



### **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

Saat ini teknologi merupakan bagian dari kebutuhan manusia. Dalam era globalisasi, banyak tuntutan teknologi untuk memenuhi kebutuhan manusia. Banyak sekali perkembangan yang dibawa teknologi untuk kehidupan manusia seperti salah satunya adalah akses informasi. Sebelum teknologi berkembang pesat, informasi hanya dapat di akses lewat media massa konvensional dan elektronik saja.

Budi (2014, h. 3) menjelaskan bahwa masyarakat saat ini secara tidak langsung mengharuskan diri mereka untuk mengikuti perkembangan teknologi. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, masyarakat mampu mendapatkan informasi maupun hiburan yang saat ini terintegrasi dalam media komunikasi khususnya pada *new media*.

Media massa konvensional misalnya seperti koran, majalah dan buletin. Media massa elektronik yang dipengaruhi oleh teknologi juga dikonsumsi seperti misalnya radio dan televisi. Namun seiring berkembangnya teknologi, kebutuhan manusia juga bertambah dalam memenuhi kebutuhannya.

Berkembangnya teknologi dalam akses informasi diwujudkan dalam media baru atau *new media*. *New Media* dimaknai dengan kemunculan semua media massa yang berbasis teknologi dan komunikasi dan informasi khususnya internet dan *World Wide Web* (WWW) (Ilhami, Santoso, Setyabudi, 2014, h. 4).

Masyarakat yang sebagian besar sudah “melek teknologi” pastinya menuntut kebutuhan hidupnya yang juga dipenuhi oleh teknologi. Kemajuan teknologi membuat hidup penggunanya lebih praktis seperti dalam mengakses informasi. Apabila dalam mengakses informasi dahulu pengguna hanya bisa lewat koran, televisi dan radio, saat ini teknologi telah membuatnya menjadi lebih praktis.

Perwujudan dari konvergensi media adalah kemunculan media *online*. Tea (2014, para. 10) mengartikan bahwa secara teknis atau ‘fisik’, media *online* adalah

media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media *online* adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

Media *online* hadir di Indonesia diawali dengan kehadiran Republika Online ([www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)). Republika hadir satu tahun setelah terbitnya surat kabar harian Republika pada 17 Agustus 1994. Selanjutnya diikuti oleh Tempo, Bisnis Indonesia dan media-media lain yang bermunculan versi *online* (Margianto dan Syaefullah, 2006, h. 15). (Margianto & Syaefullah, 2006)

Media *online* hadir dengan beragam keunggulan yang dimiliki. Keunggulannya seperti informasi yang disajikan bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Kemudahan akses media *online* menjadikan penyajian informasi yang dapat diperbarui terus. Sedangkan *real time* dikarenakan media *online* mampu menyajikan informasi langsung kepada pembacanya saat peristiwa itu terjadi. Dan praktis karena media *online* dapat diakses dimana saja dan kapan saja dengan teknologi yang mendukung (Yunus, 2010, h. 32)

Richard Craig (2005, h. 14) menjelaskan tentang mengapa hasil karya jurnalistik *online* berbeda dengan lainnya karena di dalamnya terdapat kualitas terbaik dari sisi media cetak dan media siar. Di dalam karya tulisan jurnalistik *online* terdapat kedalaman berita layaknya pada media cetak namun di sisi lain terdapat juga kecepatan perbaruan berita layaknya pada media televisi. Selain itu juga terdapat fitur menaruh video dan audio untuk membuat berita lebih nyata.

Pada dasarnya, jurnalistik *online* memiliki prinsip yang sama dengan jurnalistik pada umumnya. Hanya saja yang membedakan adalah proses produksi beritanya. Wartawan berita *online* akan selalu dituntut selalu cepat dalam melakukan *update* berita. Hal ini dikarenakan masyarakat yang selalu menuntut adanya *update* berita terbaru di era digital pada saat seperti ini.

Christopher K. Passante (2007, h. 207) mengungkapkan bahwa ketika orang-orang ingin mendapatkan *update* dari *breaking news*, pastinya mereka akan mengambil komputer dan membaca dari internet. Sedangkan hanya sebagian kecil yang mencari radio ataupun televisi untuk memperbarui berita mereka akan apa yang terjadi.

Seperti yang dituturkan oleh Richard Craig di atas, jurnalistik *online* mampu menjabarkan kedalaman berita. Jurnalistik *online* dapat menyajikan berita yang lebih dalam tanpa harus menunggu keesokan harinya seperti media cetak koran misalnya. Ketika jurnalis memberikan berita *hard news*, tanpa menunggu lama, jurnalis juga dapat langsung mengunggah berita yang lebih dalam seperti *feature*. Itulah mengapa sebagian besar berita *online* mengandung berita *feature*.

Bujono dan Hadad (1996 dikutip dalam Putra, 2006, h. 82) menjelaskan bahwa *feature* merupakan artikel yang memiliki ciri khas kreatif dan terkadang subjektif. Selain itu juga *feature* memiliki sisi untuk memberikan informasi lebih mendetail tentang suatu kejadian, keadaan atau aspek kehidupan kepada pembacanya.

Ketika penulis ditempatkan di kanal Travel pada media Kompas.com, mayoritas tulisan merupakan tulisan *feature*. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa ada tulisan *hard news* juga. Nantinya *hard news* yang sudah ditulis dengan perbaruan yang cepat dan menggambarkan secara umum tentang suatu peristiwa akan diperdalam oleh tulisan *feature*. Karena laman pada web yang terbatas, biasanya tulisan *feature* akan dibagi menjadi beberapa berita. Ini bertujuan untuk membahas suatu peristiwa lebih dalam namun juga agar pembaca tidak lelah untuk membaca satu topik sekaligus.

*Feature* memiliki kemampuan untuk menggambarkan suatu peristiwa lebih detail. Apabila media cetak masih harus menunggu keesokannya atau mungkin minggu berikutnya seperti majalah, media *online* dapat menyajikan saat itu juga. Jurnalis dapat langsung mencari tahu lebih dalam tentang peristiwa *hard news* lalu meng-*publish* berita tersebut saat itu juga.

Oktara (2016, para. 2) menuliskan bahwa di Indonesia terakhir terdapat 2.000 media *online* dan hanya terdapat 211 media *online* yang profesional atau terverifikasi oleh Dewan Pers. Dari sekian banyak media *online* yang ada di Indonesia, salah satu media *online* terkemuka di Indonesia adalah Kompas.com.

Kompas.com merupakan hasil konvergensi dari Kompas Gramedia Group. Kompas Gramedia Group telah berkonvergensi menjadi beberapa media. Di mana sebelumnya Kompas Gramedia Group dikenal dengan surat kabar Kompas yang

terbit sejak 1965. Saat ini mereka telah hadir di dalam stasiun Kompas TV dan juga media berita *online* yakni Kompas.com (“History Of Kompas Gramedia”, para. 32)

Sama dengan konsep media *online* pada umumnya, Kompas.com juga hadir untuk memberikan perbaharuan berita yang cepat dan beragam. Meskipun surat kabar Kompas dan Kompas.com sama-sama menghadirkan berita, namun Kompas.com mengemas dengan gaya bahasa yang berbeda dan juga perbaharuan berita yang lebih cepat. Selain itu juga terdapat beberapa perbedaan yang tidak dimiliki oleh surat kabar Kompas namun dimiliki Kompas.com.

Penulis memilih media Kompas.com sebagai tempat magang karena penulis melihat kredibilitas Kompas Gramedia sebagai pelopor di dunia jurnalistik. Tidak hanya mengutamakan kecepatan, terlihat dari kualitas berita Kompas.com yang selalu menomorsatukan keakuratan menjadikan Kompas.com sebagai media *online* yang dapat dipercaya dengan baik.

Oleh karena itu penulis akan menjabarkan alur kerja wartawan media *online* khususnya Kompas.com, dari mulai awal, proses produksi hingga penerbitan berita. Saat melakukan praktik kerja magang penulis ditempatkan di kanal Travel. Di mana nantinya penulis akan banyak membahas bagaimana proses kerja yang terjadi di kanal Travel dan melakukan penulisan berita di dunia pariwisata. Penulis melakukan kegiatan peliputan berita, *interview*, konferensi pers, *media dinner*, penulisan, penyuntingan dan penerjemahan yang berkaitan dengan bidang pariwisata.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang merupakan salah satu mata kuliah wajib syarat kelulusan pada program S1 di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah kerja magang ini merupakan salah satu persiapan yang dilakukan untuk menghadapi dunia kerja nantinya. Untuk menggambarkan dunia kerja, perusahaan yang dipilih sebagai tempat kerja magang pun harus sesuai dengan fakultas dan jurusan yang telah diambil yaitu fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Jurnalistik.

Kerja magang yang dilakukan penulis adalah untuk menambah pengetahuan dan mengasah kemampuan dalam bidang jurnalistik secara langsung. Dengan

menerapkan teori-teori lewat pengajaran selama enam semester, penulis menerapkannya dan mengaplikasikannya dalam kerja magang secara langsung sebagai jurnalis terutama jurnalis *online*. Selain itu, lewat kerja magang penulis juga dapat menambah koneksi yang ditemui selama melakukan kerja magang untuk nantinya ketika terjun di dunia kerja. Selebihnya, penulis dapat mengasah dan meningkatkan kemampuan dalam menulis berita baik itu *hard news* maupun *softnews*.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan kerja magang pada kanal Travel Kompas.com selama 3 (tiga) bulan yang dimulai sejak tanggal 4 Juli 2016 sampai 30 September 2016. Kerja magang dilaksanakan di gedung KOMPAS Gramedia unit II lantai 5, Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28. Selama melaksanakan kerja magang penulis masuk setiap hari Senin hingga Sabtu. Waktu bekerja yang dilaksanakan tidak tetap dikarenakan tergantung dengan jadwal liputan yang harus dilakukan. Namun apabila tidak ada liputan, penulis masuk bekerja pada pukul 10.00 pagi hingga 18.00 sore. Dan apabila ada *interview* yang cukup dilakukan via telepon, penulis dapat melakukannya di rumah dan menulis berita dari rumah.

#### **1.3.2 Prosedur Kerja Magang**

Tahap pertama adalah penulis mengajukan perusahaan tempat kerja magang dengan mengisi form KM-01. Di dalam form KM-01 penulis menyertakan perusahaan apa yang akan dituju dan nantinya akan ditandatangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Setelah mendapat persetujuan, penulis mendapatkan KM-02 yang merupakan surat pengantar untuk kerja magang sebagai acuan lamaran kerja magang kepada perusahaan. Selanjutnya penulis mengirimkan curriculum vitae (CV) beserta KM-02 ke HRD Kompas.com melalui e-mail ([aldy\\_jp@kompas.co.id](mailto:aldy_jp@kompas.co.id))

Setelah itu penulis mendapatkan e-mail dari Aldy Januar Pinanggih yang merupakan pegawai HRD Kompas.com yang berisi undangan wawancara untuk melakukan wawancara pada hari Jumat, 1 Juli 2016. Ketika wawancara penulis diminta untuk membawa portofolio penulis. Kualifikasi portofolio yang dibawa harus tulisan yang baru dibuat oleh penulis dengan tema yang bebas.

Setelah melewati wawancara pada pukul 10.00 pagi selama kurang lebih 1 jam, pada pukul 14.00 siang penulis diberitahukan bahwa telah diterima bekerja di kanal Travel Kompas.com. Selama melaksanakan kerja magang, penulis telah mengisi form KM-03 sampai KM-07 yang kemudian ditandatangani oleh Kadek Pertiwi sebagai pembimbing magang.

Pada hari pertama kerja magang penulis mendapat arahan untuk membuat artikel tentang tempat-tempat wisata maupun kuliner yang dilewati jalur mudik karena bertepatan waktu tersebut adalah saat libur lebaran. Selain itu penulis juga diminta untuk menulis *press release* tentang beberapa acara yang berkaitan dengan pariwisata.

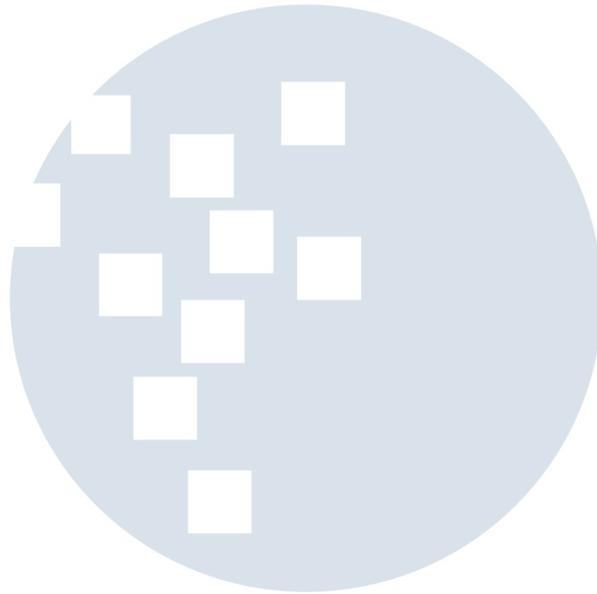
Pada minggu selanjutnya, penulis mulai dilibatkan dalam liputan lapangan. Penulis diminta untuk datang ke acara yang berkaitan dengan pariwisata, melakukan liputan kuliner dan masih banyak lagi. Apabila tidak ada jadwal untuk melakukan liputan, penulis diminta untuk menterjemahkan dan mengemas ulang berita dari situs-situs yang terpilih.

Penulis dibimbing untuk dapat menulis berita dengan ketentuan jurnalistik *online* yang menjadi acuan Kompas.com. Setelah penulis membuat tulisan, tulisan tersebut dikoreksi oleh Kadek Pertiwi dan I Made Asdhiana selaku editor ataupun Sri Anindiati Nursastri selaku asisten editor. Tidak hanya itu, penulis juga diperkenalkan dengan redaksi lainnya dan berinteraksi dengan mereka.

### **1.3.3 Penyelesaian Kerja Magang**

Setelah menyelesaikan masa kerja magang selama tiga bulan, penulis membuat laporan magang sebagai syarat kelulusan mata kuliah kerja magang.

Penulisan laporan dibimbing oleh Lupita Wijaya, M.A. . Nantinya laporan magang ini akan dipertanggungjawabkan melalui sidang magang.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA