



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

Tak dapat dimungkiri bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi dan juga informasi. Kebutuhan informasi kian meningkat seiring perkembangan gaya hidup di masyarakat, mulai dari informasi faktual seputar politik, ekonomi, dll, sampai informasi ringan yang dapat menguntungkan pribadi masyarakat itu sendiri. Salah satu informasi yang kerap diminati adalah informasi seputar hiburan atau seringkali disebut sebagai *infotainment*. *Infotainment* sendiri merupakan gabungan dari kata *information* (informasi) dan *entertainment* (hiburan) yang berarti segala informasi yang disajikan terkait dunia hiburan terkini, seperti selebriti, musik, film, dsb (Lilleker, 2006, dikutip dalam Thussu, 2007, h. 8).

Infotainment masuk ke dalam kategori informasi atau berita ringan karena ulasanya yang condong ke arah industri hiburan dan tentunya memiliki sifat menghibur bagi para pembaca. Selain itu, dalam dunia hiburan terdapat pelaku seni yang dikenal oleh masyarakat seperti halnya selebriti. Berita mengenai selebriti tentunya juga memiliki nilai berita yaitu *prominence* (keterkenalan). Informasi yang disajikan pastinya menyangkut tokoh, tempat atau peristiwa yang dikenal dan diketahui oleh pembaca. Seperti yang kita ketahui bahwa akan selalu ada berita disekitar kehidupan orang-orang terkenal seperti selebriti, terlebih ketika ada suatu tindakan yang mereka perbuat (Ishwara, 2005, h. 55).

Informasi seputar hiburan ini juga semakin mudah untuk diraih masyarakat setelah munculnya media baru bernama internet dan juga berbagai perangkat elektronik canggih yang mendukung penggunaan internet seperti gawai pintar atau *smartphone*. Menurut Surya (2010, h. 4), internet memiliki keunggulan dalam segi interaktivitas; memudahkan para penggunanya untuk tak hanya menerima informasi tapi juga memberikan informasi. Komunikasi juga bisa langsung terjadi secara dua arah di waktu yang bersamaan dan tak lagi terbatas seperti hanya bisa menyampaikan pesan dari satu individu ke massa. Media baru

ini semakin mempermudah kegiatan manusia dalam bersosialisasi dan *update* informasi, karena dapat diakses dimanapun tanpa terikat waktu.

Internet merupakan teknologi komunikasi baru yang mempermudah manusia untuk saling berkomunikasi, kapan saja dan dimana saja, lewat suatu jaringan. Perannya sebagai medium baru untuk berkomunikasi membuat internet kini menjadi sumber utama untuk mengakses segudang informasi dengan cara yang berbeda; lebih mudah, dan lebih cepat dari media konvensional. Terlebih lagi internet memiliki atribut unik yang disebut sebagai *World Wide Web* (WWW) yang dapat menyajikan informasi dengan berbagai macam bentuk media seperti gambar, suara, teks, bahkan video. (Surya, 2010, h. 3)

Internet kini semakin digandrungi oleh masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh *We Are Social* (We Are Social, 2017), dari total populasi 262 juta jiwa yang ada di Indonesia, 132.7 juta jiwa terhitung sebagai pengguna aktif internet. Dengan kata lain, lebih dari setengah penduduk di Indonesia sudah menggunakan internet terhitung Januari 2017 dan akan masih terus bertambah.

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet

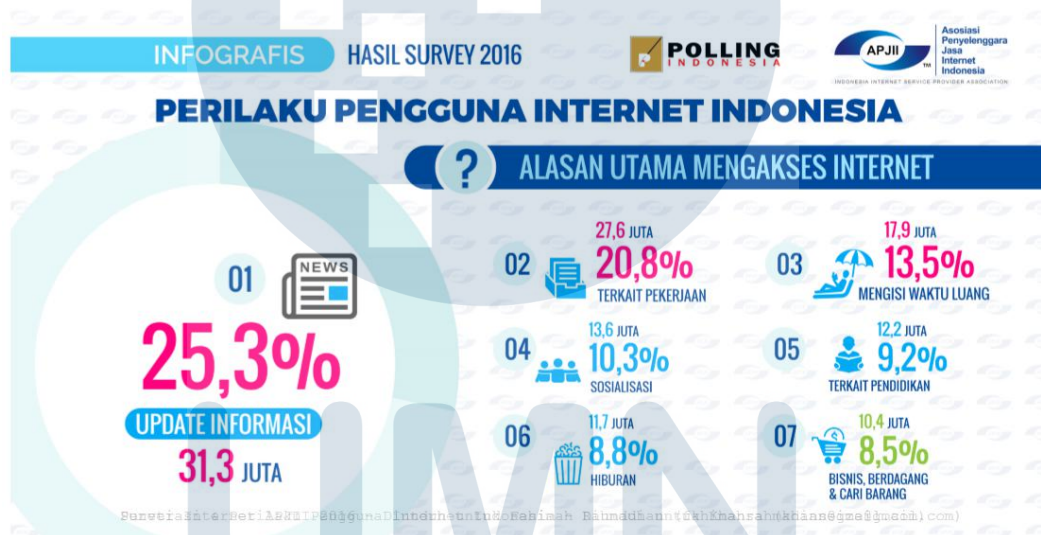


sumber: Infografis We Are Social

Pemanfaatan internet kini juga semakin beragam sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna, entah itu untuk mendapatkan hiburan, pekerjaan,

edukasi, bisnis, ataupun bersosialisasi. Berdasarkan hasil survei perilaku pengguna internet Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2016, alasan utama mengakses internet bagi para pengguna adalah update informasi yakni sebesar 25.3%, atau sekitar 31.3 juta pengguna internet dari total 132,7 juta pengguna aktif internet di tahun 2016 (APJII, 2016). Tentunya hal ini menunjukkan bahwa internet dominan dipakai sebagai medium untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi dalam bentuk apapun.

Gambar 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia



sumber: Infografis Survei APJII

Atribut unik, interaktivitas, dan popularitas yang dimiliki oleh internet tentunya memengaruhi media massa di dunia. Pemanfaatan internet oleh media massa ini kemudian menghasilkan jurnalisme baru yang kini dikenal sebagai sebutan jurnalisme siber atau jurnalisme *online*. Craig (2005, h. 37) mengatakan bahwa jurnalisme *online* dapat menyajikan berita dengan kedalaman informasi yang sama seperti berita di media cetak. Informasi tersebut tentunya dapat memberikan suasana baru karena disampaikan lewat audio dan visual (gambar dan video), dan membawa keunikan yang membuat para pengguna internet agar bisa membaca tulisan-tulisan yang ada pada portal berita mereka.

Menurut Himawan (2011, h. 43), cara kerja jurnalis yang menggeluti dunia *online* perlahan berubah. Hal ini dipengaruhi oleh sifat internet yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan dapat diakses dimana dan kapan saja melalui gawai pintar atau perangkat elektronik lainnya yang dapat mengakses internet. Inilah yang membuat para pembaca menginginkan agar berita bisa sampai ke mereka dengan cepat. Selain tuntutan kecepatan, aspek lain juga memengaruhi cara kerja jurnalis seperti tuntutan dari pembaca akan berita dan informasi yang lebih variatif.

Jurnalisme *online* ini juga merujuk kepada terbentuknya berbagai macam media *online* atau situs portal berita *online* di dunia, termasuk di Indonesia. Media *online* hadir di Indonesia sejak 1994 silam. Pada awalnya, media *online* diluncurkan oleh para pelaku di media cetak seperti Republika, yang meluncurkan republika.co.id, dan Tempo, dengan situsnya tempo.co. (Syaefullah & Margianto, 2014, h. 15-16)

Namun, semakin memasuki era baru, kini tak hanya media cetak saja yang turut menggunakan kesempatan teknologi untuk terjun ke media *online*, tetapi juga media siar. Salah satunya adalah situs Liputan6.com. Liputan6.com merupakan portal berita *online* yang berdasarkan program berita media siar SCTV, Liputan 6. Portal berita ini diluncurkan sejak tanggal 24 Agustus 2000 dan dikelola oleh PT. Kreatif Media Karya, anak perusahaan Elang Mahkota Teknologi (EMTEK).

Berangkat dari hanya menyajikan ulang berita yang telah disiarkan di program berita SCTV, Liputan6, kini Liputan6.com menambah konten dan mengubah jalan kerja situsnya dengan lebih menyediakan berita-berita yang variatif, cepat, dan aktual. Situs berita tersebut kini memiliki dua belas kanal berita tulisan yaitu *News*, *Bisnis*, *Global*, *Showbiz*, *Bola*, *Otomotif*, *Tekno*, *Health*, *Lifestyle*, *Citizen6*, *Properti*, dan *Regional*.

Walau berbentuk media *online*, Liputan6.com tetap mengacu pada kaidah-kaidah jurnalistik dalam proses pembuatan berita seperti dari segi keakuratan

informasi, juga menaati pedoman pemberitaan media siber yang telah ditetapkan dan dipersetujui oleh Dewan Pers.

Liputan6.com sebagai media *online* yang berdasar dari program berita media siar ini juga berhasil menduduki memiliki reputasi yang cukup bagus dan digandrungi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Alexa Internet, Inc (Alexa “*Top Sites in Indonesia*”, 2017), anak perusahaan dari Amazon.com yang menyediakan data komersial terkait *traffic web*, *Liputan6.com* menduduki peringkat sebelas dalam *Top Sites in Indonesia* per 22 November 2017, dan apabila dibandingkan dengan portal berita yang ada di Indonesia, *Liputan6.com* menduduki peringkat tiga sebagai yang paling sering diakses setelah *Tribunnews.com* dan *Detik.com*.

Perkembangan media *online* yang kini semakin pesat (dari segi jumlah media *online* yang muncul dan juga kepopulerannya dalam masyarakat) membuat penulis menilai bahwa melakukan kerja magang sebagai jurnalis *online* dapat menambah pengetahuan yang lebih luas, melatih kesigapan dan kreativitas, dan tentunya semakin menambah pengalaman kerja penulis.

Bekerja sebagai jurnalis media *online* memiliki keunggulan tersendiri, antara lain adalah lebih mudah dijangkau oleh para pembaca. Menurut Surya (2010, h. 40), pembaca bisa langsung menghubungi sang jurnalis atau staf lain yang tergabung dalam media *online* tertentu lewat alamat email yang telah disediakan di website atau di setiap akhir berita. Hal ini merujuk ke interaktivitas antara pembaca dan media *online*. Para pembaca kini bisa lebih mudah untuk sekedar memberikan apresiasi ataupun memberikan *feedback* pada sang jurnalis.

Penulis kemudian mendapatkan kesempatan kerja magang di media *Liputan6.com* sebagai reporter kanal *Showbiz*. Kanal *Showbiz* adalah kanal berita yang menyajikan informasi dunia hiburan dalam negeri maupun dunia, mencakup selebriti, musik, dan film. Kanal *Showbiz* di *Liputan6.com* juga terbilang sangat beragam dan lengkap karena memiliki sepuluh subkanal yakni *Selebritis*, *Blink-*

blink, Musik, Film, K-pop, Hollywood, Bollywood, J-pop, Indie, dan Liga Dangdut Indonesia.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang dengan tujuan untuk mengetahui proses kerja reporter di media *online*. Tentunya juga untuk mengaplikasikan teori dan konsep terkait bidang jurnalistik yang sudah penulis pelajari dalam masa perkuliahan selama enam semester terakhir ini.

Kerja magang ini juga bertujuan agar penulis dapat melihat dan memahami realita kerja di lapangan sebagai reporter infotainment yang sesungguhnya, apakah tetap dianggap sebagai bagian dari jurnalistik dan mengikuti kaidah-kaidah jurnalistik atau tidak. Kerja magang ini juga dilakukan agar penulis mendapatkan pelatihan dan pengalaman kerja di media *online*, juga mengasah kemampuan dan kreatifitas menulis dan mengolah berita *infotainment*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang selama 3 bulan sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh UMN. Penulis melakukan kerja magang di *Liputan6.com* dimulai dari 17 Juli 2017 sampai dengan 17 Oktober 2017, berlokasi di SCTV Tower lantai 14, Senayan City, Jl. Asia Afrika Lot 19, Jakarta Pusat. Hari kerja antara Senin sampai Jumat, rata-rata dimulai pukul 09.00 dan selesai sekitar pukul 16.00 WIB. Batas keterlambatan yang diberikan setiap harinya adalah 30 menit.

Walaupun wajib melaksanakan kerja 5 hari dalam seminggu, tetap tak menutup kemungkinan untuk tetap melakukan kerja magang di hari Sabtu dan Minggu. Hal ini dikarenakan penulis mendapatkan tugas tambahan seperti liputan di luar kantor atau mendapat tugas menulis artikel dari bahan yang diberikan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang, pertama penulis membuat CV atau *Curriculum Vitae* dan mengirimkannya lewat e-mail ke HRD PT KMK *online* (yang pada saat itu masih menaungi *Liputan6.com*) pada Minggu, 2 Juli 2017. HRD KMK *online* kemudian membalas e-mail saya pada hari Selasa, 4 Juli 2017 beserta dengan undangan wawancara magang yang diadakan di hari selanjutnya, Rabu, 5 Juli 2017 bertempat di kantor *Liputan6.com*.

Pada saat proses wawancara, penulis diminta untuk menyerahkan portofolio berupa contoh artikel yang pernah dibuat selama masa perkuliahan. Penulis juga diminta untuk menceritakan diri, aktivitas yang kerap dijalani, dan juga ketertarikan penulis dalam bidang jurnalistik. Penulis juga menerima pertanyaan seputar dunia infotainment tanah air dan dunia, terutama topik K-Pop. Seminggu kemudian, pihak HRD kembali menghubungi penulis dan memberikan tanggapan positif berupa penerimaan kerja magang sebagai salah satu reporter di redaksi Showbiz. Penulis dan pihak HRD juga membuat kesepakatan perihal tanggal memulai kerja magang yaitu pada Senin, 17 Juli 2017.

Setelah diterima magang, penulis kemudian mengurus beberapa formulir yaitu KM-00, formulir QC Pengajuan Kerja Magang, yang berfungsi sebagai nota rekomendasi dari Prodi Jurnalistik kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunika untuk penandatanganan KM-01. KM-01 adalah Formulir pengajuan Kerja Magang. Kedua formulir ini diserahkan kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk ditandatangani sebagai izin melakukan kerja magang di *Liputan6.com*. Setelah izin didapatkan sesuai regulasi yang berlaku, penulis menerima KM-02, yaitu Surat Pengantar Kerja Magang, yang sudah ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan wajib diserahkan kepada pihak perusahaan untuk menukarkannya dengan surat resmi penerimaan magang. Setelah mendapatkan surat resmi penerimaan magang dari perusahaan, penulis menduplikat surat tersebut dan menyerahkannya ke BAAK UMN untuk

menerima Form Kartu Kerja Magang (KM-03), Form Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Formulir Realisasi Kerja Magang (KM-05), Lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang kepada Pembimbing Lapangan (KM-07) sebagai berkas data magang penulis selama di *Liputan6.com*.

Setelah menjalani kerja magang selama 3 bulan, terhitung dari 17 Juli 2017 sampai dengan 17 Oktober 2017, penulis menemui dosen pembimbing untuk konsultasi dan melakukan bimbingan untuk menyusun laporan magang ini.

