



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

Internet mulai digunakan secara masal pada pada akhir tahun 1990-an dan awal 2000-an. Situs web menjadi salah satu fitur internet yang populer. Salah satu hal yang bisa ditemui di situs web adalah berita. Berbagai media berita menyajikan berita daring (Craig, 2005, h.7). Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) menyatakan ada 132,7 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia yang menggunakan internet (2016, h.6). Pada survei tersebut disebutkan berbagai jenis konten internet yang diakses. Enam konten yang diakses yaitu media sosial, hiburan, berita, pendidikan, komersial, dan layanan publik. Dalam survei disebutkan 127,9 juta orang atau 96,4% responden mengakses konten berita melalui internet (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016, h.22).

Di Indonesia, media berita telah memanfaatkan internet untuk penyebaran berita mereka. Generasi pertama dipenuhi oleh media konvensional yang berkonvergensi. Ada lima media daring generasi pertama yang disebutkan. Sejak layanan internet komersial ada di Indonesia pada 1994, Republika Online mengemuka ke publik. Media berita daring selanjutnya yang muncul adalah Tempo interaktif pada 1996. Bisnis Indonesia dan Kompas menyusul pada tahun 1997. Media berita dari Sumatera Utara Waspada.co.id kemudian juga tampil ke publik (Margianto & Syaefullah, 2014, h.14).

Detik.com kemudian muncul pada 1998 dan disebut-sebut sebagai pelopor media daring. “Detik muncul sebagai media *online* otonom. Meski menyandang nama Detik, tidak ada hubungan apapun antara detikcom dengan Tabloid Detik dan Detak kecuali bahwa Budiono dan Yayan pernah menjadi editor di Tabloid Detik.” (Margianto & Syaefullah, 2011, h.17)

Sejak itu, sejumlah media daring otonom (bukan media konvensional yang berkonvergensi) bermunculan. Salah satu yang muncul adalah Rappler Indonesia (Rappler.com/indonesia). Sesuai dengan karakteristik media daring yang disebutkan oleh Craig (2005, h.8), Rappler Indonesia menyajikan berita dalam berbagai elemen multimedia. Selain elemen teks, Rappler Indonesia menyajikan berita dalam bentuk foto, grafis, dan video.

Rappler Indonesia menyebut wartawan mereka sebagai wartawan multimedia. Seorang wartawan multimedia diarahkan untuk mengolah berita dalam berbagai elemen. Hal itu sesuai dengan pernyataan Hill & Lashmar terkait kemampuan yang perlu dimiliki oleh jurnalis multimedia. Menurut Hill dan Lashmar ada sejumlah kemampuan yang diperlukan sebagai jurnalis multimedia. Kemampuan itu misalnya menulis untuk situs internet, bercerita menggunakan gambar, menggunakan audio dan *podcast*, dan bekerja dengan video (Hill & Lashmar, 2014, h.45). Wartawan Rappler Indonesia didorong mempunyai kemampuan-kemampuan di atas kecuali mengolah audio dan *podcast*.

Tren penggunaan media sosial juga membawa perubahan tersendiri pada dunia jurnalistik. Salah satu perubahannya adalah bagaimana berita didistribusi melalui media sosial. Selain itu, media sosial dapat digunakan oleh masing-masing individu jurnalis untuk melaporkan peristiwa, menjalin koneksi dengan narasumber, dan menarik keterlibatan netizen (Thornburg, 2011, h.309). Hasil Survei APJII menyatakan, 129,2 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016, h.22). Twitter dan Facebook adalah dua contoh dari media sosial. Indonesia diklaim sebagai salah satu dari lima negara pengguna Twitter terbanyak di dunia (Herman & Mononimbar, 2017, para.3). Pengguna Facebook di Indonesia disebutkan sebanyak lebih dari 115 juta orang. Selain itu, pengguna Facebook di Indonesia dinilai sebagai pengguna yang aktif. Mereka membagikan konten sebanyak tiga kali lipat bila dibandingkan dengan rata-rata global. Mereka juga memberikan komentar lebih banyak. Jumlah komentar yang diberikan tercatat 60% lebih tinggi dari pada rata-rata global (Hutchinson, 2017, para.2)

Rappler Indonesia mempunyai sejumlah akun media sosial. Berita didistribusikan lewat media sosial. Selain itu wartawan di Rappler Indonesia

diarahkan untuk menggunakan media sosial dalam melaporkan peristiwa secara langsung. Wartawan menggunakan akun pribadi Twitter dan Facebook mereka untuk melaporkan peristiwa secara langsung. Akun pribadi Facebook dari wartawan menampilkan video secara langsung sebuah peristiwa. Setelah itu *social media producer* Rappler Indonesia akan meneruskannya ke akun resmi Rappler.

Penyajian berita multimedia dan penggunaan media sosial oleh Rappler Indonesia membuat penulis tertarik. Hal itu dikarenakan penulis mempelajari pengemasan berita multimedia selama belajar di Universitas Multimedia Nusantara. Sehingga penulis ingin mencoba mengaplikasikannya pada saat praktik kerja magang. Sedangkan, penggunaan media sosial oleh individu wartawan belum dipelajari secara dalam saat penulis di dunia perkuliahan. Sehingga penulis ingin mencoba mempraktikannya.

Selain itu, prestasi yang didapat Rappler pusat (Filipina) membuat penulis semakin tertarik. Pada tahun 2013, Rappler pusat menjadi situs berita nomor tiga di Filipina versi Alexa hanya dalam waktu setelah sekitar satu setengah tahun berdiri. (*“Rappler is PH’s 3rd top news site – Alexa”*, 2013. Para.1). Pada tahun yang sama, Rappler mendapatkan penghargaan *“Best Online Story Using Government Data”* untuk artikel Rappler yang berjudul *“MAP : The Poorest Province in PH”*. (*“Rappler wins award for best online story using gov’t data”*, 2013, para.1-3). Penghargaan itu diberikan pada acara *National Statistics Month Media Awards 2013*. Acara diselenggarakan oleh *“National Statistical Coordination Board of The Philipines”* dalam rangka mengapresiasi kontribusi media atas advokasi data statistik. (Miralles, 2013, h.8)

Dua tahun kemudian, Rappler mendapatkan penghargaan dari *World Summit Award* di kategori media dan berita. Penghargaan tersebut diberikan kepada inovasi digital yang dinilai memberikan dampak pada masyarakat. Penghargaan itu diberikan pada acara yang diselenggarakan oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB). Inovasi yang dinilai menonjol adalah pemanfaatan *crowdsourcing* dan fitur *mood meter* yang ada. (*“Rappler wins UN’s 2015 World Summit Award”*, 2015, para.1-4 & 7)

Kemudian pada tahun 2017, Rappler mendapatkan penghargaan “*Best Online News Outlet*” Penghargaan tersebut didapat dari *Platinum Stallion Media Awards* yang diselenggarakan oleh *Trinity University of Asia*. Di sana, Rappler dinilai sebagai kelompok yang mengedukasi publik lewat media (“*Rappler wins Best Online News Outlet in Platinum Stallion Media Awards*”, 2017, para.2)

Selain itu, artikel berjudul “Seorang diri, Sadiman memerdekakan desanya dari kekeringan” yang dipublikasikan Rappler Indonesia mendapatkan penghargaan dari (BNPB). Artikel yang ditulis oleh Ari Susanto dan dipublikasikan 23 Agustus 2015 tersebut menjadi satu dari tiga pemenang tulisan jurnalistik yang berhubungan dengan penanggulangan bencana. (Susanto, 2015, para.2)

1.2 Tujuan Kerja Magang

1. Mengetahui aktivitas wartawan multimedia di Rappler Indonesia *Social News Network*
2. Mengaplikasikan pengetahuan teknis dan konsep jurnalistik multimedia yang telah dipelajari
3. Mencari sejumlah celah aktivitas di kerja magang yang tidak dipelajari di dunia perkuliahan

1.3 Waktu dan Prosedur Kerjang Magang

Penulis mengajukan permohonan praktek kerja magang kepada kepala program studi dengan mengisi formulir KM-01 pada 14 Februari 2017. Formulir KM-01 didapat dari bagian Admin Program Studi Ilmu Komunikasi. KM-01 adalah formulir pengajuan kerja magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi. Penulis mengisi identitas sebagai mahasiswa, seperti nama lengkap, NIM, program studi dan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK). Selain itu, penulis juga mengisi nama perusahaan yang ingin dijadikan tempat magang dan alamatnya. Setelah informasi yang dibutuhkan KM-01 lengkap, penulis menemui kepala

program studi Ilmu Komunikasi untuk meminta persetujuan dalam bentuk tanda tangan.

Formulir KM-01 kemudian diberikan kepada admin Progam Studi untuk ditukar dengan Formulir KM-02. Formulir KM-02 berisi surat pengantar kerja magang resmi yang ditandatangani Ketua Program Studi. Formulir KM-02 dapat dikirimkan mahasiswa kepada perusahaan yang dituju. Formulir KM-02 didapat penulis pada 15 Februari 2017. Kemudian penulis mengirimkan formulir tersebut beserta portofolio ke alamat surat elektronik redaksi Rappler Indonesia (redaksi@rappler.com) pada 16 Februari 2017. Pada hari yang sama, Rappler Indonesia membalas surat elektronik penulis. Balasan surat elektronik tersebut berisi waktu wawancara. Wawancara dilakukan di kantor Rappler. Setelah wawancara, penulis diberikan sebuah tes yaitu menyadur sebuah artikel berbahasa Inggris ke Bahasa Indonesia.

Penulis kemudian dinyatakan diterima pada 23 Februari 2017 dan memulai kerja magang pada 27 Februari 2017. Kerja Magang dilakukan selama 81 hari hingga 27 Mei 2017. Ketika mulai melaksanakan praktek kerja magang, penulis meminta surat keterangan kerja magang kepada Rappler Indonesia. Surat tersebut ditukarkan kepada BAAK untuk mendapatkan KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang).

Saat proses kerja magang, penulis mencatat jam masuk dan jam keluar kerja magang setiap harinya. Jam tersebut ditulis pada KM-04. Selain itu, penulis juga mencatat kegiatan apa saja yang dilakukan dalam seminggu untuk dicatat di KM-05). Setelah praktek kerja magang selesai pada 27 Mei 2017, penulis memulai bimbingan penulisan laporan kerja magang.