



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

Dalam perkembangannya di dunia modern masa kini, media massa telah beralih dari lisan, cetak, elektronik, hingga internet. Media tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang merupakan media internet/ *online*. Media *online* merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet.

Hadirnya internet menciptakan sebuah peluang baru bagi kalangan jurnalis dan pekerja media. Melalui internet, beberapa elemen seperti teks, gambar, audio, dan video dapat secara praktis tersampaikan kepada khalayak. Singkatnya, hadirnya internet dan media massa online menciptakan gaya baru bagi pendistribusian konten media, seperti berikut ini: (Wilkinson, 2009, h. 145)

- ➔ *Interactive content*, di mana pengguna dapat memiliki elemen berita yang ingin mereka lihat atau baca.
- ➔ *Hyperlinks*, di mana pengguna diperbolehkan untuk mendapatkan informasi yang lebih luas secara langsung.
- ➔ *True Multimedia*, mengkombinasikan video, audio, teks, grafik, foto, dan konten lainnya.
- ➔ *Archives of previously published content*, seperti berita, foto, feature, dan editorial.

Ciri khas utama media *online* adalah keharusan untuk memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, di samping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi atau berita. Meskipun kehadiran media *online* masih belum terlalu lama dan cenderung tergolong masih baru, pertumbuhan media internet ini sangat spektakuler.

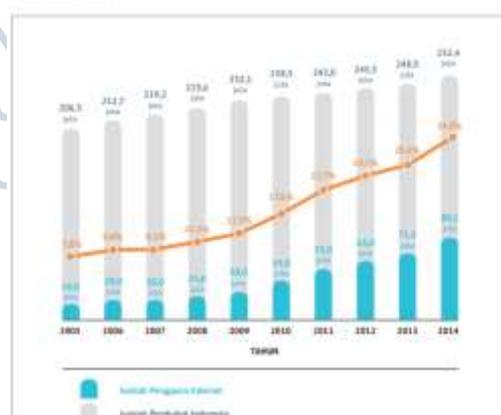
Keunggulan dari media massa *online* adalah sebagai berikut: (Suryawati, 2014, h. 46)

1. Informasi bersifat *up to date*/ senantiasa terbaru
2. Informasinya bersifat *real time*
3. Informasinya bersifat praktis
4. Adanya fasilitas *hyperlink*
5. Informasinya bersifat cepat
6. Informasinya bersifat pribadi

Bagi kalangan remaja, media massa *online* sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Bahkan saat ini, orang dewasa pun turut menjadikan media *online* sebagai sarana aktualisasi diri. Dengan kata lain, media *online* dan jurnalisme *online* telah menempati peringkat satu untuk media yang paling berdampak, baik dalam pemberitaan, isi pesan, maupun penerima pesan itu sendiri.

Populasi pengguna internet di Indonesia terus meningkat. Menurut data yang dikutip dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2014 mencapai 88 juta orang. Berdasarkan populasi, jumlah pengguna Internet terbanyak adalah di provinsi Jawa Barat sebanyak 16.4 juta, kemudian diikuti oleh Jawa Timur 12.1 juta pengguna dan kemudian Jawa Tengah dengan 10.7 juta pengguna. (APJII, 2014, h. 20)

JUMLAH DAN PENETRASI PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA
Tahun 2005 - 2014



Gambar 1.1

Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia

Jumlah yang tidak sedikit ini tentu terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Tahun 2005, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 7,8% dari total 206,3 juta penduduk. Pada tahun 2014, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1% dari total 252,4 juta jiwa penduduk Indonesia. (APJII, 2014, h. 22)

Melihat tingginya pertumbuhan populasi pengguna internet di Indonesia, sejumlah media konvensional mulai berkompetisi dan membangun media online untuk menjangkau para pengguna internet dan pemasang iklan.

Media konvensional harus memiliki dan membangun media dengan format digital/ *online* agar dapat terus bertahan dan mampu bersaing di industri media dewasa ini. Ini tentunya memudahkan setiap orang untuk mengakses informasi secara lebih cepat dan efisien. (Straubhaar, 2009, h. 525).

Informasi yang disajikan dalam media massa online atau digital pun sudah beragam, mulai dari informasi *hard news*, *soft news*, sampai kepada tulisan feature. Semua ini dikemas dalam kanal-kanal yang beraneka ragam di sebuah media massa online. Dalam memenuhi peranan untuk menyajikan informasi yang aktual dan faktual, media massa online memiliki para reporter dan editor untuk memproduksi konten informasi dan berita yang ada di media digital tersebut.

Era global saat ini juga memungkinkan munculnya konvergensi media, di mana media online muncul sebagai *merge* antara teks, gambar, audio, dan video. Media menjadi lebih mudah di era internet sekarang ini dengan segala fitur kemudahan yang canggih. (Straubhaar, 2009, h. 267-270)

PT Kreatif Media Karya melihat kemajuan zaman dan globalisasi menjadi sebuah peluang untuk mendirikan sebuah media massa berbasis digital atau online yang terintegrasi dengan stasiun televisi nasional. Liputan6.com lahir dan terus berkembang menjadi sebuah media massa online yang layak dikonsumsi dan sarat akan informasi yang hangat dan tajam.

Untuk mempertahankan kehidupan Liputan6.com, perusahaan ini memiliki 191 pekerja media atau jurnalis yang terdistribusi dalam divisi yang berbeda-beda, seperti reporter, editor, redaktur pelaksana, asisten redaktur pelaksana, hingga pemimpin redaksi. Setiap divisi memiliki peran yang vital di masing-masing wilayahnya.

Reporter sebagai penyedia utama informasi dan berita untuk sebuah media, khususnya media online tentu memiliki peran yang sangat penting dan vital. Reporter bukan hanya memproduksi berita begitu saja, tetapi juga menjadi penentu sudut atau angle berita, mencari topik dan permasalahan yang dapat diangkat, dan membuat sebuah konten berita atau informasi layak untuk dikonsumsi dan diangkat.

Karena pentingnya peran seorang reporter dalam sebuah media online, maka dibutuhkan tenaga kerja sebagai reporter lebih banyak lagi dari waktu ke waktu. Banyak jurnalis muda yang terjun dalam perusahaan media online dan kreatifitas mereka sangat dibutuhkan disana. Maka dari itu, penulis memilih media online sebagai tempat untuk melaksanakan praktik kerja magang.

1.2 Tujuan Pelaksanaan Magang

Tujuan dalam melaksanakan praktik kerja magang yang berada di dalam divisi reporter pada Liputan6.com adalah untuk mendapat pengetahuan dan keterampilan melalui pengalaman langsung sebagai *content writer* di Liputan6.com. Kelak, pengalaman yang didapat oleh penulis selama periode praktik kerja magang tersebut akan berguna untuk pengetahuan dan pengalaman di dunia kerja yang nantinya akan dilalui oleh penulis terkait dengan aktivitas kerja reporter sebagai *content writer*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Penulis memulai pelaksanaan praktik kerja magang pada tanggal 1 Desember 2016 – 28 Februari 2017 yang bertempat di kawasan Senayan City, Jakarta Pusat. Selama menjadi pekerja magang, penulis dianggap sebagai karyawan tetap yang harus mengikuti seluruh ketentuan dan peraturan yang ada namun tentunya karena penulis merupakan mahasiswa magang disana ada beberapa keringanan peraturan seperti jam pulang kerja.

Ketentuan hari dan jam kerja di perusahaan ini adalah hari kerja dimulai pada hari Senin – Jumat, pada pukul 09.00 – 17.00 WIB. Penulis diberi kebebasan dan keringanan untuk pulang sebelum pukul 17.00 jika sudah menyelesaikan seluruh pekerjaan pada hari tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai dengan :

1. Mengajukan permohonan Form KM-01 (form pengajuan kerja magang) sebagai acuan pembuatan surat pengantar kerja magang yang ditandatangani oleh Ibu Bertha Sri Eko Murtiningsih selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi pada saat itu.
2. Surat resmi dari Universitas tersebut (KM-02) ditujukan kepada pihak *Human Resourch Department (HRD)* lewat *e-mail* yang ditujukan ke alamat *e-mail Human Resourch Department (HRD)*.
3. *Executive HR officer* akan membalas permohonan tersebut lewat *e-mail* dan melakukan tahap *interview user* serta wawancara dengan redaktur pelaksana.
4. Pihak HRD memberikan surat pernyataan diterima kerja magang.

5. Penulis memberikan surat pernyataan diterima Kerja Magang di PT Kreatif Media Karya kepada B.A.A.K untuk mendapatkan formulir KM-03 sampai KM-07 yang akan dilengkapi oleh mahasiswa untuk laporan kerja magang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA