

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media massa di Indonesia saat ini semakin berkembang. Mulai dari media cetak, media elektronik, hingga media *online* yang sekarang bisa disebut dengan istilah *new media*. *New media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *privat* maupun secara *public* (McQuail, 2011, p. 3).

Ciri-ciri *new media* adalah saling keterhubungan (interkoneksi), aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana (McQuail, 2011). Dengan adanya media *online* yang biasa disebut *new media*, membuat para jurnalis lebih cepat memberikan informasi yang efisien, akurat, tepat waktu secara *online* dengan cepat kepada masyarakat.

Tugas dari media untuk mempublikasikan hasil proses jurnalistik atau karya jurnalistik. Menurut Khoirul Muslimin, jurnalistik bisa dimaknai sebagai proses, teknik, dan ilmu. Proses merupakan aktivitas peliputan, penulisan, dan penyebarluasan info aktual melalui media. Sedangkan teknik dapat dimaknai dengan keahlian meliput berita dan *skill* menyajikan berita. Jurnalistik adalah pengumpulan bahan berita (peliputan), pelaporan peristiwa (penyusunan), penulisan berita (*writing*), penyuntingan naskah berita (*editing*), dan penyajian atau penyebarluasan berita melalui media (Muslimin, 2019, pp. 1-2).

Media massa tersebut bisa juga disebut sebagai media daring atau media dalam jaringan. Media-media daring bisa dikatakan sebagai media yang paling digemari banyak orang terutama dalam situasi pandemi COVID – 19. Hal ini dikarenakan karakteristik atau kelebihan media daring yang tak dimiliki oleh media lainnya. Salah satu dari karakteristik media daring adalah *immediacy* atau yang artinya informasi bisa disampaikan secara cepat dan langsung oleh media daring (Iskandar & Lestari, 2016, p. 29).

Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 telah mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Dari jumlah keseluruhan, mayoritas masyarakat Indonesia sebesar hampir semua pengguna internet Indonesia atau sekitar 98,5 persen menonton video online setiap bulannya. Sedangkan sebanyak 74,3 persen pengguna internet Indonesia menonton video blog (vlog) setiap bulannya (Riyanto, 2021, para. 1).

Pergeseran segmen pembaca tersebut juga berdampak pada maraknya media online yang bermunculan, banyak konten yang disuguhkan secara berbeda dari tiap media online. Mulai dari penulisan, konten, dan sebagainya. Kontennya juga bisa berbeda antara satu media dengan media lainnya, sesuai dengan segmentasi pembacanya, ada yang lebih spesifik kepada kesehatan, olahraga, bahkan otomotif. Menariknya, konten otomotif cukup menarik untuk dibahas, mengingat perkembangan kendaraan bermotor di Indonesia yang terus-menerus berkembang setiap tahunnya, dan juga begitu banyak pengguna baru yang turun ke jalan setiap harinya.

Pesatnya pertumbuhan kendaraan bermotor ini juga mempengaruhi media otomotif. Pasalnya, media jenis ini berfungsi sebagai sumber informasi. Karena produk otomotif yang rata-rata memiliki harga tidak murah. Tentu, ada pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam membeli kendaraan bermotor.

Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan populasi seluruh kendaraan di Indonesia lebih dari 133 juta unit per 2019. Sejak dua tahun lalu kenaikan jumlah kendaraan meningkat sekitar 5 persen. Data per 2019 menyebutkan jumlah kendaraan naik menjadi 133.617.012 unit dari sebelumnya 2018 sebanyak 126.508.776 unit. Pada 2019 penambahan kendaraan sebanyak 7.108.236 unit atau meningkat 5,3 persen (CNN Indonesia, 2021, para. 1-2).

Karena menyadari hal tersebut, penulis sengaja memilih media online karena pada era sekarang banyak pembaca yang justru beralih ke media online.

Oleh karena itu penulis memilih Kabaroto.com sebagai tempat magang kerja. Berhubungan penulis juga memiliki ketertarikan dalam dunia otomotif, hal ini mendorong keinginan penulis untuk menjadi reporter di Kabaroto.com. Hal tersebut juga berkaitan dengan reputasi Kabaroto.com yang baik dalam penyampaian berita yang aktual dan terpercaya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Selama penulis melaksanakan kerja magang sebagai reporter di Kabaroto.com, penulis bisa lebih belajar banyak juga tentang informasi soal dunia otomotif. Tidak hanya melihat sumber, melainkan penulis juga bisa belajar banyak hal-hal apa saja yang sebelumnya penulis tidak ketahui. Penulis juga ingin lebih banyak mengeksplorasi dan mendalami dunia otomotif yang penulis pelajari di Kabaroto.com

Penulis juga belajar bagaimana melakukan penulisan yang benar dan menarik untuk dibaca dari wartawan-wartawan senior di Kabaroto.com yang berguna bagi penulis di dunia kerja kelak.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di Kabaroto.com sejak 19 Februari 2021 hingga 14 Mei 2021 yang terhitung 65 hari, dengan jam kerja yang disesuaikan per harinya karena mengingat kondisi masih dalam pandemik Covid-19.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis sebelumnya telah mengikuti program magang di KabarOto.com sejak 1 April 2019. Sebelum masuk ke KabarOto.com, penulis sempat melamar ke beberapa media seperti Otodriver.com, Otorider.com, Autonetmagz, Gridoto, dan Beritagar.

Dari beberapa media tersebut tidak ada kabar sama sekali. Tidak berhenti sampai disitu, penulis melihat KabarOto.com yang kebetulan mendengar dari teman. Tidak berpikir Panjang, penulis mengirimkan lamaran magang ke KabarOto.com pada 27 Maret 2019. Tidak butuh waktu lama, keesokan harinya penulis di hubungi melalui media Whatsapp oleh Joudy Irawan selaku HRD dari Merah Putih Media dan kala itu penulis sedang tidak ada kegiatan dan langsung menghadiri wawancara di kantor Merah Putih Media di sore harinya yang berlokasi di Paramount Hill Golf, Gading Serpong.

Usai membuat waktu pertemuan, penulis akhirnya bertemu langsung dengan HRD Merah Putih Media Joudy Irawan, lalu beliau menjelaskan apa saja anak meda dari Merah Putih Media, dan menjelaskan bagaimana cara kerjanya. Lalu, setelah itu penulis diarahkan untuk menemui secara langsung Rio Fajar selaku Managing Editor dari KabarOto.com. usai di Interview sebentar, penulis dinyatakan diterima magang di KabarOto.com. Dan boleh memulai kerja di hari senin 1 April 2019.

Usai menjalankan magang sekitar 7 bulan, penulis naik pangkat menjadi freelance. Tetapi, untuk memenuhi persyaratan sidang magang dari kampus, penulis harus memulai magang lagi pada awal tahun 2021 lalu. Awalnya, penulis sempat mengirimkan lamaran magang ke beberapa media seperti Kompas.com, Beritagar, Otorider, Otodriver, dan Tribunnews. Tetapi, dalam waktu satu pekan penulis tidak mendapatkan balasan dari perusahaan tersebut.

Saat itu penulis menghubungi bapak F.X Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A. untuk mempertanyakan soal mengulangi magang di KabarOto.com.

Usai komunikasi, beliau memperbolehkan untuk magang lagi disana. Keesokan harinya, penulis menemui Joudy Irawan untuk membantu surat magang lagi dan akhirnya diperbolehkan. Sama seperti sebelumnya, Rio Fajar kembali menjadi pembimbing di lapangan. Oleh karena itu, penulis memulai kembali magangnya di KabarOto.com pada 19 Febuari 2021.

