

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini masyarakat dibuat akrab dengan berbagai jenis tindakan kriminal seperti korupsi, judi, pencurian, pencucian uang, pembunuhan, pelecehan seksual dan masih banyak lagi. Berbagai jenis tindakan kriminal itu merupakan sikap melawan hukum yang tidak pernah absen dimuat dalam pemberitaan media massa baik dalam media *online* ataupun media cetak. Banyaknya pemberitaan tersebut tentu tidak lepas dari peran seorang jurnalis atau reporter yang bertugas melakukan kegiatan jurnalistik, mulai dari mencari informasi dan juga melaporkan semua peristiwa melalui berita.

Merujuk pada penelitian Fadila (2019, p.24) menerangkan bahwa berbagai pengertian berita, namun pada dasarnya berita adalah sebuah laporan yang digunakan sebagai pemberitahuan mengenai semua peristiwa actual yang mampu menarik pembaca atau publik dan khalayak ramai. Adapun dalam keterangan lainnya berita juga diberikan arti sebagai laoran tentang kejadian yang terbaru atau *news* yang kemudian diberikan kepada orang banyak sebagai informasi terbaru. Sedangkan, berita kriminal merujuk Fadila (2019, p.25) berita atau informasi mengenai kejahatan dan tindakan kriminal yang didapatkan baik melalui pihak aparat kepolisian ataupun pada kejadian di lapangan itu sendiri.

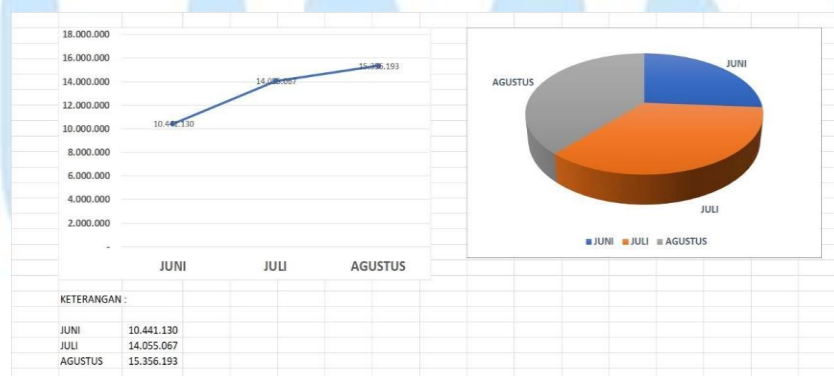
News (berita), *views* (pandangan, komentar, ulasan), adalah sebuah karya jurnalistik yang dibuat oleh jurnalis mengenai berbagai peristiwa dan diberikan atau diinformasikan kepada orang banyak dalam hal ini masyarakat. Merujuk pada Basuki (2017, p.19) hal ini dikarenakan fungsi pers dalam masyarakat satu diantaranya adalah memberikan pesan komunikasi kepada komunikan melalui sebuah berita dan berita kriminal merupakan bagian dari jenis banyaknya karya jurnalistik.

Masyarakat memerlukan berita kriminal, karena pada dasarnya berita jenis merupakan berita yang bersifat darurat dan menginformasikan kejadian-kejadian

berbahay sehingga membuat masyarakat lebih waspada terhadap kegiatan sehari-sehari. Dengan adanya fungsi dari pemberitaan kriminal yang demikian, maka dalam pemberitaannya, berita kriminal diharapkan mampu menginformasikan tidak hanya tindak kriminalnya saja tetapi diharapkan mampu menjadi media kontrol sosial bagi masyarakat, seperti terkandungnya pesan moral dalam pemberitaan yang dikemas oleh pelaku jurnalis melalui sebuah media *online* maupun cetak.

Meningkatnya jumlah berita kriminal juga disebabkan dari peningkatan angka kejahatan yang ada di Indonesia, seperti tindakan asusila. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kejahatan kesusilaan yang terdiri dari pemerkosaan dan pencabulan di Indonesia mengalami kenaikan pada tahun 2021 dengan peningkatan 31,32% menjadi 6.872 kasus pada tahun tersebut. Jumlah itu pun menjadi yang tertinggi dalam kurun 2016-2021. Sebelumnya, kejahatan kesusilaan tak pernah lebih dari 6.000 kasus. Berdasarkan jenisnya, kejahatan kesusilaan paling banyak berupa pencabulan, yakni 5.536 kasus. Sedangkan, kejahatan kesusilaan berupa perkosaan sebanyak 1.336 kasus.

Salah satu media yang tidak pernah kekurangan pemberitaan mengenai berita kriminal adalah media Pos Kota. Media ini tercatat memiliki lebih dari 14 juta pembaca pada media online, penerbitan media cetak mencapai kurang lebih 1.700.000 eksemplar dan memiliki lebih dari 20 ribu berita kriminal selama kurung waktu tahun 2022. Hal ini tentu memerlukan kualitas seorang reporter agar proses pembuatan dan informasi yang disampaikan sesuai dengan kode etik jurnalis dan menjadi pemberitaan yang layak di konsumsi khalayak.



Sumber : Data statistik kantor Pos Kota

Gambar 1.1 Jumlah Pembaca Media Pos Kota Tahun 2022

Banyaknya pemberitaan mengenai tindakan kriminal di media Pos Kota dan seiring peningkatan kejadian tindakan kriminal di Indonesia menjadi alasan penulis melakukan praktik kerja magang yang dimulai pada 29 Agustus 2022 hingga 15 November 2022. Alasan penulis memilih menjalankan kerja magang di media Pos Kota yaitu, pertama dikarenakan media Pos Kota merupakan salah satu media nasional yang lebih dikenal dengan pemberitaan seputar kriminal. Kedua, pelaksanaan kerja magang pada bagian kriminal sesuai dengan minat penulis yang lebih menyukai tantangan dan investigasi terkait pemberitaan kriminal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis memutuskan untuk melaksanakan kerja magang di media Pos Kota yang berlokasi di Jalan Kebayoran Lama, Nomor 22/3 Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

1. Mengetahui alur kerja reporter pada proses pembuatan berita kriminal.
2. Mengetahui kemas penulisan berita kriminal sesuai dengan Standar Operasional Perusahaan (SOP) dan kode etik jurnalistik.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

1. Merealisasikan semua ilmu yang sudah didapatkan pada saat melangsungkan perkuliahan di UMN dan diimplementasikan pada dunia kerja.
2. Menambah pengalaman dan pemahaman selama di dunia kerja yang tidak didapatkan di kampus atau di dunia perkuliahan.

1.2.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan yang penulis lakukan adalah tanggal 29 Agustus 2022 hingga 15 November 2022.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Media Pos Kota

Sejarah singkat media Pos Kota dimulai dari tahun 1969, media online Pos Kota pertama kali yaitu *www.poskota.co.id*. Media Pos Kota bermula dari keinginan beberapa wartawan yang berminat di bidang jurnalistik berkumpul membicarakan suatu rencana dan gagasan yang menginginkan adanya pewarnaan yang unik bagi dunia pers yang sudah ada selama ini. Mereka adalah Harmoko, Yachya Suryawinata, Tahar S. Abiyasa, S. Harsono, dan Pansa Tampubolon yang menginginkan untuk menerbitkan sebuah koran yang khas yang dapat dinikmati oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah. Harmoko adalah wartawan sekaligus mantan menteri penerangan di zaman Soeharto, Yachya Suryawinata dan Tahar S. Abiyasa juga merupakan wartawan dari media cetak di Ibu Kota, sedangkan S. Harsono dan Pansa Tampubolon dari kalangan bisnis tetapi menaruh perhatian penuh pada dunia jurnalistik.

Kelima tokoh ini bersepakat mendirikan suatu yayasan yang bernama Antar Kota pada 5 Februari 1970. Maksud dan tujuan yayasan adalah untuk mengembangkan usaha dibidang penerbitan dengan menerbitkan buku bersifat umum maupun karya sastra dalam tingkat yang dapat diterima oleh masyarakat. Tak lama kemudian nama Antar Kota berubah menjadi Pos Kota. Pos Kota adalah surat kabar harian yang diterbitkan di Jakarta dengan target pembaca kalangan menengah ke bawah. Umumnya berisi berita-berita lokal, kriminalitas, masyarakat, olahraga, dan selebritas. Pos Kota memiliki tiras surat kabar harian tertinggi di Indonesia dengan 600.000 eksemplar per hari.

Pos Kota didirikan oleh mantan Menteri Penerangan era Orde Baru, Harmoko dan beberapa mitranya, diantaranya Is Anwar Datuk Rajo Perak, Jahja Surjawinata, Tahar S. Abiyasa, dan Pansa Tampubolon. Sebelum meluncurkan Pos Kota, Harmoko membuat survei di beberapa tempat di Jakarta, seperti Tanjung Priok, Jatinegara, Tanah Abang, dan Senen. Hasil survei tersebut, dia menemukan

bahwa masyarakat menginginkan berita yang menyangkut persoalan riil di kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, isi berita Pos Kota berkisar tentang kriminalitas, hukum, seksualitas, serta olahraga. Pos Kota diterbitkan pertama kali pada 15 April 1970 dengan 3.500 eksemplar dan mendapat sambutan yang baik hingga beberapa bulan berikutnya berkembang menjadi 30.000-60.000 eksemplar per bulan.

Pada tahun 1999, Pos Kota menerbitkan koran versi digital (Pos Kota Online) dan mulai menargetkan sektor bisnis sebagai pangsa pasarnya. Dalam perkembangannya, Pos Kota ikut menampilkan isu-isu politik di dalam beritanya. Salah satu ciri khas dari koran ini adalah tata letak (tampilan) yang dibuat mencolok dan tidak beraturan. Pada Mei-Juni 2005, Majalan Cakram menerbitkan hasil survei Nielsen Media Research yang menempatkan Pos Kota sebagai koran paling laris di Indonesia, dengan tiras 600.000 eksemplar dan 2.551 pembaca sehingga mengalahkan harian Kompas. Poskota Online telah mengalami tiga kali perubahan alamat domain, antara lain *poskota.id* pada tahun 1999, *poskotanews.com* pada tahun 2012 dan *poskota.co.id* pada tahun 2019 hingga saat ini.



Gambar 2.1 Logo Pos Kota. 2022

Usulan nama Pos Kota sebagai brand image juga merupakan kreasi Harmoko. Nama itu merupakan penjabaran ide tentang keinginan menyampaikan berbagai informasi, katakanlah semacam pos yang diketahui merupakan sarana dalam seseorang berkirim kabar atau berita, sedangkan kota berkesan kuat dari penggalan nama yayasan tersebut. Merujuk pada Fadila (2019, p.76) selain itu Logo Pos Kota seperti di atas merupakan saran dari Yachya Suryawinata Yachya mengusulkan agar lambang kota Jakarta yaitu Monumen Nasional (Monas) diletakan pada huruf O dari kata “Kota”. Ide ini dimaksudkan sebagai lambang untuk memperkuat maksud diterbitkannya koran harian yang mengutamakan ciri

khas dalam penyajian berita-berita perkotaa yang diperlukan oleh warga Jakarta.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Pos Kota

Media yang sudah berdiri lebih dari 30 tahun ini memiliki visi sebagai berikut:

1. Media untuk mencerdaskan lapisan masyarakat menengah ke bawah dengan membawa fungsi sebagai alat penerangan, pendidikan dan memberi hiburan sehat.
2. Media yang memberi informasi jelas dan benar tentang berbagai masalah aspek kehidupan.
3. Media yang berpartisipasi dalam pembangunan sebagai wadah penyalur aspirasi masyarakat serta wadah kontrol sosial yang efektif.

Misi Pos Kota

Adapun misi pada yang ada pada media Pos Kota adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan media yang isinya sesuai kebutuhan informasi lapisan masyarakat menengah ke bawah.
2. Menjadikan media dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca.
3. Menjadikan media sebagai sarana tukar menukar informasi di kalangan pembaca.
4. Menjadikan media dengan harga yang terjangkau pembaca.

2.1 Struktur Redaksional Pos Kota

Pemimpin Umum/Pemimpin Perusahaan : H. Tahar

Wakil Pimpinan Perusahaan : Hj. Nurmali Muslim MBA Wakil

Pimpinan Umum : H. Azisoko Harmoko

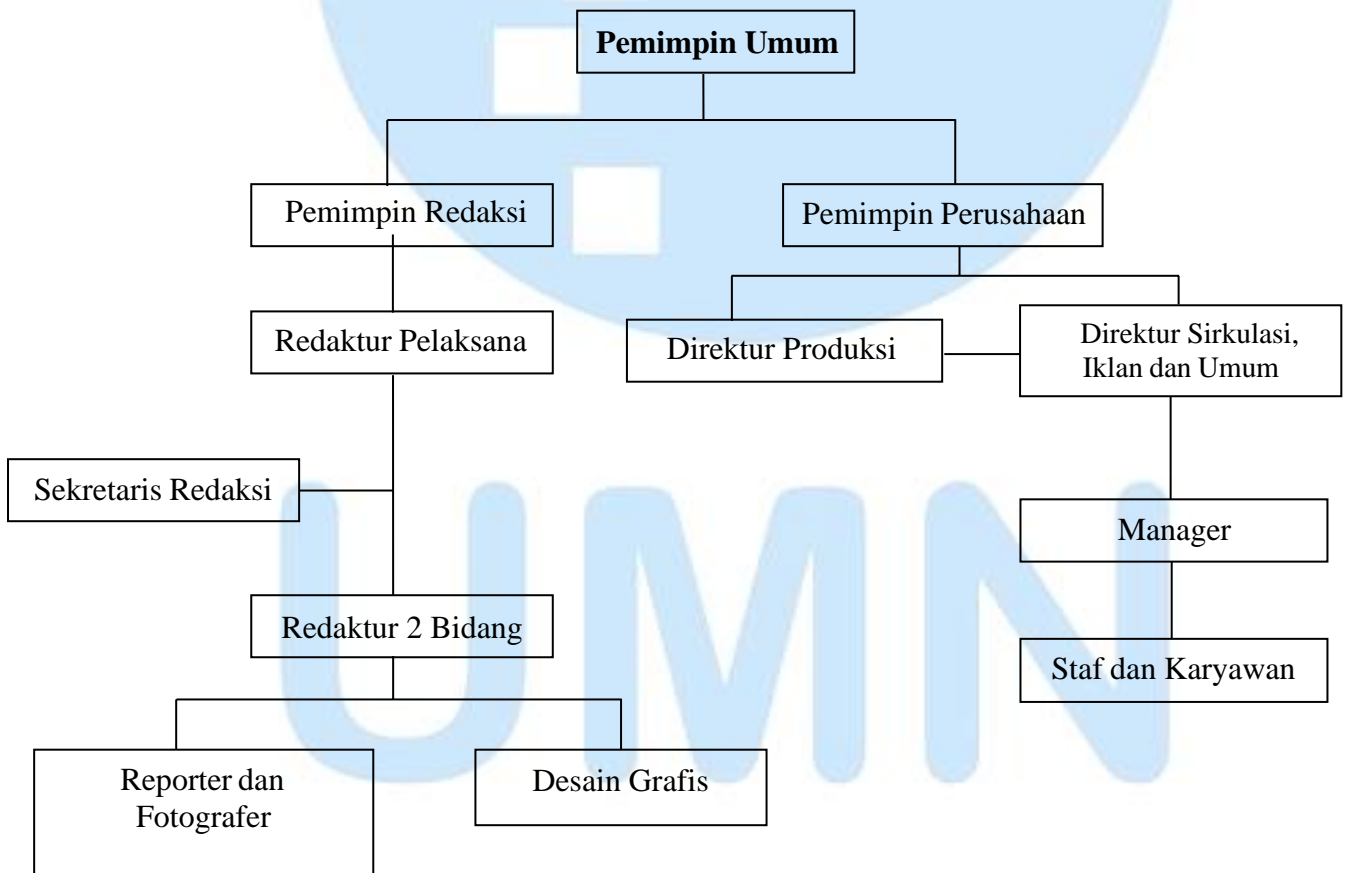
Pemimpin Redaksi : Tatang Suherman

Wakil Pemimpin Redaksi : Miftahur Rahman

Redaktur Pelaksana : Binsar Aritonang, Toto Arianto

Sekretaris Redaksi : Sutiyo

Redaktur Senior	: H. Gunarso Ts, Nelson Siahaan
Asisten Redaktur Pelaksana	: Masana Ginting, Rahmat Satria
Redaktur	: Sakti Sawung Umbaran, H. Keliek Siswoyo, Sugeng Indarto, H. Raffles Lesmana, H. M Dirham Sabirin, Nicolas Karundeng, H. Agus Wahyudin, Dimas Supriyadi, H. Syamsir
Kepala Bagian Iklan	: H. Hadjar Sumiarso
Wakil Kepala Bagian Iklan	: Ali Husodo
Kepala Bagian Pemasaran	: Risyur St. Bongsu
Kordinator Liputan	: Ilham Syaputra Tanjung



Gambar 2.2 Struktur Redaksional Pos Kota, 2022