



### **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**

Pada zaman modern ini teknologi semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini membuat setiap orang mulai memanfaatkannya karena kegunaannya yang dinilai lebih praktis dan juga efisien. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi mulai membuat manusia tidak pernah luput dari suatu perangkat yang bernama telepon cerdas atau *smartphone*. Pada zaman serba teknologi ini juga, hampir seluruh manusia di dunia telah menggunakan *smartphone* sebagai kebutuhan mereka sehari-hari karena penggunaannya yang mudah serta dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh *platform* manajemen media sosial *hootsuite* dan agensi sosial *we are social* menunjukkan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia sendiri pada 2020 jumlahnya telah mencapai 338,2 juta penduduk, sedangkan populasi penduduk di Indonesia hanya mencapai 272,1 juta, sehingga dapat disimpulkan bahwa satu orang memiliki lebih dari satu *smartphone*.

Begitu juga dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini yang membuat masyarakat untuk mengumpulkan, membahas, hingga saling bertukar informasi secara mudah dan aktual. Masyarakat dalam proses hingga bertukar informasi juga didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih dari tahun ke tahun, sehingga informasi yang diperoleh maupun dimuat oleh masyarakat semakin praktis akibat penggunaan teknologi komunikasi yang canggih.

Zaman terus berkembang dan didukung oleh kemajuan teknologi yang kini telah menghadirkan media baru atau yang disebut dengan media daring atau *online*. Media daring atau *online* merupakan suatu produk jurnalistik *online* atau *cyberjournalism* yang melaporkan fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang didapatkannya, kemudian diproduksi dan disebarluaskan melalui internet (Romli, 2012, p. 30). Media daring hadir didukung dengan jaringan internet yang dapat memudahkan akses pengguna media hanya melalui *gadget* yang dipergunakan setiap hari untuk memperoleh informasi yang cepat dan akurat.

Media daring sendiri mulai bergerak pada awal tahun 1990 dengan kemunculan *Chicago Tribune* pada 1992 sebagai media daring pertama di dunia, sedangkan di Indonesia sendiri, portal berita yang pertama hadir adalah *Republika Online* dengan alamat *Republika.co.id* dan tayang perdana pada 17 Agustus 1994 (Maharani & Pasandaran, 2018, p. 70). Setelah itu, mulai banyak bermunculan media-media daring lainnya seperti *Tempo.co* yang muncul pada 1996, *Detik.com* pada 1998 sebagai pelopor media *online* yang berdiri sendiri, dan masih banyak media *online* yang terus bermunculan seiring perkembangan teknologi internet sekarang. Ketua Dewan Pers 2016-2019 Yosep Adi Prasetyo memperkirakan jumlah media massa di Indonesia mencapai 47.000 media dan media daring mencapai 43.300 (Jurnal Dewan Pers, November 2018) kemudian sekitar 2000 sampai 3000 merupakan media cetak dan sisanya adalah media radio dan televisi.

Romli (2012, p. 33), juga mengutarakan karakteristik dari media daring yang sekaligus menjadi kelebihan media daring dibandingkan media konvensional yaitu seperti.

- Multimedia, dimana suatu media dapat menyajikan berita atau informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- Aktualitas, dimana suatu media berisikan info aktual karena kemudahan dan kecepatan aktualnya.
- Cepat, berita dapat cepat di unggah dan dapat langsung diakses oleh semua orang.
- *Update*, dimana sebuah pembaruan (*update*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional.
- Kapasitas luas, media daring memiliki halaman web yang dapat menampung dan menyimpan naskah yang sangat panjang.
- Fleksibilitas, dimana merupakan pemuatan dan editing naskah bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Adapun kekurangan atau kelemahan dari media daring yaitu ketergantungan dengan koneksi internet karena jika tidak ada koneksi internet maka media daring tidak dapat diakses, kemudian media daring dapat dimanfaatkan semua orang termasuk orang yang tidak memiliki keterampilan menulis sehingga terkadang munculnya berita-berita palsu atau *hoax*, lalu kecenderungan mata yang mudah lelah akibat membaca berita yang panjang melalui media daring, dan terakhir

akurasi yang sering diabaikan karena mengutamakan kecepatan (Romli, 2012, p. 34).

Hadirnya media daring, tentu melahirkan jurnalisme daring sebagai cara baru dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Jurnalisme daring sendiri menurut Romli (2012, p.16) adalah proses penyampaian informasi melalui media yang berbasiskan internet. Adapun beberapa kekuatan atau potensi yang dimiliki jurnalisme *online* sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat menurut Muliawanti (2018, p.57), adalah sebagai berikut :

- Audiens bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya atau yang *audience control*.
- Setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (*nonliernarity*).
- Berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (*storage dan retrieval*).
- Jumlah berita yang disampaikan menjadi jauh lebih lengkap (*unlimited space*).
- Informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*).
- Redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar, animasi, video, dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*multimedia capability*).
- Terakhir, memungkinkan adanya interaksi antara jurnalis dan khalayak atau yang disebut *interactivity*.

Menurut Solihin (2020), menulis sebuah berita di media daring seperti mempromosikan sebuah produk di keramaian karena jika ada beberapa kesalahan pembaca bisa langsung beralih ke media lain yang menurut mereka jauh lebih baik dari segi kualitas informasi dan sejenisnya, terlebih saat ini media daring sudah banyak bermunculan dan masing-masing mulai menawarkan berbagai informasi plus serta kemudahan fitur atau aksesnya yang dapat meningkatkan jumlah pembaca.

Menurut Craig yang dikutip dalam Gabrielle (2020), berikut merupakan cara dasar bagi *content writer* untuk menulis artikel di media daring.

- *Newsgroup* di internet : *Newsgroup* adalah penampungan data yang berisikan artikel, tulisan, diskusi yang ada di internet dan tertampung dalam *usenet*. Di era modern, *newsgroup and usenet* sendiri sudah mulai jarang digunakan
- Blog dan forum diskusi : Ide dan informasi dapat didapatkan dari berbagai blog dan forum diskusi seperti Kaskus, Reddit, dan media daring lainnya seperti *Kumparan*, *Kompas*, *Detik*, dan lain-lain.
- Mesin pencari : Seorang penulis konten juga dapat mencari informasi lewat mesin pencari untuk mencari kata kunci atau tema yang dipergunakan untuk mencari ide dan informasi yang dibutuhkan dalam sebuah artikel.
- *Mailing list* : *Mailing list* terutama *electronic mailing list* adalah saat seseorang mendaftarkan alamat *e-mail* mereka agar dikirimkan informasi-informasi yang bersangkutan dengan organisasi pengirim dan lainnya.
- Situs berita lainnya : Seorang penulis konten dapat menggunakan situs berita lainnya sebagai sumber ide penulisan artikel mereka. Misalnya menulis berita lanjutan, atau artikel opini dari berita tersebut atau hanya sekedar menerjemahkan artikel dari bahasa asing.

Pada kesempatan kali ini, penulis melakukan praktik kerja magang di salah satu media daring yaitu *Jejak Digital.co*. *Jejak Digital.co* sendiri merupakan media daring yang memberikan informasi kepada masyarakat luas layaknya media daring-daring ternama seperti *Kumparan*, *Detik.com*, dan lain-lain. *Jejak Digital.co* juga merupakan media daring yang baru hadir pada tahun 2019 dengan misi membuka ruang diskusi, ruang ide, sastra dan seni untuk menghidupkan nilai kritis di masyarakat, bahwa ada semangat yang harus terus dijaga. *Jejak Digital.co* setiap harinya selalu memberikan berita terbaru melalui media sosial (@*jejakdigital.co*), namun belakangan bulan ini *Jejak Digital.co* sudah tidak memberikan informasi terbaru. Sepengetahuan penulis, *Jejak Digital.co* saat ini sedang sibuk melakukan pindahan kantor, dan saat ini masih belum dibuka pendaftaran lagi bagi calon mahasiswa magang di *batch* selanjutnya.

Penulis mendapat kesempatan untuk bekerja di divisi *Content Writer*. *Content Writer* atau dalam bahasa Indonesia penulis konten merupakan profesi yang sudah ada sejak lama dan sering dijumpai dalam surat kabar atau majalah. Pada era digital saat ini *content writer* adalah seorang penulis profesional yang memproduksi konten-konten menarik di media daring dan konten tersebut dapat berupa artikel, blog, kiriman di sosial media, ataupun apapun yang ditulis berbasis *online*, selain itu *content writer* juga memiliki tanggung jawab lain yaitu memastikan agar *website*, gambar, tulisan yang dibuatnya selaras dan berkaitan (Widyaningrum, dikutip dalam Santosa, 2020, p.4). Namun, selama praktik kerja magang, penulis tidak hanya diberikan kerjaan sebagai *content writer* saja, akan tetapi penulis diberikan pekerjaan tambahan yaitu sebagai *content analyst*. Dimana penulis diminta untuk mencari tahu berita-berita yang sedang ramai dan memilah mana berita yang layak untuk diunggah ke *website* dan media sosial dari *Jejak Digital.co*, Maka dari itu, penulis menggunakan judul “Proses Kerja Jurnalistik *Online* di *Jejak Digital.co*” dan laporan ini dibuat untuk menjelaskan proses kerja penulis sebagai *content writer* dan *content analyst* selama praktik kerja magang di media daring *Jejak Digital.co*.

## 1.2 Tujuan Kerja magang

Praktik kerja magang adalah suatu kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan mahasiswa dalam dunia kerja nyata. Selain itu, praktik kerja magang juga menjadi salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Dalam proses kerja magang di *Jejak Digital*, penulis mendapatkan pengalaman bagaimana pengalaman alur kerja di industri media dan memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan materi-materi yang sudah diajarkan di masa perkuliahan. Selain itu, tujuan dari praktik kerja magang ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama enam semester menjalani perkuliahan terhadap suasana praktik kerja di lapangan.
2. Memperoleh pengalaman kerja di industri media dan ikut berpartisipasi langsung pada tahapan proses memproduksi karya di industri media terutama media daring.
3. Mahasiswa jurnalistik mampu mengembangkan kemampuan yang

dimiliki dan menambah wawasan tentang praktik kerja di industri media.

4. Memahami dan mengaplikasikan peran sebagai *content writer* dan *content analyst* di media daring.

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

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

Pelaksanaan waktu kerja magang di *Jejak Digital* berlangsung selama 90 hari kerja atau 3 bulan yang berlangsung mulai tanggal 2 Agustus 2021 hingga 2 November 2021. Jam kerja di *Jejak Digital.co* dapat dikatakan sangat tidak terlalu ketat, karena jam kerja dimulai dari pukul 11.00 WIB hingga 16.00 WIB. Dan juga pada masa itu sedang berlangsung PPKM Darurat akibat lonjakan virus Corona yang meningkat maka penulis melakukan praktik kerja magang terbagi menjadi dua yaitu *Work From Office* (WFO) yang dilakukan selama hari Senin dan Rabu, sedangkan Selasa, Kamis, dan Jumat bekerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH).

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

Akibat berlakunya masa PPKM Darurat yang dikarenakan naiknya lonjakan khusus positif virus Corona di Indonesia terutama di Jakarta menyebabkan beberapa perusahaan terutama industri media untuk tidak menerima praktik kerja magang bagi mahasiswa. Sebelum melaksanakan praktik kerja magang di *Jejak Digital.co* penulis sebelumnya telah mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke beberapa perusahaan media seperti *Vidio.com*, *Indosport.com*, dan *Kumparan*, namun tidak mendapat respon sama sekali dari perusahaan tersebut.

Pada 6 Juli 2021 penulis mendapatkan informasi dari salah satu teman penulis yang sedang mencari magang juga bahwa sebuah media yang bernama *Jejak Digital* sedang membuka program internship bagi mahasiswa. Pada saat itu *Jejak Digital* sedang membuka lowongan untuk posisi sosial media, *content writer*, dan *graphic design*.

Setelah mendapatkan informasi tersebut, tepat pada 8 Juli 2021 penulis mengirimkan surat pengantar magang yang berisikan CV dan portfolio ke email [magangjejak@gmail.com](mailto:magangjejak@gmail.com), dengan melamar sebagai bagian *content writer*.

Pada 11 Juli 2021 penulis mendapatkan balasan via *email* bahwa penulis

terseleksi pada tahap 1 untuk program magang. Sebelum diterima, pada tahap 1 tersebut penulis diminta untuk membuat dua artikel dalam bentuk *hard news* dan *entertainment*. Tema yang diberikan untuk berita hardnews yaitu tentang Indonesia Darurat Covid-19, dan untuk entertainment tema yang diberikan yaitu *Lifestyle* atau hal ter-update di industri hiburan tanah air, dengan batas pengumpulan yang diberikan pada saat itu adalah 15 Juli 2021.

Tidak berselang lama setelah mengumpulkan artikel yang diminta pada tahap 1, pada 19 Juli 2021, penulis mendapat balasan *email* lagi yang meminta untuk mengonfirmasi jadwal *interview* melalui nomor *Whatsapp* yang diberikan. Pada hari itu juga, penulis langsung mengonfirmasi jadwal wawancara dan akan dilakukan pada Kamis, 22 Juli 2021, pukul 19.35 WIB, melalui *Google Meet*.

Setelah melakukan wawancara, hari keesokannya, 23 Juli 2021, penulis mendapat pesan dari Jejak Digital bahwa penulis diterima dalam program *internship* batch 4. Penulis pun diminta untuk mulai kerja pada tanggal 2 Agustus 2021 hingga 2 November 2021 sebagai *content writer* di *Jejak Digital*.