



### **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.

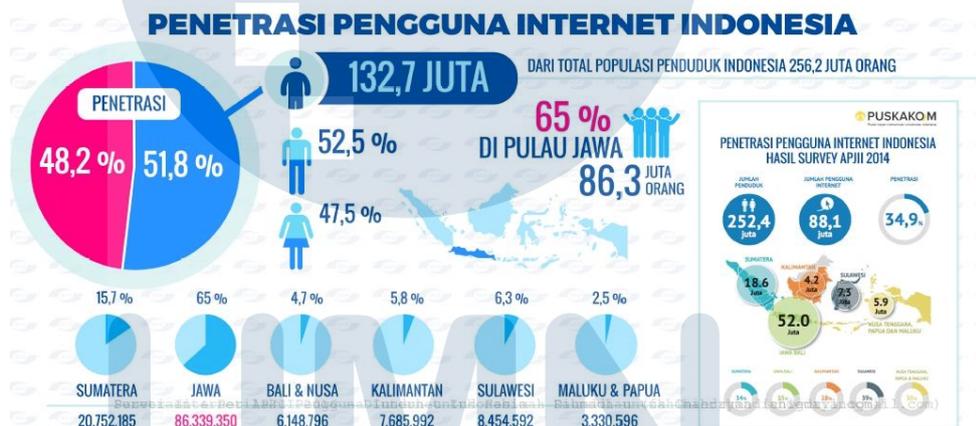
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Internet merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan tertentu yang kini sedang berkembang di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016, h. 6) pada tahun 2016, sebanyak 51,8% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet, yakni 132,7 juta dari 256,2 juta orang. Dengan kata lain, setengah dari penduduk di Indonesia sudah menggunakan internet pada tahun 2016 dan masih terus berkembang hingga 2017.

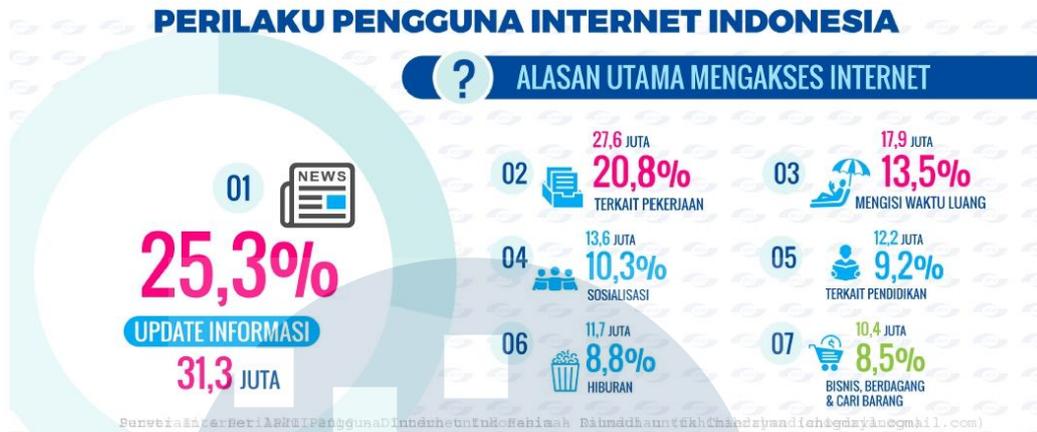
Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia



Sumber: Infografis APJII

Pemanfaatan internet oleh setiap penggunanya-pun beragam, mulai dari melakukan pekerjaan, bersosialisasi, hiburan, bisnis atau berdagang dan lain-lain. Hasil survei APJII (2016, h. 15) menyatakan 25,3% pengguna internet yang merupakan presentase terbesar memanfaatkan sebagai sumber informasi atau sekitar 31,3 juta pengguna internet. Artinya, internet sudah cukup diakui sebagai media untuk mendapatkan informasi.

Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia



Sumber: Infografis APJII

Sebagian dari media massa berbasis siar atau cetak, sudah memperbesar ruang lingkungannya dan umumnya memanfaatkan internet sebagai pelengkap, agar apa yang dimiliki media tersebut juga bisa diakses melalui internet. Misalnya saluran TV membuat akun Youtube yang juga bisa menyiarkan secara langsung dan menonton yang sebelumnya. Ada juga media cetak seperti Harian Kompas yang sudah membuat versi digitalnya dengan nama Kompas.Id.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Indonesia Digital Association (IDA, 2016), menyatakan bahwa 96% masyarakat mengonsumsi berita melalui telepon genggam. Diikuti oleh TV dengan 90% dan 31% melalui surat kabar. Survei tersebut dilakukan di sejumlah kota besar antara lain Jabodetabek, Bandung, Semarang dan Surabaya. Hasil survei terkait kemudian diunggah melalui Tribunews.com (2016).

Telepon genggam bisa diasumsikan sebagai gawai pintar yang sudah bisa mengakses internet dan mengakses media berita berbasis daring. Artinya mayoritas masyarakat menyukai media daring dengan berbagai macam alasan yang mungkin sering didengar, seperti singkat, padat dan tidak memakan banyak waktu.

Media daring sering disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji dalam jaringan (Siti, 2017, h. 427). Dengan media daring semua bentuk

pesan bisa diakses, mulai dari teks, gambar atau foto, video audio dan lain-lain. Semua bisa diakses dalam satu atau lebih portal berita.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan media daring pun semakin besar (secara jumlah) dan semakin populer. Oleh karena itu penulis menilai, dengan melakukan kerja magang di media daring akan memperluas pengetahuan dan menambah pengalaman kerja penulis.

Ternyata, media di Indonesia itu tidak hanya media arus utama (*mainstream*) yang sudah dikenal mayoritas orang saja. Masih banyak sekali media-media yang ada dan sudah memiliki izin resmi pers, namun belum diketahui oleh banyak orang, terutama media lokal atau daerah, seperti Detaktangsel.com.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2012, h. 14) menyatakan bahwa media lokal memiliki peranan untuk perkembangan atau kemajuan daerah, dan mampu memberikan pelayanan publik yang lebih baik. Media lokal memantau seluruh perkembangan yang terjadi di dalam pemerintahan kota, dari situ media memegang peranan penting untuk mengkritisi hingga sesuai dengan kebutuhan atau kepentingan publik.

Media lokal seharusnya berpihak pada kepentingan masyarakat, memberikan kekuatan pada kelompok yang terpinggirkan dan bertindak sebagai agen perubahan menuju masyarakat adil sejahtera tanpa ada sekat perbedaan sosial, ekonomi dan politik (Susanto, 2012, h. 13). Media lokal menjadi jembatan antar pemerintah daerah dengan penduduk lokal, bersama-sama membangun daerah.

Gambar 1.3 Logo Detak Tangsel



**DetakTangsel.com**

*Sumber: Detaktangsel.com*

Detaktangsel.com hadir di tengah-tengah masyarakat Tangerang Selatan untuk memberikan informasi yang berhubungan dengan pemerintahan, peristiwa atau kegiatan dan kanal-kanal lainnya yang ada di Tangerang Selatan. Dengan demikian, warga Tangerang Selatan tidak akan ketinggalan informasi yang berhubungan dengan tempat tinggalnya.

Meski ruang lingkup yang dimiliki tidak seluas media arus utama, media lokal tetap memiliki keunggulan tersendiri dalam melakukan pemberitaan. Salah satunya adalah keberagaman informasi daerah yang bisa disajikan, karena pada dasarnya media lokal memiliki ruangan informasi khusus untuk daerahnya.

Informasi yang disampaikan pun memiliki tingkat kedekatan (*proximity*) yang lebih tinggi untuk khalayak daerahnya, karena pasar utama media lokal adalah penduduk lokal. Begitu pula Detak Tangsel yang khusus memberikan pemberitaan terkait daerah Tangerang Selatan untuk atau dari penduduk lokal.

Keunggulan dari Detak Tangsel adalah tidak adanya *desk* khusus untuk pekerjaannya dalam peliputan. Hal ini membuat pekerja di media ini memiliki pengalaman lebih dalam proses liputan, karena wartawan atau anak magang bisa mencoba berbagai *desk* liputan, seperti pemerintahan, kegiatan atau acara, kejadian tidak terduga (kecelakaan, perampokan, dkk) dan masih banyak lagi sesuai dengan kanal yang dimiliki Detaktangsel.com.

Detak Group sangat terbuka untuk pelajar, siswa (Sekolah Menengah Atas / Kejuruan) atau mahasiswa yang ingin belajar mengenai dunia Jurnalistik dengan melakukan kerja magang. Hal ini sesuai dengan Visi Manajemen Perusahaan (2017, para. 2) yakni, “Membangun Sumber Daya Manusia (SDM) yang berdaya saing tinggi, dan mengajak masyarakat umum yang ingin memahami dunia jurnalistik.”

Kerja Magang (*internship*) adalah proses belajar dari seorang ahli melalui kegiatan di dunia nyata (Sumardiono, 2014, h. 116), dan merupakan salah satu mata kuliah wajib dengan empat SKS bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Salah satu penjurusan dari Ilmu

Komunikasi UMN adalah Jurnalistik. Dengan demikian, mahasiswa Jurnalistik UMN juga turut untuk mengambil Kerja Magang.

Dengan adanya kurikulum baru untuk angkatan 2014 (angkatan penulis), mahasiswa Jurnalistik kini lebih diarahkan ke perusahaan magang yang berhubungan dengan media informasi atau berita (kegiatan jurnalistik), seperti media cetak, media digital dan media siar, mulai dari yang media arus utama (seperti Kompas, Tempo, MNC Group dan lain-lain) hingga lokal.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja Magang dilaksanakan dengan tujuan untuk mengimplementasikan teori, konsep serta prinsip-prinsip jurnalistik yang sudah dipelajari selama enam semester terakhir, terutama dalam mata kuliah penulisan berita dan *Online Journalism*. Mengkorelasikan dengan cara mencoba langsung, hubungan antara teori dan praktek di medan liputan. Selain itu (mata kuliah) magang juga sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Strata Satu (S1) di UMN.

Dengan adanya kerja magang, penulis bisa lebih mendalami tentang bagaimana seorang wartawan (daring) bekerja mencari berita dalam kesehariannya, mengetahui proses dari peliputan, mulai dari pengumpulan data hingga akhirnya artikel tersebut naik ke portal berita daring.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1. Waktu

Waktu kerja magang dilaksanakan sesuai dengan yang sudah ditentukan oleh Kampus UMN pada saat sosialisasi magang, yakni tiga bulan kalender. Laporan magang ini-pun dibuat berdasarkan data yang dikumpulkan selama tiga bulan melakukan pekerjaan, yakni pada 23 Juli hingga 23 Oktober 2017.

Hari pelaksanaan kerja magang antara Senin sampai Jumat, rata-rata diantara jam 09.00 hingga 16.00 WIB. Tidak menutup kemungkinan kerja magang dihari Sabtu dan Minggu, karena berita bisa muncul kapan saja, bahkan dihari libur sekalipun.

### 1.3.2. Prosedur Pelaksanaan

Sebelum memasuki ke tahap wawancara, setiap pelamar kerja atau kerja magang perlu mengirim *Curriculum Vitae* (CV). CV penulis merupakan hasil karya sendiri yang didesain menggunakan *Adobe Photoshop* dan beberapa referensi lain.

CV dikirim ke *E-Mail* Redaksi Detak, bersama dengan pesan yang berisi posisi yang diinginkan. Ada pula beberapa lampiran seperti *scan* Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) UMN, transkrip nilai sementara dan beberapa portfolio dari tugas yang pernah diberikan UMN.

Semua dikirim bersamaan pada Jumat, 14 Juli 2017, pukul 14.26 WIB. Kemudian, pesan tersebut dibalas oleh pihak redaksi sehari setelah pengiriman, bersamaan dengan undangan untuk wawancara yang dilaksanakan pada Senin, 17 Juli 2017 di kantor Redaksi Detak Group.

Setelah wawancara dan mendapatkan tanggapan yang positif dari perusahaan, surat KM 00 dan 01 diurus untuk meminta izin agar diperbolehkan magang di tempat tersebut oleh pihak UMN. Izin-pun didapat sesuai dengan regulasi yang berlaku dan mendapatkan KM 02 untuk diserahkan ke perusahaan terkait. Lalu didapatkannya surat bukti penerimaan magang dari perusahaan yang ditukarkan dengan KM 03 hingga 07 di BAAK UMN.

Mendekati masa akhir magang (24 Oktober 2017) dan mendapatkan dosen pembimbing magang (2 Oktober 2017), laporan magang ini-pun dibuat dengan bimbingan dosen.