



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

Jurnalistik adalah kegiatan, pengetahuan, dan pekerjaan yang dilakukan seseorang dalam mencari berita, menafsirkan, memproses dalam bentuk tulisan, menyebarkan berita, dan juga sebagai hiburan umum yang sistematis (Wahjuwibowo, 2015, h.5). Jurnalistik erat kaitannya dengan mereka yang bekerja di media massa, yaitu wartawan.

Yunus (2010, h. 38) mengatakan, wartawan adalah sebuah profesi seseorang dalam mencari dan menyusun berita untuk diterbitkan di media massa atau mengerjakan tugas-tugas rutin jurnalistik. Wartawan juga kerap disebut jurnalis, pewarta, pemburu berita, reporter, *newsgetter*, dan lain-lain.

Dalam melaksanakan profesinya, wartawan ditempatkan di sebuah bidang liputan dalam periode tertentu. Sewaktu-waktu, wartawan mengalami perputaran bidang liputan. Penting bagi seorang wartawan untuk mendalami bidang liputannya karena berita yang objektif, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan adalah berita yang dihasilkan dari wartawan yang paham secara mendalam bidang liputannya (Yunus, 2010, h. 44). Menurut mantan wartawan Wall Street Journal Ronald Buel dalam Ishwara (2008, h. 91), seorang wartawan melalui lima tahap dalam membuat sebuah berita yaitu penugasan, pengumpulan, evaluasi, penulisan, dan penyuntingan.

Tentunya, seorang wartawan bekerja di bawah naungan sebuah perusahaan media massa. Media massa sendiri terbagi dalam beberapa bentuk, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Media cetak adalah media massa tertua. Wahjuwibowo (2015, h. 2-3) mengatakan media cetak sudah ada sejak

ditemukannya mesin cetak oleh Guttenberg pada tahun 1456. Sejak itulah *The Printing Era of Communication* dimulai. Namun secara resmi, media cetak pertama kali disebar secara massal pada tahun 1833 yang dilakukan oleh *The New York Sun* atau yang mendapat sebutan *penny press newspapers*.

Yunus (2010, h. 29) menjabarkan bahwa media cetak memiliki tiga jenis, yaitu surat kabar, tabloid, dan majalah. Surat kabar atau koran lebih mengutamakan penyebaran informasi baik fakta maupun peristiwa kepada khalayak masyarakat. Kebanyakan surat kabar terbit setiap hari dan ada beberapa yang terbit seminggu sekali. Berbeda dengan surat kabar, tabloid memiliki target pembaca yang *segmented* dan berorientasi pada profesi atau gaya hidup tertentu. Jenis media cetak ini cenderung mengulas sebuah isu lebih dalam. Tabloid terbit mingguan. Majalah mengulas suatu peristiwa lebih dalam dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama. Rentang waktu terbit majalah beranekaragam, mulai dari mingguan, dwimingguan, bulanan, hingga dwi/triwulan.

Zaman terus melaju diikuti oleh teknologi yang semakin modern. Tak dapat dipungkiri, kemampuan teknologi digital makin mutakhir. Masyarakat dunia mulai beralih ke teknologi digital yang terkoneksi dengan jaringan Internet. Hal ini menjadi titik media *online* mulai berjaya.

Menurut Yunus (2010, h. 32), media *online* bersifat *up to date* karena media *online* terus memberikan informasi terbaru terkait suatu peristiwa secara *real time*, bahkan saat peristiwa masih berlangsung. Kebaruan informasi bisa dilakukan karena proses penyajian berita yang lebih mudah dan sederhana. Media *online* terkenal dengan sifat praktisnya. Media *online* dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama perangkat digital yang digunakan terkoneksi dengan jaringan Internet dan kompatibel untuk mengakses media *online*.

Media cetak mulai terancam eksistensinya karena media *online* yang mulai mendaki kesuksesannya. Berdasarkan data konsultan bisnis PricewaterhouseCoopers (2017), diprediksikan hingga tahun 2021 mendatang laju pertumbuhan majalah minus 6% dan surat kabar atau koran minus 8,3% secara global. Angka minus 8,3% merupakan prediksi angka terendah dibandingkan

dengan yang lainnya. Sedangkan media *online* memiliki potensi pertumbuhan mencapai angka 6%.

Data lainnya yang berasal dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016) mencatatkan bahwa alasan utama warga Indonesia mengakses Internet adalah untuk mencari informasi terbaru, dilanjutkan dengan pekerjaan, mengisi waktu luang, sosialisasi, pendidikan, hiburan, dan berbisnis. Berita pun menempati posisi ketiga dari *survey* jenis konten yang diakses.

Sudah ada beberapa media cetak Indonesia yang tutup usia, seperti Sinar Harapan (Utomo, 2015), Harian Bola (Hidayat, 2015), Hai (Bahar, 2017), Kawanku (Huda, 2016), dan Jakarta Globe (Utomo, 2015). Meski ada yang menyerah, ada beberapa yang bertransformasi ke *platform* media lain untuk mempertahankan eksistensinya. Harian Bola tetap bertahan melalui Bola Sabtu (Hidayat, 2015) dan Juara.bolasport.com (Gonsaga, 2017), Kawanku menjadi Cewekbanget.grid.id (Huda, 2016), Hai menjadi Hai.grid.id (Bahar, 2017), dan Jakarta Globe menjadi Jakartaglobe.id (Utomo, 2015), dan lain-lainnya.

Di sisi lain, media cetak yang masih bertahan memiliki versi *e-paper* dan media *online* dengan nama media yang sama atau dengan kata lain mereka melakukan konvergensi media. Filak (ed. 2015, h. 2) mendefinisikan konvergensi media adalah upaya untuk menarik dari kekuatan berbagai platform media agar bisa menceritakan suatu informasi berita dengan lebih baik. Tujuan dari konvergensi media adalah untuk menyediakan konten yang dibutuhkan oleh pembaca dalam format yang lebih mereka sukai. Salah satu media yang melakukan konvergensi adalah Media Bisnis dan Investasi KONTAN atau yang kerap disebut KONTAN. KONTAN adalah media massa yang berfokus pada bidang ekonomi. Awalnya pada September 1996, KONTAN terbit seminggu sekali dalam bentuk tabloid. Pada tahun 2006, KONTAN mengeluarkan produk terbarunya yaitu Edisi Khusus KONTAN yang terbit sebulan sekali. Setahun setelahnya, KONTAN menerbitkan Harian KONTAN. Ketiga produk KONTAN bisa dinikmati melalui *e-paper* mulai tahun 2008. Dua tahun setelahnya, KONTAN mengeluarkan Kontan.co.id.

KONTAN terus berusaha untuk bertahan dengan kekuatan kontennya, yaitu ekonomi. Menurut Ketua Umum AJI Indonesia Suwarjono (Rochimawati, 2016), masih banyak jurnalis yang menghindari liputan ekonomi atau jurnalisme bisnis. Saat wartawan mengolah berita untuk disajikan ke audiens, mereka dituntut untuk bisa memaparkan berita dengan akurat dan menarik karena berhubungan dengan data berupa angka. Maka dari itu, minat untuk meliput isu ekonomi juga minim. Calon wartawan baru yang melamar untuk menjadi wartawan di bidang ekonomi lebih sedikit dan memilih bidang liputan lainnya .

Padahal, bidang ekonomi termasuk bidang yang cukup penting. Thompson (ed. 2001, h. xviii) mengatakan bahwa pembaca ingin tahu bagaimana alur dunia bisnis dan ekonomi dan apa yang terjadi di dalamnya. Mereka ingin tahu siapa yang mengambil keputusan ekonomi untuk negara, apa yang menyebabkan inflasi dan deflasi, apa yang membuat pasar saham terus bergerak, mengapa kurs dollar itu mempengaruhi banyak hal, mengapa perusahaan melakukan aksi korporasi, dan lainnya. Semua hal tersebut dibutuhkan sebagai panduan pembaca dalam mengambil keputusan bisnis mereka.

Penting bagi seorang calon wartawan atau reporter untuk melatih kemampuannya dalam melakukan aktivitas jurnalistik sebelum terjun ke dunia profesi jurnalistik sebenarnya, baik secara teoritis maupun praktik. Penulis memilih Harian KONTAN untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang didapatkan selama perkuliahan. Penulis ingin merasakan perbedaan teori dan realitas yang dihadapi saat kerja magang dilaksanakan.

Konten ekonomi yang menjadi fokus Harian KONTAN membuat penulis ingin mempelajari lebih dalam jurnalistik ekonomi yang memang belum pernah penulis rasakan dan tentunya di luar zona nyaman. Ditambah, penulis ingin merasakan bagaimana bekerja di media massa yang sudah berkonvergensi. Maka dari itu, penulis ingin menambah pengalaman bagaimana bekerja menjadi seorang jurnalis ekonomi dan menambah wawasan mengenai ekonomi itu sendiri.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dilakukannya kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa dapat mengenal lebih dalam dunia jurnalistik di luar pembelajaran di kampus, mendapatkan pengalaman, dan berlatih sebelum terjun ke dunia kerja.
2. Mahasiswa dapat mengembangkan, menyelesaikan masalah, dan membandingkan teori alur kerja reporter dengan penerapannya saat melakukan kerja magang. Alur kerja reporter diajarkan kepada mahasiswa pada mata kuliah Pengantar Jurnalistik, Teknik Interview dan Reportase, Penulisan Berita, dan Bahasa Jurnalistik.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan peraturan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, kerja magang wajib dilaksanakan selama minimal 60 hari kerja atau minimal tiga bulan dan maksimal enam bulan.

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan Surat Keterangan No. 0705/HR-EXT/2017 yang ditandatangani oleh HR dan GA Manager PT Grahanusa Mediatama (penerbit Media Bisnis dan Investasi KONTAN) Margaretha Matasak, penulis melaksanakan kerja magang selama tiga bulan dari Juli 2017 hingga September 2017. Kantor Media Bisnis dan Investasi KONTAN terletak di Jl. Kebayoran Lama No. 1119, Jakarta Selatan, 12210.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada 1 Juli 2017, penulis mengirimkan *e-mail* lamaran kerja magang kepada *staff* Human Resources Department (HRD) atau Sumber Daya Manusia PT Grahanusa Mediatama Anindita Damayanti (anindita.damayanti@kontan.co.id). *E-mail* lamaran kerja tersebut berisi

curriculum vitae, *portfolio* tulisan, dan *application letter*. Pada 3 Juli 2017, penulis dipanggil oleh Anindita untuk melakukan wawancara dan mengurus surat kesepakatan magang. Penulis diterima dan langsung bekerja pada hari itu sebagai Reporter Harian KONTAN di kompartemen Industri.

Pada 4 Juli 2017, penulis langsung mengajukan permohonan Surat Pengantar Kerja Magang ke Universitas Multimedia Nusantara dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM-00 dan KM-01). Penulis menyerahkan Surat Pengantar Kerja Magang kepada Anindita. Anindita menyerahkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa penulis diterima kerja magang untuk periode Juli 2017 hingga September 2017 sebagai Reporter di Harian KONTAN ditandatangani oleh HR & GA Manager PT Grahanusa Mediatama Margaretha Matasak.

Pada hari pertama kerja magang, penulis diajak untuk mengikuti rapat redaksi Harian KONTAN. Penulis berkenalan dengan para petinggi redaksi sekaligus ditempatkan di kompartemen Industri di bawah naungan Ahmad Febrian selaku Redaktur Pelaksana Kompartemen. Ahmad dibantu oleh dua Redaktur yaitu Anastasia Lilin dan Azis Husaini dan dua Asisten Redaktur Dadan M. Ramdan dan Handoyo. Selama melakukan kerja magang, penulis dibimbing oleh mereka, tetapi yang bertugas sebagai Pembimbing Lapangan Kerja Magang adalah Ahmad Febrian.

Berdasarkan Surat Keterangan No. 1008/HR-EXT/2017 yang ditandatangani oleh HR dan GA Manager PT Grahanusa Mediatama Margaretha Matasak dan Pembimbing Lapangan Ahmad Febrian, penulis telah menyelesaikan kerja magang dari tanggal 3 Juli 2017 hingga 29 September 2017. Penulis meminta evaluasi kerja dari redaktur eksekutif, redaktur pelaksana kompartemen, redaktur, dan para asisten redaktur. Tak lupa, Ahmad Febrian memberikan penilaian kerja magang secara tertulis. Setelah itu, penulis membuat laporan pertanggungjawaban kerja magang di bawah bimbingan Rony Agustino Siahaan, M. Si. Saat laporan sudah disetujui oleh pembimbing magang, laporan sudah siap dikumpulkan dan dipresentasikan di hadapan penguji.