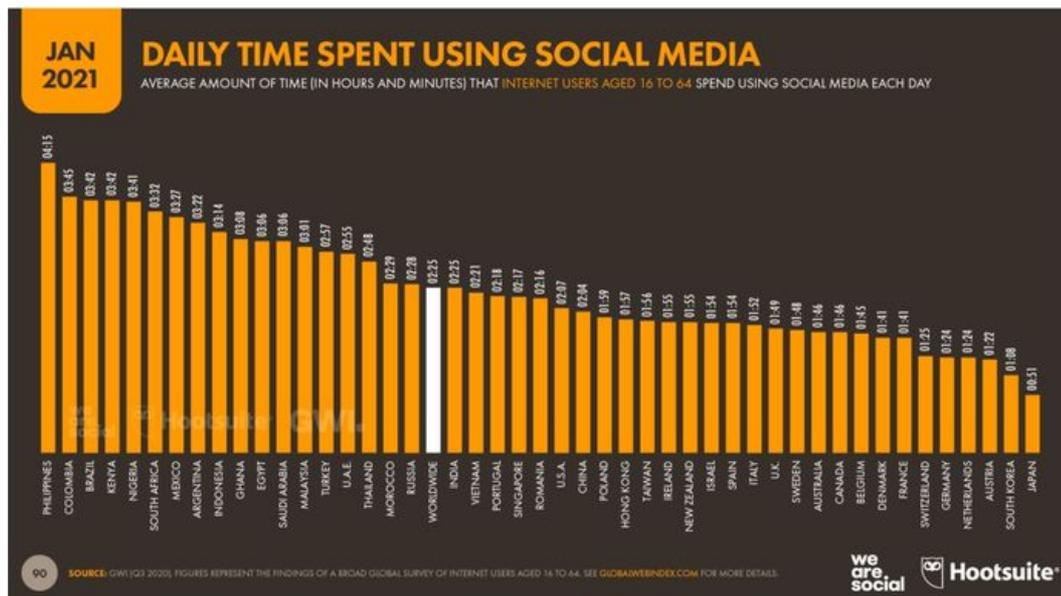
Fenomena tersebut tidak terlepas dari kemudahan seseorang dalam mengakses internet melalui *smartphone*, untuk mendapatkan informasi seperti berita, hiburan, dan media sosial. Dalam melakukan aktivitas komunikasi dengan internet, seseorang memanfaatkan jaringan yang saling terhubung antara satu perangkat dengan perangkat lainnya (Adiarsi, et.all, 2015).

Menurut We Are Social & Hootsuite (2021) dalam laporan *'Digital 2021: The Latest Insight Into The State of Digital'*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 14 menit sehari untuk mengakses media sosial.



Gambar 1.2 Persentase Rata-rata Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Sosial  
 Sumber: Kompas (2021)

Dari total populasi Indonesia sebanyak 274,9 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya mencapai 170 juta. Dapat disimpulkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi pada Januari 2021. Angka ini meningkat 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan tahun lalu (Kompas, para. 5, 2021).



Gambar 1.3 Persentase Rata-rata Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Sosial  
Sumber: Kompas (2021)

Nama Indonesia sendiri tercatat dalam daftar 10 besar negara yang kecanduan media sosial. Posisi Indonesia berada di peringkat 9 dari 47 negara yang dianalisis. Sebanyak 168,5 juta orang Indonesia menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone* atau tablet untuk mengakses media sosial, dengan penetrasi 99 persen (Kompas, para. 8, 2021).

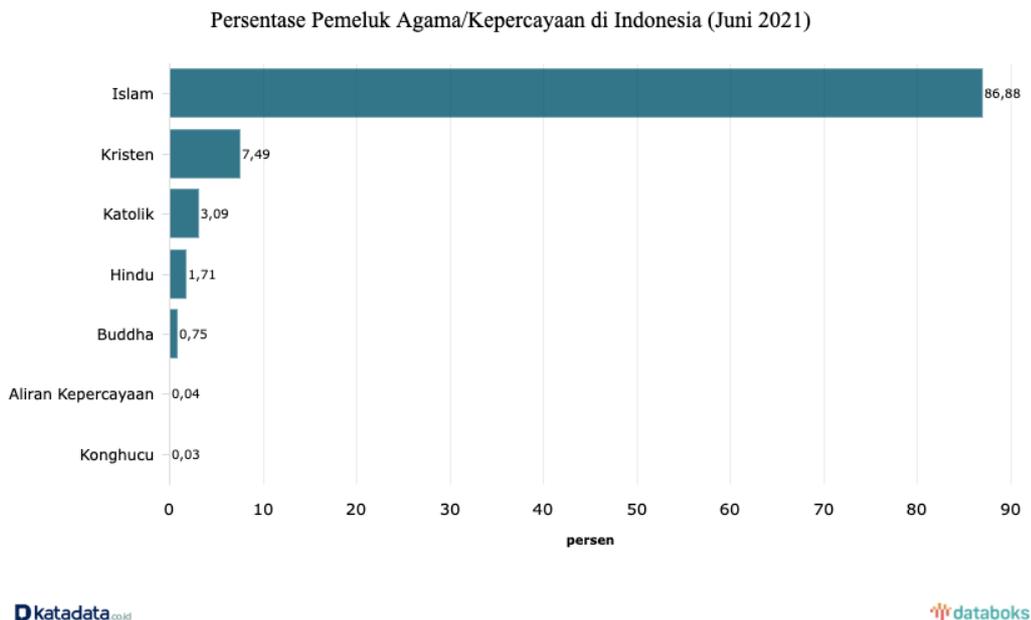
Kemudahan yang ditawarkan internet kerap membuat seseorang menjadi ketagihan menggunakan *smartphone*. Tak dapat dipungkiri, internet memang membawa banyak manfaat kepada penggunanya. Akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia, dapat dilakukan hanya dengan hitungan detik. Internet juga dapat menembus batas dimensi kehidupan penggunanya, karena dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun. Hanya dengan fasilitas *search engine* di situs pencari informasi, pengguna dapat menemukan banyak pilihan informasi yang relevan dengan kata kunci.

Tidak heran, banyak media massa konvensional yang beralih ke media digital untuk mempertahankan eksistensinya. Surat kabar sebagai salah satu media tertua telah mengalami kemunduran sejak revolusi teknologi. Kehadiran radio, film, dan televisi turut menjadi penyebab penurunan minat masyarakat terhadap surat

kabar. Terlebih, internet yang mendominasi dunia teknologi semakin menenggelamkan surat kabar yang berada dalam ambang kehancuran.

Revolusi teknologi yang terjadi terus menerus menyebabkan konvergensi media yang lebih beragam. Konvergensi merupakan penggabungan seperangkat media komunikasi tradisional dengan internet, yang tentunya akan membawa perubahan dalam penyediaan, pemrosesan, dan distribusi pada seluruh bentuk media informasi baik audio maupun visual (Preston, 2001). Proses konvergensi media konvensional menuju media digital berlangsung dengan cepat, karena masyarakat lebih memilih mendapatkan informasi melalui internet dengan mengakses jejaring sosial dan portal berita *online* dibandingkan dengan surat kabar.

Sama halnya dengan media *online* tempat penulis melakukan kerja magang yaitu *Dream.co.id*. Media yang satu ini lahir sebagai media *online* dan mulai beroperasi pada bulan April 2014, fokus pada selebritis, kuliner, gaya hidup, kecantikan, kesehatan, *parenting*, *travel*, ekonomi syariah, dan komunitas para hijaber. Berbeda dengan media lainnya, *Dream.co.id* menjadi situs muslim *lifestyle* pertama di Indonesia. Mengingat sebanyak 86,88 persen penduduk Indonesia memeluk agama Islam, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia merupakan muslim (Katadata, 2021, para. 1). Dengan demikian, target pembaca dari media yang tersegmentasi seperti *Dream.co.id* jumlahnya sangat banyak.



Gambar 1.4 Persentase Pemeluk Agama/Kepercayaan di Indonesia Periode Juni 2021  
Sumber: Kemendagri dalam Kata Data (2021)

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di *Dream.co.id*. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan sikap toleransi penulis terhadap media *lifestyle* muslim. Palsalnya topik mengenai gaya hidup dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga pengemasannya cenderung lebih ringan dan mudah dibaca (*Investor*, 2015, para. 3). Bahkan, *journalism lifestyle* telah menjadi tren terkini dalam konteks inovasi jurnalisme global (*Investor*, 2015, para. 6). Penulis merasa hal ini dapat menjadi peluang yang besar untuk meningkatkan kemampuan menulis di bidang yang tengah diminati dalam skala global.

Meski tidak mendapatkan gaji, penulis tidak merasa keberatan karena ingin mengetahui kinerja reporter dan perbedaan antara situs muslim dengan situs lain yang tidak tersegmentasi. Sementara dalam hal target pembaca berdasarkan gender, *Dream.co.id* tidak membatasi segmentasi terhadap perempuan maupun laki-laki. Terdapat dua kanal yang memudahkan pembaca dalam memilih, yaitu kanal *women* dan *men*.

Dalam laporan ini, penulis juga akan membahas alur kerja seorang reporter magang dalam memproduksi karya jurnalistik berupa artikel berita. Melalui kesempatan kerja magang, setiap pembelajaran dan pengetahuan terkait ilmu

jurnalistik akan menjadi wawasan tambahan bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Selain untuk pemenuhan syarat kelulusan dalam mata kuliah *Internship* bagi penulis sebagai mahasiswa Program Studi Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, praktik kerja magang dilakukan untuk memenuhi tujuan lainnya yaitu sebagai berikut.

1. Mengasah kemampuan dan pengetahuan penulis terkait ilmu jurnalistik yang telah diperoleh selama perkuliahan di kampus, untuk dipraktikkan langsung melalui kerja magang di *Dream.co.id*.
2. Mengetahui alur produksi karya jurnalistik berupa artikel yang berasal dari acuan media internasional dan liputan secara daring, terutama di masa pandemi Covid-19 yang menuntut segala pekerjaan untuk dilakukan dari rumah.
3. Menambah pengetahuan mengenai strategi yang dilakukan *Dream.co.id* dalam memproduksi karya jurnalistik yang dikemas secara ringan.
4. Memiliki pengalaman kerja yang berharga di media sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya setelah lulus kuliah.
5. Mendapatkan peluang yang lebih besar untuk diterima sebagai karyawan tetap di perusahaan magang, serta kesempatan untuk bertemu orang-orang baru yang berpengalaman di dunia kerja.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Penulis memulai praktik kerja magang pada 19 Juli 2021 hingga 10 November 2021. Namun baru terhitung dan diakui kampus pada tanggal 10 Agustus 2021, padahal penulis sudah bekerja sejak pertengahan bulan Juli. Berarti kurang lebih sekitar dua minggu penulis bekerja, tetapi tidak dianggap masuk dalam absensi. Meski begitu, penulis tidak merasa sia-sia karena mendapatkan pengalaman bekerja yang lebih lama.

Penulis melakukan praktik kerja magang dari rumah selama lima hari dalam satu minggu atau dari Senin hingga Jumat, sementara Sabtu, Minggu, dan tanggal merah penulis dianggap libur. Dalam hal jam kerja, penulis bekerja selama sembilan jam mulai dari pukul 9 pagi hingga 6 sore. Namun, tidak ada patokan khusus kapan penulis akan mulai dan berakhir, semua tergantung pada kecepatan penulis dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan.

Bersamaan dengan berjalannya kerja magang, penulis mengambil empat mata kuliah yang belum diambil sebelumnya yaitu Seminar Proposal Berbasis Karya (Senin pukul 14.00), *Data Driven Storytelling* (Selasa pukul 08.00), *Digital Fact-Checking* (Kamis pukul 14.00), dan *Mobile and Social Media Content Production* (Jumat pukul 08.00). Dengan jadwal kegiatan yang cukup padat, penulis sangat bersyukur mendapatkan Wakil Pemimpin Redaksi yang memiliki toleransi tinggi. Kak Sandy Adam Mahaputra memberikan keringan kepada penulis dan teman-teman peserta magang lainnya, dengan tidak memberikan tugas pada jam kuliah.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Sebelum penulis memulai semua rangkaian persiapan magang, penulis mengikuti bimbingan magang yang diadakan oleh kampus sebagai pembekalan mahasiswa yang akan menjadi peserta magang. Setelah itu, penulis mulai mempersiapkan *curriculum vitae* (CV) dan mengumpulkan seluruh portofolio ke dalam Google Drive pada awal bulan Juli. Setelah persiapan selesai, pada tanggal 8 Juli 2021 penulis mulai mengirimkan CV dan tautan portofolio kepada berbagai media yang membuka lowongan magang sebagai reporter, *content writer*, maupun *voiceover* melalui LinkedIn. Sejumlah media yang dimaksud yaitu *CNBC*, *Detikcom*, *Kompas.com*, *Liputan6*, *Heartline*, *Narasi*, *IDN Times*, dan *Dream.co.id*.

Satu minggu lamanya menunggu kabar, penulis merasa cemas karena tidak ada satupun media yang membalas surel. Penulis menjadi khawatir ketika mengetahui informasi yang menyatakan bahwa banyak perusahaan media melakukan pengurangan jumlah karyawan dan menolak karyawan magang

untuk meminimalisasi penyebaran virus Covid-19. Seperti yang dilakukan oleh Berita Satu, mereka menolak peserta magang lantaran dianggap memicu risiko. Selain itu, beberapa teman mahasiswa juga telah diterima oleh perusahaan tentunya membuat penulis semakin takut tertinggal sendirian menghadapi sulitnya mencari perusahaan magang.

Penulis memang memiliki ketertarikan pada bidang penulisan, karena situasi dan kondisi sulit seperti pandemi mendorong penulis untuk memilih pekerjaan yang dapat dilakukan dari rumah. Awalnya penulis hanya dihubungi oleh tim KapanLagi Youniverse melalui telepon, untuk melakukan wawancara dengan pemimpin redaksi salah satu anak perusahaannya yaitu *Dream.co.id*. Setelah melewati proses wawancara yang bersifat santai selama 30 menit, penulis langsung diterima untuk posisi reporter magang *online*. Sedangkan beberapa media lainnya tidak memberikan kabar sama sekali, sehingga penulis berasumsi bahwa telah gagal melewati tahap *screening* CV. Tanpa berpikir panjang, penulis langsung menerima tawaran magang di *Dream.co.id* karena saat itu hanya ada satu pilihan antara lega telah mendapatkan perusahaan magang atau nekat menolak dan berharap akan dihubungi oleh media lain.

Baru dua hari bekerja di *Dream.co.id*, HR IDN Times tiba-tiba membalas surel penulis dengan memberikan jadwal untuk wawancara. Penulis pun bingung menanggapi hal ini, karena penulis sangat tertarik untuk bekerja di perusahaan media ternama seperti IDN Times. Di sisi lain, penulis sudah mendapatkan lingkungan pekerjaan yang nyaman. Setelah melewati pertimbangan yang berat, akhirnya penulis mengajukan permohonan maaf kepada IDN Times. Penulis terpaksa menolak tawaran IDN Times, karena risikonya terlalu besar bagi penulis ke depannya. Penulis belum memiliki gambaran terhadap aturan, jam kerja, dan tim magang di IDN Times. Jika penulis menerima IDN Times dan meninggalkan *Dream.co.id*, penulis mungkin akan dianggap sebagai peserta magang yang tidak profesional. Akhirnya penulis melanjutkan bekerja di *Dream.co.id* dan tidak ada penyesalan sedikitpun telah mempertahankan pilihan kepada *Dream.co.id*.

Bekerja sebagai reporter magang *online* di *Dream.co.id* rupanya sangat menyenangkan, karena seluruh anggota tim meliputi pemimpin redaksi, jajaran redaksi, reporter tetap, dan teman-teman peserta magang lainnya selalu membantu penulis ketika mengalami kesulitan. Pekerjaan penulis dan tim magang setiap harinya yaitu memproduksi karya jurnalistik berupa artikel berita yang dipublikasikan melalui situs *Dream.co.id*. Dalam satu hari, penulis dapat menulis dua hingga tujuh artikel yang sudah termasuk dengan hasil peliputan.

Selama magang berlangsung, penulis tetap menjalani perkuliahan seperti biasa dari hari Senin hingga Jumat. Penulis juga tak lupa mengurus serangkaian dokumen yang diperlukan seperti KM-1, KM-2, KM-3, dan lainnya, sekaligus menyusun laporan kerja magang di waktu yang terpaut singkat.