



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Media massa adalah sebuah media untuk berkomunikasi kepada publik. Selain itu, media massa merupakan sarana penunjang bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi maupun hiburan. Keberadaan media massa sudah menjadi bagian dari kebutuhan manusia (Setyawan, 2016, h. 1).

Saat ini, begitu banyak media massa yang kita kenal, antara lain media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan buku), media elektronik (radio dan televisi), dan media baru atau *new media* (internet) yang daya jangkauannya untuk daerah-daerah tertentu masih dibatasi teknologi dan biaya. Larasati (2012, h. 1) menambahkan bahwa apapun bentuknya, media massa akan terus menerus memegang peran penting dalam kehidupan masyarakat.

Banyaknya media yang bermunculan saat ini karena pengaruh dari kemajuan teknologi yang semakin pesat. Media komunikasi massa semakin canggih dan kompleks, terutama kekuatannya dalam menjangkau komunikan. Menurut Effendy (2004, h. 54), media massa setidaknya memiliki empat fungsi utama, yaitu (a) menginformasikan (*to inform*), yakni kegiatan mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi di luar dirinya; (b) mendidik (*to educate*), yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal maupun informal; (c) mempengaruhi (*to influence*), yakni dari proses komunikasi, komunikator dapat mempengaruhi komunikan untuk mengubah perilaku dari komunikan agar dapat berubah seperti yang komunikator inginkan; dan (d) menghibur (*to entertain*), yakni media massa telah menyita banyak waktu luang dari semua golongan usia dengan difungsikannya media komunikasi sebagai alat hiburan dalam rumah

tangga.

Dari berbagai media massa yang ada, media cetak merupakan salah satu media yang menjadi media massa pertama kali digunakan dalam menyampaikan informasi ke khalayak luas. Menurut Pradipta (2011, h. 1), secara harfiah pengertian media cetak bisa diartikan sebagai sebuah media penyampai informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan masyarakat banyak, yang disampaikan secara tertulis. Dari pengertian ini, kita bisa melihat bahwa media cetak adalah sebuah media yang di dalamnya berisi informasi terkait dengan kepentingan masyarakat umum dan bukan terbatas pada kelompok tertentu saja.

Menurut Dewi (2015, h. 2), banyak orang beranggapan bahwa media cetak meliputi segala barang cetakan termasuk surat kabar atau majalah. Padahal, jika diurai maknanya secara mendalam, media cetak tidak terbatas pada dua jenis media itu saja. Masih ada jenis media cetak lainnya seperti buku dan tabloid.

Dari ketiga media tersebut, tabloid menjadi salah satu media massa yang berkembang cukup cepat. Meskipun terbilang kehadirannya tersebut paling baru, namun tabloid mampu memperlihatkan bahwa reaksi atau respons dari masyarakat cukup baik.

Secara umum, jenis media cetak yang ada di Indonesia diklasifikasikan menjadi delapan bagian. Klasifikasi tersebut didasarkan pada waktu terbit media tersebut (Pradipta, 2011, h. 2-4), di antaranya Surat Kabar Harian, Surat Kabar Mingguan, Tabloid Mingguan, Tabloid Tengah Bulanan, Tabloid Bulanan, Tabloid Dwibulanan, Tabloid Tribulanan, dan Buletin.

Saat ini muncul sebuah fenomena baru dalam media untuk tetap bisa eksistensi di hati masyarakat. Fenomena tersebut dikenal dengan konvergensi media. Menurut August E. Grant (dalam Nurul Huda, para. 2), konvergensi sangat erat kaitannya dengan bidang jurnalisme. Grant (2009) menghubungkannya dengan perubahan (*change*). Perubahan adalah bagian yang tak terpisahkan dari ruang berita (*news room*). Semakin besar perubahan dan semakin jauh perubahan tersebut dari ekspektasi, maka *headline* yang akan tercipta akan semakin besar juga.

Kata konvergensi merujuk pada dua hal atau benda atau lebih yang saling bertemu dan bersatu dalam satu titik. Arismunandar (2006, h. 1) menegaskan bahwa konvergensi media merupakan penggabungan saluran-saluran keluar komunikasi massa, seperti media cetak, elektronik, dan *new media*, bersama dengan teknologi portabel dan interaktifnya melalui berbagai platform presentasi digital.

Selain memperkaya informasi yang disajikan, konvergensi media juga memberikan pilihan kepada masyarakat untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Dengan adanya konvergensi media ini, mampu memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat audio, visual, data dan sebagainya (Preston, 2001, h. 3).

Supriyanto dan Yusuf (2007, h. 104), menjelaskan bahwa terdapat perbedaan antara media online dengan media konvensionalnya, yaitu: *Pertama*, berita cepat tayang dan bahkan *real time* karena internet mampu memperpendek jarak antara peristiwa dan berita. *Kedua*, berita ditayangkan kapan saja, dari mana saja, tanpa memperhitungkan luas halaman dan durasinya, karena internet memang tidak memiliki masalah terhadap ruang dan waktu dalam menyampaikan informasi. *Ketiga*, berita diformat sedemikian rupa karena informasi terus mengalir dan dapat berubah sewaktu-waktu, serta kelengkapan berita tetap terjaga. *Keempat*, untuk menjaga kepercayaan pembaca, ralat, perbarui, dan koreksi dilakukan secara periodik dan konsisten.

Brigs dan Burke (dalam Nugroho, 2014, h. 2) menjelaskan bahwa ada beberapa pihak yang mengisukan bahwa media cetak akan punah karena kalah praktis dan cepat oleh media elektronik seperti televisi dan media online (internet). Seseorang tidak perlu lagi membeli koran, tabloid, majalah, dan media cetak lainnya untuk mendapatkan informasi atau berita terkini. Dengan mengakses internet seseorang sudah bisa mendapatkan informasi atau berita secara cepat dan praktis.

Namun ada juga pihak yang berpendapat, bahwa munculnya media baru tidak mengenyahkan media sebelumnya. Tetapi saling melengkapi,

apakah masih berlaku pendapat dan pengalaman itu terhadap revolusi teknologi yang mutakhir, yakni media elektronik, komputer, dan segala macam anak pinaknya.

Dalam dunia jurnalistik terdapat tiga generasi, yaitu jurnalistik cetak, jurnalistik penyiaran, dan jurnalistik online. Jurnalistik online ini merupakan generasi ketiga. Terdapat karakteristik pada jurnalistik online menurut Komunikasi Praktis, “Jurnalistik Online: Pengertian, Sejarah, Karakteristik, Media, Perkembangan” (2014, para. 13), yaitu (a) *Real Time*; (b) *Global Audiens*; dan (c) *Timeless*.

Real time, berita selalu aktual. Dapat diberitakan segera kejadian berlangsung atau beberapa detik setelah peristiwa. Sedangkan *global audiens*, pembaca di seluruh dunia selama ada koneksi internet pada komputer dan ponselnya. Sementara *timeless*, berita dapat disebar dan diakses kapan saja, di mana saja, selama 24 jam nonstop.

Sedangkan karakteristik jurnalistik online menurut Foust (2004) ialah *audience control* (kendali di tengah pembaca), *nonlinearity* (tidak linier, disajikan secara acak), *storage and retrieval* (tersimpan dan dapat diakses kapan saja), *unlimited space* (ruang tak terbatas), *immediacy* (cepat tersebar), *multimedia capability* (dapat menyajikan teks, audio dan video sekaligus), *interactivity* (berinteraksi langsung dengan pembaca).

Adapun fungsi dari jurnalistik itu sendiri, antara lain (Dewi, 2015, h. 5) sebagai pemberi informasi, pendidik, pemberi control atau kendali, sebagai penghubung antara masyarakat dengan pemerintah, dan pemberi hiburan. Dewi pun menambahkan adanya tahapan kerja jurnalistik yang terbagi menjadi lima bagian, yaitu rapat redaksi, reportase, penulisan berita, editing, serta *setting* dan *layout*.

Setelah kelima tahapan tersebut selesai, baru pemberitaan yang disusun menjadi satu bagian kemudian disalurkan ke bagian percetakan, lalu didistribusikan kepada masyarakat. Proses tersebut merupakan sistem kerja jurnalistik untuk media cetak.

Penjabaran di atas membuat penulis tertarik pada tahapan kerja redaksi bagian reporter. Berdasarkan ilmu yang penulis dapat di Universitas

Multimedia Nusantara, dalam mata kuliah Pengantar Jurnalistik, Penulisan Berita, Editing dan Produksi Media Cetak, Online Journalism, Penulisan Editorial dan Opini, dan Penulisan Feature, penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di salah media yang berada dalam naungan KOMPAS Gramedia Group, yaitu SINYAL.

Sebagai mahasiswa jurusan Jurnalistik, penulis ingin mempraktikkan hasil pembelajaran mengenai media cetak dan online. Berhubung SINYAL merupakan media yang berbasis cetak dan online, maka dari itu penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang di SINYAL.

Selain itu, media tersebut sudah berusia 11 tahun yang menjadi salah satu media unggulan dari KOMPAS Gramedia Group, dikarenakan melihat pasar yang semakin lama semakin mempunyai minat yang besar dalam dunia *gadget* dan telekomunikasi.

SINYAL selalu mengulas segala macam informasi yang berkaitan dengan dunia seluler. Selain membahas tren ponsel, panduan harga, tips praktis membeli dan merawat ponsel, dapat dikatakan SINYAL mampu menyampaikan informasi aktual seputar dunia ponsel.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Dunia kerja merupakan hal yang pada umumnya belum dicapai oleh mahasiswa, termasuk penulis. Oleh karena itu, Universitas Multimedia Nusantara mengadakan mata kuliah wajib yang harus diambil dan dilakukan oleh seluruh mahasiswa tingkat akhir. Mata kuliah tersebut adalah praktik kerja magang sehingga dapat mengalami langsung dan memahami dengan baik proses kerja.

Praktik kerja magang ini juga menjadi salah satu syarat mutlak bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan program Strata Satu atau S1 yang sedang ditempuh. Dalam menjalani program praktik kerja magang, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan ilmu serta teori yang selama ini telah didapat selama menjalani perkuliahan. Dengan adanya praktik kerja magang ini diharapkan dapat memberikan pengalaman baru bagi penulis, yaitu

- a. Pembekalan keahlian serta keterampilan, dekat dengan kegiatan jurnalistik beserta unsur-unsur yang ada didalamnya, dan mampu melaksanakan dengan baik.
- b. Merealisasikan ilmu yang diperoleh di kampus dengan praktik nyata dilapangan.
- c. Memberikan kemudahan bagi penulis dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja setelah menyelesaikan pendidikan kuliah.
- d. Memiliki kesiapan mental serta kemampuan profesional dalam bidangnya, sehingga dapat tanggap dan mampu menjalankan tugas sesuai dengan profesinya.
- e. Mengetahui proses kerja di dalam instansi tersebut, terutama proses kerja dalam bidang jurnalistik.

Dalam praktik kerja magang ini juga menjadi tolak ukur, seberapa siap penulis menghadapi jenjang yang lebih tinggi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan peraturan yang terdapat dalam prosedur magang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, menyebutkan bahwa jangka waktu pelaksanaan magang adalah minimal dua bulan dan maksimal enam bulan.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis telah melaksanakan praktik kerja magang sejak 22 Agustus-22 Oktober 2016, dengan total 44 hari masa kerja. Waktu kerja normal penulis, yaitu Senin sampai Jumat, mulai pukul 09.00-18.00 WIB. Jika sedang dalam sebuah proses peliputan, maka jadwal hari kerja, jam masuk dan pulang penulis dapat berubah, sesuai jadwal yang ditentukan. Sehingga pada praktiknya, pada saat proses peliputan seringkali penulis pulang lebih dari pukul 18.00 WIB. Selain itu, jika hari Sabtu atau Minggu ada jadwal liputan, penulis harus siap hadir.

Dari deskripsi waktu pelaksanaan kerja magang yang telah dialami, penulis menjadi paham bahwa bekerja di lingkungan

rumah produksi, bukan hanya performa tenaga yang menentukan profesionalitas tetapi juga pengorbanan waktu.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum mengikuti praktik kerja magang, penulis harus memenuhi beberapa syarat administrasi yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yaitu menyelesaikan jumlah SKS terlebih dahulu. Vonny Darmanto merupakan teman satu angkatan di UMN yang memberikan rekomendasi SINYAL sebagai tempat melakukan praktik kerja magang kepada penulis.

Langkah awal penulis adalah dengan mengisi formulir KM-01 dan KM-02 mengenai perusahaan yang dituju. Selanjutnya, penulis segera mendaftarkan diri dengan memberikan CV, surat lamaran dan surat resmi dari pihak kampus yang menyatakan bahwa penulis hendak melakukan kerja magang di SINYAL melalui editor SINYAL, Priyo Pamungkas. Setelah bertemu dan menyerahkan surat-surat lamaran kerja magang beserta portofolio, penulis dinyatakan diterima kerja magang di SINYAL tanpa melalui tahapan apapun.

Setelah menjalani praktik kerja magang selama 44 hari, penulis diwajibkan melengkapi KM-03, KM-04, KM-05, KM-06, dan KM-07, yang berisikan lembar kerja magang, lembar kehadiran kerja magang, laporan realisasi kerja magang, tanda terima penyerahan laporan kerja magang, dan lembar nilai dari perusahaan tempat penulis bekerja.

Setelah itu, penulis diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang. Pembuatan laporan kerja magang penulis dibimbing langsung oleh Ibu Lupita selaku dosen pembimbing. Selama masa bimbingan, penulis dapat konsultasi ataupun berdiskusi dengan dosen pembimbing mengenai konten laporan kerja magang, hingga akhirnya laporan magang penulis layak untuk diuji dalam sidang laporan kerja magang nanti.