



### **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

Berkat perkembangan teknologi, kini informasi atau berita dapat diakses secara mudah, bahkan secara *real-time* atau langsung. Hal ini dilakukan melalui konvergensi media dari yang sebelumnya hanya dapat diakses sehari sekali seperti koran atau tanpa pengulangan layaknya radio, jadi bisa dilihat melalui dunia maya dengan data tersimpan untuk dibaca kapan saja.

Koran, radio, atau televisi tidak punah dan masih digunakan oleh banyak orang, tetapi media dalam jaringan (*online*) kini menjadi saluran informasi utama karena paling mudah diakses oleh khalayak yang membutuhkan informasi dengan cepat. Berdasarkan laporan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) yang mengutip dari survei We Are Social, 51% dari jumlah penduduk Indonesia merupakan pengguna internet (AJI, Mei 2017). Bahkan televisi dan radio sudah menyediakan jasa layanan *streaming* agar laporan mereka bisa disaksikan ataupun dengar melalui genggam tangan para khalayak.

Straubhaar (2009:267) dalam bukunya *Media Now*, mengatakan di abad ke-21 ini, internet semakin mudah untuk digunakan dan berkonvergensi dengan media konvensional. Para audiens juga menunjukkan ketertarikan yang sangat tinggi terhadap informasi di media dalam jaringan. Pasalnya, dengan teknologi yang ada, mereka bisa mengakses berita atau informasi lainnya di manapun, dan kapanpun.

Berikut ciri-ciri internet sebagai media menurut McQuail (2012, h.45) dalam buku *Teori Komunikasi Massa*:

- Berbasis teknologi komputer
- Karakternya hibrida, dan fleksibel
- Memiliki potensi untuk interaktif
- Fungsi publik serta privat
- Peraturan tidak ketat

- Saling terhubung
- Ada di mana-mana tanpa tergantung lokasi
- Dapat diakses individu sebagai komunikator
- Media komunikasi massa dan pribadi

Ciri-ciri di atas membuat media dalam jaringan mendapat perhatian lebih dari khalayak. Sebagai contoh, Koran Kompas yang merupakan salah satu media cetak terbesar di Indonesia saat ini memiliki tiras rata-rata 500.000 eksemplar perharinya dengan rata-rata jumlah pembaca 1.850.000 orang (Kompas Gramedia, 2014), dan kini situs mereka, kompas.com menduduki posisi 295 dunia atau ke-11 di Indonesia (Alexa, Juni 2017). Alexa atau alexa.com merupakan sebuah situs yang mendedikasikan diri mereka untuk menghitung jumlah pengunjung semua situs di dunia dan mengurutkannya. Keberadaan Alexa sangat penting bagi media dalam jaringan karena dapat mengetahui popularitas mereka, dan menambah penghasilan perusahaan dengan menggunakan data tersebut untuk menarik iklan.

Saat ini detik.com menjadi media dalam jaringan paling populer di Indonesia dengan menduduki peringkat empat nasional atau posisi ke-124 dunia. Mereka menjadi situs yang paling sering dikunjungi selain google.co.id, google.com, dan youtube.com. Sementara itu, rappler.com menempati posisi ke-1763 dunia, 11 besar di Filipina, dengan 264.642.567 pengikut akun Twitter internasional mereka, dan 31.898 yang mengikuti sosial media berbahasa Indonesianya.

Baik Detik atau Rappler bukanlah media yang memiliki basis konvensional layaknya Kompas. Namun seperti yang diungkapkan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam situsnya, pengguna internet di Indonesia dalam periode 2013-2018 merupakan yang terbanyak ke-enam di dunia, sehingga membuat beberapa perusahaan media di Indonesia yang awalnya berbentuk konvensional ikut meramaikan dunia maya untuk meraup keuntungan. Koran Kompas membuat Kompas.com, program berita SCTV, Liputan6 membuat versi digital mereka Liputan6.com, Koran Tempo membuat Tempo.co, dan masih banyak lagi.

Margianto dan Syaefullah (2014, h.15-16) dalam bukunya, Antara Pembaca, Laba, dan Etika, bercerita bahwa Tempo dan Kompas mendirikan laman portal berita di Indonesia, mengikuti jejak Republika yang meluncurkan situs mereka pada 17 Agustus 1994. Tempo

kemudian menyusul setelah dua tahun menganggur karena versi cetak mereka dibredel pemerintah orde baru. Tempo mulai masuk ke dalam jaringan dunia maya pada 1996, lalu disusul oleh Kompas dan Harian Waspada setahun kemudian. Tetapi, saat itu menurut Pemimpin Redaksi tempo.co, Daru Priyambodo, media-media dalam jaringan yang ada hanya menyalin versi cetak. Belum ada rancangan model bisnis seperti saat ini, dan tidak lebih dari simbol prestise. Tempo bahkan hanya memperbaharui laman berita tempo.co atau saat itu, tempointeraktif.com seminggu sekali seperti majalah mereka.

Gaya penerbitan yang menyerupai cetak terus berlangsung sampai konsep *running news* yang dipopulerkan Budiono Darsono, Yayan Sopyan, Didi Nugrahi, serta Abdul Rahman di detik.com digemari oleh para pengguna jaringan internet di Indonesia. Awalnya Budiono yang terinspirasi oleh cara Associated Press dan Agence France-Presse menyajikan berita mereka, menawarkan konsep *running news* ke Kompas, namun hal itu ditolak. Akhirnya, Budiono bersama rekan-rekannya mengeluarkan 40 juta Rupiah untuk membuat detik.com yang mengunggah berita pertama mereka pada 9 Juli 1998. Empat sosok inilah yang memperkenalkan konsep *running* layaknya *breaking news* pada berita di televisi. (Margianto dan Syaefullah, 2014a, h.17)

Berbeda dengan detik.com, Rappler Inc tetap menggunakan konsep layaknya koran untuk situs mereka. Tiap artikel yang dimuat tidak seperti *breaking news*, tapi padat dan jelas sehingga pembaca dapat memiliki gambaran utuh tentang suatu peristiwa. Berbasis di Filipina, rappler.com menggunakan standar dari sana meski membuka portal berita berbahasa Indonesia.

Dilihat dari mediana, maka jurnalisme dalam jaringan memiliki berbagai kelebihan untuk para wartawan mereka, menurut Craig (2005:90-91) dalam bukunya *Online Journalism*:

- Dapat menyediakan tautan agar pembaca dapat masuk ke artikel yang lebih spesifik menurut keinginan mereka
- Tulisan dapat diperbaharui dengan instan dan teratur
- Isi artikel lebih panjang dan mendalam karena tidak memiliki batas ruang atau kolom
- Bisa diisi beberapa medium sekaligus teks, audio dan video
- Memiliki arsip di internet

Selama kuliah, penulis sudah dibekali dengan pengetahuan bahwa internet dan dunia maya akan menjadi kunci utama penyebaran berita dan informasi di era digital seperti saat ini. Oleh karenanya, penulis memilih untuk melakukan kerja magang di sebuah perusahaan media dalam jaringan, Rappler Inc.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Selama tiga bulan, penulis melakukan praktik kerja magang di rappler.com, dengan tujuan :

- Mengetahui cara kerja dalam sebuah kantor berita media dalam jaringan dan perbedaan Rappler yang merupakan cabang asing dengan asli Indonesia
- Mendapat gambaran tentang dunia pekerjaan dalam industri media
- Menambah relasi
- Menuntaskan mata kuliah magang

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

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Periode kerja magang yang diberikan oleh Rappler Inc adalah selama tiga bulan (62 hari). Mulai pada 8 Maret 2017 dan berakhir 8 Mei 2017, dengan jam kerja yang tidak menentu sesuai kebutuhan tim.

Rappler Inc hanya memiliki satu jadwal tetap yaitu rapat mingguan yang diselenggarakan setiap Senin, pukul 11.00 WIB hingga selesai, di mana nantinya setiap personil diberikan tugas selama seminggu dengan jatah libur dua hari. Dalam masa libur sekalipun, anggota Rappler Inc harus siap dipanggil ke lapangan atau menulis konten baru jika rekan mereka terpaksa absen.

### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Pada 27 Februari 2017, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke redaksi@rappler.com untuk meminta permohonan magang di tempat mereka setelah mengetahui bahwa Rappler Inc membutuhkan tenaga bantuan melalui Twitter. Sehari kemudian mereka langsung membalas permohonan tersebut dengan memberikan kesempatan untuk masuk ke fase wawancara yang diselenggarakan pada 3 Maret 2017 di kantor Rappler Indonesia, Rasuna Office Park, Kuningan, Jakarta Selatan.

Seusai wawancara, salah satu editor mereka meminta penulis untuk menyadur sebuah tulisan bertemakan olahraga karena rencananya akan ditaruh di divisi olahraga dan hiburan selama menjalani magang. Lalu tiga hari kemudian, 6 Maret 2017, penulis resmi diterima untuk magang di sana dan mulai aktif 8 Maret 2017.

Pada hari pertama, penulis langsung diminta untuk menyadur sebuah artikel tentang dunia hiburan. Namun, setelah mengikuti rapat redaksi, penulis lebih banyak ditugaskan untuk di divisi berita, hingga akhir periode magang 8 Mei 2017. Berbeda dengan media-media lain yang memiliki divisi tertentu untuk diisi, Rappler Inc cabang Indonesia berani merotasi tim mereka sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan rapat sehingga penulis juga tidak terpaku di segmen olahraga dan hiburan sesuai hasil wawancara pertama.

Penulis juga menyusun laporan magang untuk kebutuhan kuliah dengan bimbingan dari Ignatius Haryanto selama proses menjalani magang, meski mayoritas pertemuan lebih sering dilakukan setelah 8 Mei 2017.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A