

BAB I

PENDAHULUAN

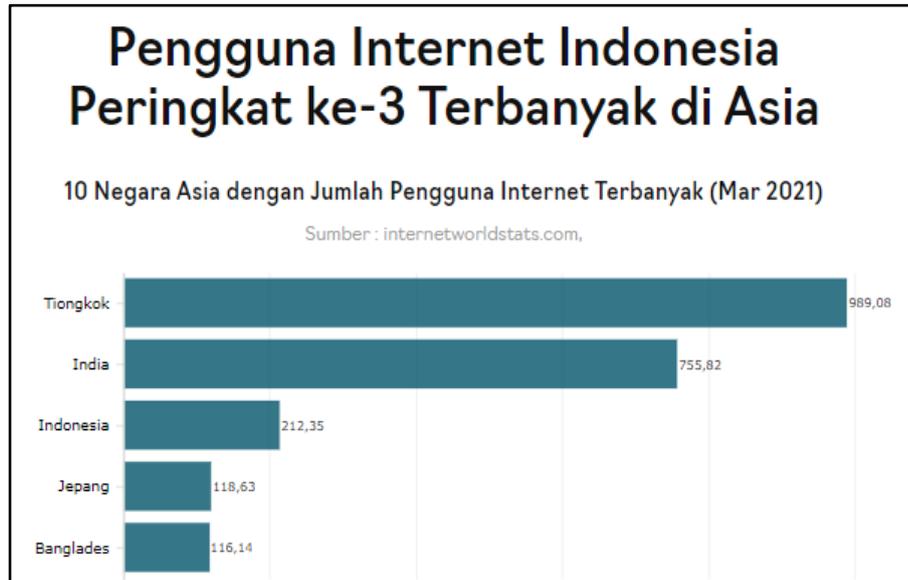
1.1. Latar Belakang

Hidup pada zaman perkembangan teknologi membuat masyarakat harus beradaptasi terhadap perubahan yang terus-menerus terjadi. Salah satu perubahan yang menjadi perhatian bagi masyarakat adalah dengan adanya kemunculan internet. Internet sebagai jaringan komputer, telah berkembang dengan sangat pesat. Kemajuan internet ini memberikan dampak positif bagi berbagai pihak, seperti kepentingan bisnis, pendidikan, hingga pemerintahan yang saling terhubung satu dengan yang lain dan penggunaannya lebih dari 200 negara (O'Brien, 2003, p. 10).

Internet telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di Indonesia dan bahkan di seluruh dunia. Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs *databoks.katadata.co.id*, (Kusnandar, 2021) menjelaskan Indonesia telah menempati peringkat 3 (tiga) dalam daftar pengguna internet terbanyak di Asia. Gambar 1.1 menjelaskan bahwa sebanyak 212,35 juta masyarakat di negara kita telah menggunakan atau mengakses internet untuk keperluan masing-masing. (Pratama, 2020) melalui situs *kompas.com*, menjelaskan pengguna internet di Indonesia juga terus mengalami peningkatan, dari tahun 2018 sebanyak 171,20 juta pengguna hingga 196,70 juta per kuartal 2 (dua) tahun 2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi salah satu bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Dalam kaitannya dengan jurnalisme, media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak (majalah dan surat kabar) juga ikut terdampak oleh kehadiran platform digital. Kondisi ini tentu memaksa media harus berjuang untuk dapat terus bertahan seiring mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu hal yang perlu dilakukan yaitu adanya inovasi. Tanpa melakukan inovasi, besar kemungkinan media tersebut akan ditinggalkan audiensnya.

Gambar 1.1 Laporan Pengguna Internet Terbanyak di Asia



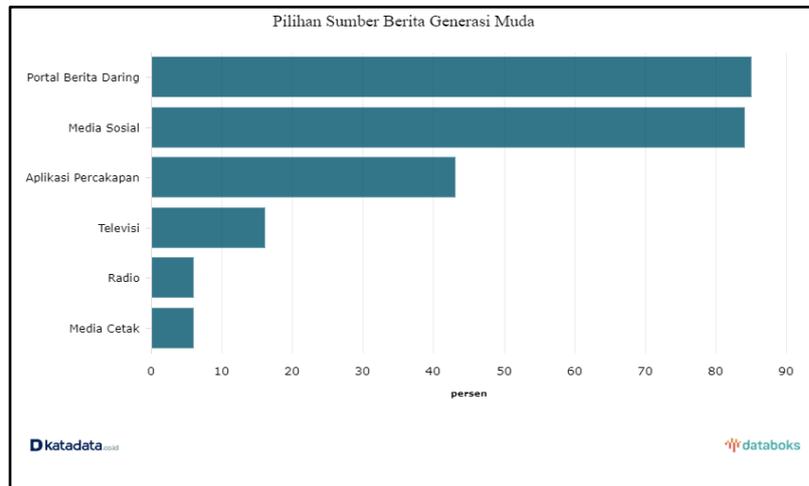
Sumber: *databoks.katadata.co.id*

Berdasarkan data dari Katadata pada Gambar 1.2, (Bayu, 2020) menjelaskan masyarakat, khususnya generasi muda, mengandalkan portal berita daring (*online*) untuk mendapatkan informasi. Selain itu, media sosial juga menjadi opsi kedua bagi generasi muda untuk mencari berita setelah portal berita *online*. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian bagi perusahaan media dan mencari cara agar portal berita *online* tetap relevan dan dapat bertahan. Oleh karena itu, inovasi yang dapat dilakukan perusahaan media adalah dengan memanfaatkan portal *online* dan juga aktif membagikan konten informatif lewat media sosial yang sering dikunjungi. (Annur, 2021) melalui Gambar 1.3, menjelaskan bahwa platform media sosial yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2021, diantaranya adalah Youtube, Facebook, Instagram, TikTok, dan Twitter.

Adanya peningkatan secara signifikan pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya dengan media sosial menjadi salah satu penunjang berhasil menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin sadar dan berkembang dalam literasi digital. (Aufderheide, 1997) menjelaskan definisi literasi digital dengan “*the ability to access and process information from any form of transmission*”. Hal ini berarti setiap orang memiliki kemampuan untuk mengakses dan mengolah informasi dari transmisi data dengan hadirnya berbagai macam platform media.

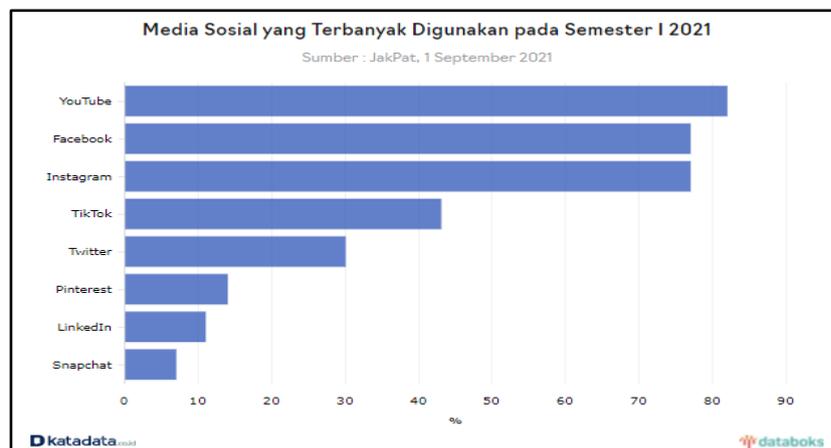
Dengan demikian, apabila kita perbandingan dengan masa kini, media sosial merupakan salah satu aspek dalam kehidupan masyarakat untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi.

Gambar 1.2 Laporan Pilihan Sumber Berita Generasi Muda



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.3 Laporan Media Sosial yang Terbanyak Digunakan pada Semester I 2021



Sumber: databoks.katadata.co.id

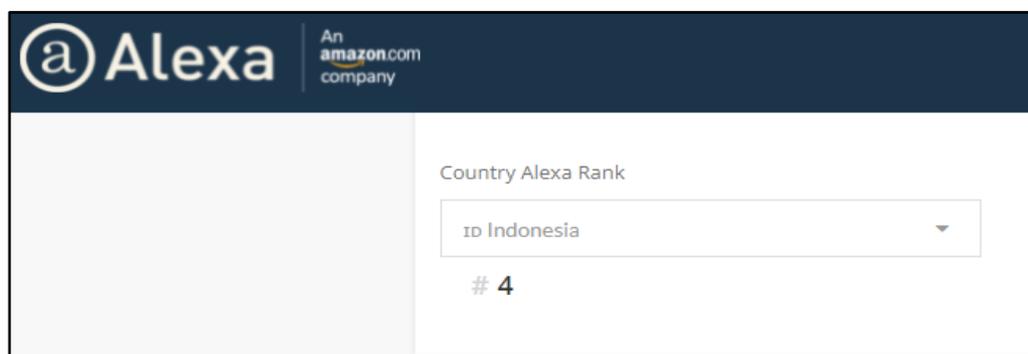
Kemudian, tak bisa dipungkiri bahwa gaya hidup (*lifestyle*) erat kaitannya dengan media sosial. Kehadiran media sosial dimanfaatkan sebagai platform untuk membagikan berbagai hal terkait kehidupan. Bahkan kecenderungan orang untuk terus-menerus mengakses media sosial inilah yang membuat media sosial

telah menjadi bagian dari gaya hidup modern. Media sosial juga diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015, p. 50).

Tak dapat disangkal bahwa informasi yang ada pada media sosial lebih mudah tersebar dibanding melalui platform lain. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan media untuk memanfaatkan media sosial. Salah satu portal media *online* di Indonesia yang turut beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi agar selalu menjadi *up-to-date* dan masih relevan bagi audiens di generasi muda adalah Okezone. Melalui kanal *OkeLifestyle*, Okezone membagikan beragam informasi terkait gaya hidup seperti kecantikan (*beauty*), gaya berpakaian (*fashion*), makanan (*food*), kesehatan (*health*), dan kehidupan (*life*).

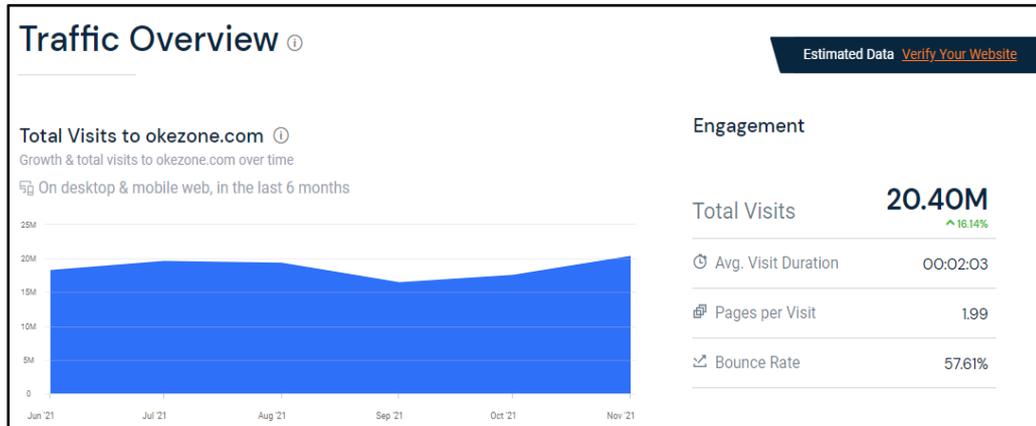
Berdasarkan data dari Alexa dan SimilarWeb per Desember 2021, Okezone masuk ke dalam peringkat 4 (empat) untuk situs yang paling banyak diakses di Indonesia dengan total 20,4 juta pengguna dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir. Gambar 1.4 dan Gambar 1.5 membuktikan bahwa Okezone menjadi salah satu portal media *online* yang paling sering diminati dan dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Adanya minat serta wawasan penulis dalam membahas berbagai topik terkait gaya hidup, dan keseriusan Okezone dalam menyajikan berita serta turut serta dalam mengikuti perkembangan teknologi, tentu menjadi relevan bagi penulis untuk melakukan proses *internship* di Okezone kanal *Lifestyle*.

Gambar 1.4 Laporan Analitik Okezone.com (1)



Sumber: *alexa.com*

Gambar 1.5 Laporan Analitik Okezone.com (2)



Sumber: *similarweb.com*

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di *Okezone.com*, penulis bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah *Internship* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Selain sebagai salah satu syarat kelulusan, penulis juga merasa kerja magang menjadi kesempatan untuk mengimplementasikan teori-teori jurnalistik yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, khususnya pada mata kuliah *News Writing* dan *Feature Writing*, yang memiliki relevansi terhadap praktik kerja yang nyata.

Pelaksanaan kerja magang ini juga dapat sekaligus mengasah teknik menulis berita yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Kerja magang juga memungkinkan penulis untuk dapat mendalami serta lebih mengetahui proses kerja seorang reporter, cara berkoordinasi dengan editor dan tim *Okezone*. Beberapa proses telah penulis lewati selama menjalankan periode magang, yaitu mulai dari pemilihan topik, wawancara, penulisan berita hingga akhirnya dipublikasi di *Okezone.com* kanal *lifestyle*.

Selama periode magang di *Okezone.com*, penulis merasa sangat terbantu dalam mengembangkan kemampuan penulisan *soft news* di kanal *lifestyle*, yang juga menjadi motivasi bagi penulis untuk meningkatkan kualitas dalam menulis berita *lifestyle*. Melalui kerja magang ini juga, penulis dapat menambah pengalaman kerja serta relasi dengan para reporter dan narasumber yang bekerja di *Okezone*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, praktik kerja magang wajib dilakukan minimal 3 (tiga) bulan atau dalam kurun waktu 60 hari. Penulis melakukan kerja magang sebagai reporter pada kanal *lifestyle* selama 4 (empat) bulan, terhitung dari 1 September 2021 hingga 1 Desember 2021. Dalam kurun waktu tersebut, penulis bekerja selama 6 hari dalam seminggu, yaitu hari Senin sampai Jumat, ditambah 1 hari di akhir pekan, yaitu antara hari Sabtu atau Minggu. Hal tersebut tentatif mengikuti jadwal masuk asisten redaktur yang memberikan tugas menulis.

Okezone.com memberlakukan sistem kerja magang secara *Work From Home* (WFH) karena pandemi COVID-19. Jam kerja di redaksi *Okezone.com* dimulai pada pukul 10:00 WIB hingga 20:00 WIB. Rentang waktu kerja adalah 10 jam sehari, namun, apabila penulis sudah menyelesaikan semua artikel sebelum jam 20:00 WIB, maka jam kerja penulis telah dianggap selesai dan tidak perlu menunggu hingga pukul 20:00 WIB.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang diawali dengan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS). Setelah mengisi KRS, penulis segera menyusun *Curriculum Vitae* (CV) dan mengumpulkan berkas-berkas yang didapat selama perkuliahan sebagai portofolio penulis untuk dikirim ke media pilihan. Selanjutnya, penulis mengisi formulir KM-01 untuk mendapatkan persetujuan Kepala Prodi mengenai perusahaan media yang dipilih. Setelah mendapatkan persetujuan atas media yang penulis lamar, tepatnya pada tanggal 20 Agustus 2021, penulis mendapatkan balasan e-mail berupa formulir KM-02, yaitu persetujuan berupa surat pengantar dari Universitas yang ditujukan untuk perusahaan. Kemudian, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV), portofolio dan KM-02 kepada HRD

Okezone melalui e-mail.

Sehari setelah penulis mengirimkan e-mail, penulis diminta untuk melakukan sesi wawancara via telepon. Wawancara dilakukan oleh Asisten Redaktur selaku *supervisor* penulis pada tanggal 10 Agustus 2021. Selama proses wawancara, penulis diberikan pertanyaan terkait topik gaya hidup yang paling dikuasai, unsur-unsur berita terkait 5W (*What, Who, When, Why, dan Where*) dan 1 H (*How*), dan struktur teks berita. Setelah melewati proses wawancara, penulis menerima kabar resmi diterima kerja magang di *Okezone.com* pada 27 Agustus 2021. Sebelum memulai kerja magang, proses selanjutnya yaitu penulis mengirimkan surat pengantar dari perusahaan yang menyatakan bahwa penulis telah diterima magang, yang ditujukan untuk Universitas. Selanjutnya, pada 1 September 2021 penulis dinyatakan dapat memulai praktik kerja magang di *Okezone.com* di kanal *lifestyle*.