



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Romli (2012, p.34) perkembangan media *online* saat ini adalah perkembangan media ketiga setelah media cetak dan elektronik. Di era ini terjadi penyesuaian dari media bentuk konvensional ke media yang lebih sederhana dan ringkas. Bukan hanya penyederhanaan, media *online* juga mengalami perkembangan, yaitu adanya konten pelengkap teks seperti grafik, gambar, maupun video.

Perkembangan media *online* sebagai bentuk jurnalisme baru berawal sejak ditemukannya teknologi komputer yang disertai dengan adanya internet. Dengan munculnya internet sekitar tahun 1990, mempermudah proses jurnalistik *online*. 17 Januari 1998 adalah tanggal yang diperkirakan sebagai hari kelahiran jurnalisme *online*. Saat itu Mark Drudge menggunakan laptop dan modemnya mempublikasi perselingkuhan antara Presiden Amerika Serikat Bill Clinton, dan Monica Lewinsky melalui website *Drudge Report* (Romli, 2012, p. 8-9).

Perkembangan media *online* di Indonesia berawal sejak runtuhnya pemerintahan Soeharto tanggal 21 Mei 1998. Saat itu pers nasional mulai hadir seperti *detik.com*, *bidik.com*, *mandiri-online.com*, dan *berpolitik.com*. Di era inilah mulai bermunculan situs *online* berita dan awal mulanya jurnalisme *online* (Romli, 2012).

Sebagai media yang sangat dekat dengan manusia dalam penyampaian informasi, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media *online* tercatat masih rendah dibanding media televisi. Hal tersebut berdasarkan survei IDN *Research Institute* dengan judul “*Indonesian Millennial Report 2020*.” Hasil survei menunjukkan 89 persen masyarakat Indonesia yang berusia 21 hingga 36 tahun lebih percaya terhadap tayangan televisi. Urutan berikutnya *online video*, dengan persentase 67 persen, barulah *news portal* sebesar 28 persen (*Indonesia-Millennial-Report-2020-by-IDN-Research-Institute.Pdf*, n.d.).

Meskipun televisi memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibanding media *online*, ada sejumlah karakteristik yang menjadi keunggulan media *online* dibanding media lainnya. Pertama ialah *unlimited space*, artinya berita dapat ditulis sedetail mungkin tanpa memikirkan batasan jumlah kata yang ditentukan. Meski memiliki keleluasaan terkait panjang atau pendeknya berita, media *online* memiliki kecenderungan menampilkan berita yang singkat dan padat. Kedua adalah *audience control*, pembaca memiliki kehendak bebas dalam memilih berita apa yang ingin dibaca sesuai dengan kebutuhan, keinginan, atau ketertarikannya terhadap suatu hal tertentu. Keempat adalah *non-lienarity*, berita yang disajikan berdiri sendiri-sendiri, dengan fokus terhadap hal tertentu. Hal ini membuat pembaca tidak perlu membaca secara keseluruhan kronologi berita, pembaca dapat memilih sesuai fokus yang ingin dibaca. Kelima adalah *storage and retrieval*, berita yang ditulis secara *online* dapat tersimpan sampai kapanpun, dan dapat diakses di manapun jika pembaca ingin membaca kembali. Keenam adalah *Immediacy*, berita yang diproduksi secara *online* lebih unggul dari sisi kecepatan, dikarenakan kepraktisan saat memproduksi berita. Ketujuh adalah *Multimedia capability*, berita yang didistribusikan secara *online* lebih kaya akan multimedia, seperti suara, gambar, video, grafis dan lain sebagainya. Kedelapan adalah *interactivity*, pembaca dapat berinteraksi langsung dengan pemilik media, maupun pembaca lain, dengan cara berkomentar di kolom komentar (Iskandar & Lestari, 2016).

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap media *online*, *Metro TV* menghadirkan *Medcom.id* sebagai upaya untuk menyongsong digitalisasi. Hadirnya *Medcom.id* diharapkan dapat memberikan informasi yang terpercaya kepada masyarakat Indonesia, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap media berita *online* (Perkasa, 2020).

Penulis melihat *Medcom.id* memiliki prospek yang baik ke depan. Hal ini dikarenakan *Medcom.id* berada di bawah naungan Media Group News yang memiliki media televisi *Metro TV* dan Media Cetak *Media Indonesia* serta anak perusahaan lainnya yang bergerak di bidang jurnalistik maupun non jurnalistik. Jangkauan Media Group News yang luas, bukan hanya dapat memberikan pengalaman secara praktik kerja jurnalistik kepada penulis, tetapi juga memberikan relasi dengan banyak orang di lingkup kerja Media Group News.

Medcom.id sebagai salah satu media *online* di Indonesia memiliki tekad untuk menghadirkan bentuk jurnalistik baru dengan karakteristik jurnalisisme lama. Jurnalistik lama yang dimaksud yaitu jurnalisisme yang kembali pada akarnya, skeptisme, *cek ricek*, verifikasi ulang dan bersandar pada nilai-nilai dasar jurnalistik (Medcom, 2021).

Dalam aktivitas kerja magang yang dilakukan, penulis di tempatkan di *departemen development content* yang bertugas sebagai *web writer*. *Web writer* atau yang lazim disebut sebagai penulis web, menurut sebagian orang adalah suatu pekerjaan yang membosankan. Hal ini dikarenakan orang-orang yang bekerja di bagian ini, harus setiap saat duduk di depan layar monitor, dan memantau seluruh isu yang sedang terjadi, baik secara nasional maupun internasional. Di sisi lain menurut Mohamad (2014, p, 1.3-1.7) ada sejumlah manfaat yang bisa didapat jika menjadi seorang penulis, diantaranya meningkatkan kecerdasan, mengembangkan kreativitas, menumbuhkan kepercayaan dan keberanian, serta mendorong kemauan dan kemampuan mengumpulkan informasi.

Menjadi *web writer* di *medcom.id* menjadi pilihan, karena menurut penulis, kemampuan dasar yang harus dimiliki seorang jurnalis adalah menulis. Dengan menulis, banyak hal yang dapat dipelajari. Dengan terjun langsung ke dunia kerja melalui aktifitas kerja magang sebagai *web writer*, penulis dapat belajar bagaimana penggunaan bahasa yang baik dan benar, dapat membuat tulisan yang lebih terorganisir, memiliki wawasan yang luas, dan dapat memberikan informasi yang bermanfaat ke banyak orang.

Dalam laporan magang ini, penulis akan menguraikan proses kerja magang yang dilakukan sebagai *web writer* di *Medcom.id*. Banyak pengalaman baru dan penyesuaian yang penulis dapatkan dan lakukan selama melakukan aktivitas kerja magang ini. Pengalaman magang selama enam bulan sungguh berkesan karena secara langsung penulis dapat merasakan bagaimana menjadi penulis berita sesungguhnya di media berita *online*. Penulis juga mendapatkan gambaran mengenai prosedur penulisan berita pada media *online*, yang telah berkonvergensi antara media televisi, media cetak, dan media *online*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Aktivitas kerja magang yang dilakukan penulis merupakan kewajiban akademis sebagai syarat kelulusan. Namun terlepas dari itu, ada banyak hal yang ingin penulis dapatkan, yaitu:

1. Penulis ingin mendapat pengalaman kerja sebagai *web writer* secara langsung.
2. Penulis ingin mengimplementasikan ilmu yang didapat di kelas, terkait dengan penulisan berita dan kaidah-kaidah jurnalistik, di dunia kerja.
3. Penulis ingin mengetahui seperti apa proses penulisan berita dan budaya perusahaan di media *online* Medcom.id.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Prosedur Kerja Magang di Medcom.id

Pertama penulis mendapatkan informasi dibukanya lowongan magang sebagai *web writer* di *Medcom.id* dengan syarat dan ketentuan seperti gambar 1.1. Setelah itu, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada pihak *Metro TV* melalui HRD Metro TV pada 5 Mei 2021. CV yang dikirim sudah disertakan portofolio karya yang pernah dibuat oleh penulis.

Gambar 1.1 : Poster *Internship Medcom.id*



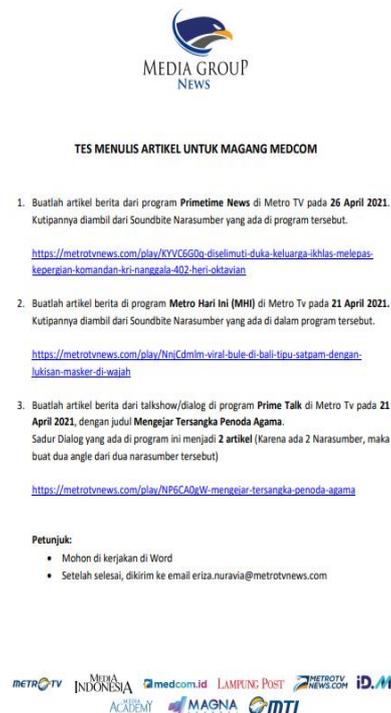
Sumber : *Medcom.id*

Pada 20 Mei 2021, penulis dihubungi HRD *Metro TV* untuk memastikan kesediaan penulis untuk melakukan praktik kerja magang di *Medcom.id*. Setelah melakukan wawancara singkat selama 15 menit dengan HRD, penulis diminta untuk menunggu kabar selanjutnya apakah penulis lolos ke tahapan selanjutnya atau tidak.

Secara ringkas ada lima tahapan yang harus diikuti penulis sebelum diterima menjadi *web writer* di *Medcom.id*, yakni:

1. Pengiriman CV
2. Wawancara dengan HRD
3. Wawancara dengan *user*
4. *Skill test* (Gambar 1.3)
5. Psikotes

Gambar 1.2: Skill Test Medcom.id



Sumber: Tangkapan Layar

Setelah mengikuti lima tahapan seleksi di atas, barulah penulis dinyatakan diterima di *Medcom.id* sebagai *web writer* (27 Mei 2021). Penulis merupakan gelombang pertama di tahun 2021 untuk periode 1 Juni hingga 31 Desember 2021. Sebelum memulai praktik kerja magang, penulis dimintai identitas diri berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan pas foto yang akan digunakan untuk pembuatan tanda pengenalan dan administrasi.

Sesuai ketentuan universitas, proses kerja magang akan dihitung setelah penulis mengambil mata kuliah *internship* dan melengkapi data perusahaan tempat magang. Data perusahaan diisi dalam KM 01 disertai surat penerimaan magang dari *Metro TV*. Setelah itu penulis mendapatkan KM 02 yaitu surat pengantar kerja magang, surat ini berisi pengantar dari universitas bahwa mahasiswa atas nama Imanuel Rymaldi Matatula akan melaksanakan praktik magang di perusahaan dimana mahasiswa diterima. Surat ini kemudian diberikan kepada pihak perusahaan. Selanjutnya penulis mengisi KM 03 hingga KM 07 untuk keperluan laporan magang.

1.3.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan aktivitas kerja magang di *Medcom.id* tercatat sejak tanggal 1 Juli 2021 hingga 31 Desember 2021. Dalam surat kontrak kerja tertulis enam bulan magang, tetapi satu bulan pertama (Juni) merupakan pengenalan dan pelatihan. Penulis bekerja selama lima hari dalam satu minggu dengan durasi jam kerja sembilan jam, untuk sesi pertama pukul 08:00 - 17:00 dan sesi dua pukul 13:00 - 21:00. Sesi kerja magang disesuaikan dengan jadwal yang telah ditentukan, aktivitas kerja magang dilakukan secara *online* maupun *offline*, jika *offline* lokasi kantor berada di gedung Indocater Lt. 4 Jl. Pilar Mas Raya Kav. A-D, Kedoya – Kebon Jeruk Jakarta 11520.