



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah negara sejak zaman dahulu hingga saat ini telah mengenal yang namanya informasi, berita dan hiburan. Ketiga hal tersebut dapat masyarakat dapatkan dalam sebuah karya jurnalistik. Karya jurnalistik mengikuti elemen-elemen yang ada dalam ilmu jurnalisme. Kovach (2001, h. 11) menyatakan, jurnalisme ada untuk memenuhi hak warga negara seperti mendapatkan informasi dan hiburan.

Informasi, berita, dan karya jurnalistik lainnya didistribusikan melalui perantara media yang lebih dikenal dengan sebutan media massa. Media massa merupakan salah satu alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak banyak, sebab media massa mampu menjamah seluruh pembaca, pendengar, ataupun penonton hingga ke pelosok daerah (Ruben & Stewart, 2009, h. 191). Media sendiri memiliki beberapa jenis, yakni media cetak, media siar, dan media daring atau *online*.

Hingga saat ini, media cetak masih menjadi salah satu pilihan khalayak dalam mendapatkan berita dan informasi. Berdasar hasil riset LP3ES soal “Masa Depan Surat Kabar di Indonesia” yang dilakukan terhadap 2.791 responden dari 15 kota yang diteliti menyebut, pertumbuhan media cetak terus naik dengan data terakhir pada penghujung 2008 jumlah sirkulasi media cetak se-Indonesia adalah 21,4 eksemplar per hari, dengan jumlah penerbit 951 organisasi (Haryanto, 2014, h. 36).

Dalam riset tersebut tertulis, bahwa keberadaan surat kabar di Indonesia diperkirakan mampu bertahan 10 sampai 15 tahun mendatang. Riset tersebut mengatakan, media cetak masih memiliki banyak keunggulan dibanding media lain seperti radio, televi, dan *online* sekalipun (*Surat Kabar Masih Mampu Bertahan 15 Tahun Lagi*, 2009, *Kompas.com*, 19 Agustus).

Namun, seiring berkembangnya zaman, media juga semakin berkembang. Saat ini, hampir seluruh media cetak di Indonesia juga mulai memiliki media *online* sebagai bentuk adaptasi di era digital. Meski media cetak telah bertahan 300 tahun lamanya, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk media-media lama beradaptasi ke bentuk media yang lebih baru (Shudson, 1995, h. 47). Dengan adanya media daring, tentu pendistribusian berita dan informasi menjadi lebih cepat dengan jangkauan pembaca global yang lebih luas

"Peran digital sangat besar, yang mendasar adalah keterbukaan akses informasi seluas-luasnya yang kemudian dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, dan kepedulian masyarakat dalam proses pemerintahan dan pembangunan," kata Darwin dalam orasi ilmiah Dies Natalis Universitas Brawijaya ke-54 di Gedung Samantha Krida, Kamis (5/1/2017)." (Aminudin, 2017, *finance.detik.com*, 5 Januari).

Namun, sering kali kecepatan itu menimbulkan akurasi yang kurang tepat (Perez & Cremedaz, 2014, h. 159). Dengan kelemahan ini, surat kabar masih eksis di tengah banjirnya informasi melalui media daring. Apalagi untuk sebuah media ekonomi yang berisikan banyak data dan angka yang harus tepat. Jika lalai sedikit saja, maka fatal akibat yang dapat ditimbulkan dari ketidakakuratan informasi.

Selain itu, media cetak sendiri merupakan awal dari adanya jenis-jenis media lain. Sebab, media cetak merupakan fundamental dari ilmu jurnalistik dan sekaligus media massa tertua (Wahjuwibowo, 2015, h. 2-3). Oleh karena itu, penulis memilih bekerja magang di Harian KONTAN, karena penulis ingin belajar dasar sehingga ketika penulis bekerja nanti, penulis dapat menggunakan ilmu pengetahuan dan praktik dalam pelbagai jenis media. Juga penulis ingin mengetahui bagaimana cara kerja seorang jurnalis ekonomi, sebab di universitas penulis sama sekali belum pernah mendapat pelajaran soal penulisan ekonomi. Penulis juga ingin memiliki wawasan yang luas terkait dengan dunia ekonomi dan jurnalistik ekonomi.

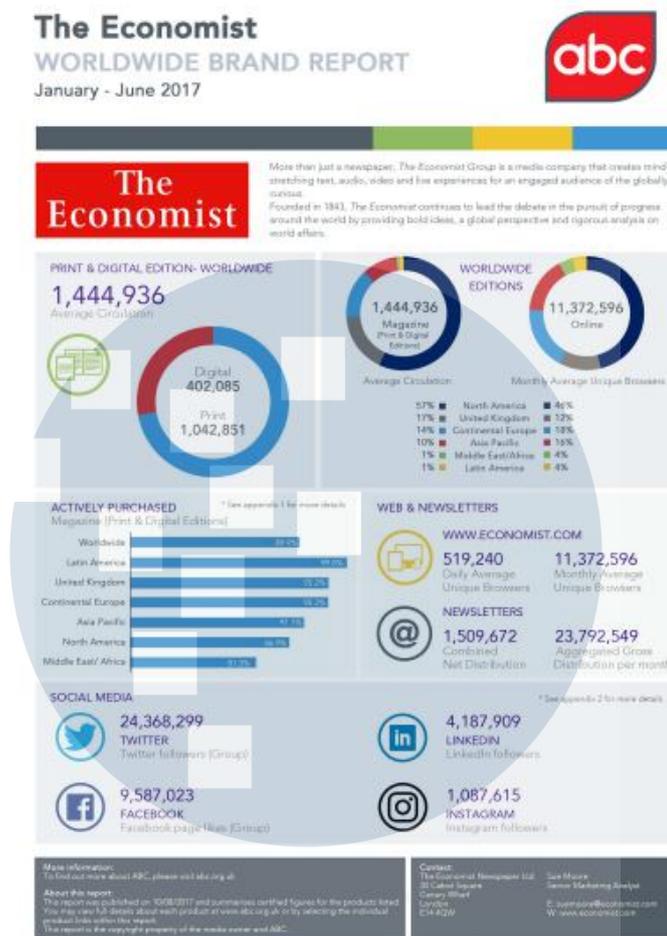
Di negara maju seperti Amerika dan Inggris, media ekonomi memiliki potensi besar. Sebut saja seperti *Wall Street Journal*, *The Economist*, dan *Bloomberg* yang memiliki pasar besar dan masih digunakan sebagai acuan dalam bidang bisnis, investasi, dan keuangan. Apalagi, media ekonomi merupakan media yang cukup *segmented* dan memiliki pangsa pasar yang jelas. Media ekonomi masih digunakan sebagai acuan untuk para pengusaha mendapatkan informasi seputar bisnis, investasi, dan keuangan yang terjadi. Ekonomi menjadi hal yang menarik juga karena merupakan salah satu pilar dari sebuah bangsa. Untuk itu, bidang ekonomi menjadi hal yang layak untuk masyarakat ketahui.

Media ekonomi seperti *Wall Street Journal*, *The Economist*, dan *Bloomberg* pun menjadi bahan bacaan dari orang-orang penting dan sukses di dunia seperti Bill Gates, Charlie Munger, Barack Obama, dan Garry Whitehill (Nisen, 2014, *inc.com*, diakses pada 17 Desember 2017). Sejak 1889 hingga saat ini, *Wall Street Journal* masih menjadi media yang digemari oleh pembaca kelas dunia karena media tersebut memiliki isi yang cukup unik dalam menginformasikan sebuah isu atau peristiwa. Adapun *Wall Street Journal* per Juli 2017 memiliki oplah sebesar 2,52 juta eksemplar per harinya menurut data dari *statistica.com*. Jumlah tersebut telah meliputi cetak dan *digital publishing*.

Selain *Wall Street Journal*, media *Bloomberg* juga masih menjadi acuan dalam perkembangan ekonomi global. Sebab, *Bloomberg* sebagai lembaga riset dan media mampu menyediakan data-data penting yang dibutuhkan baik pembaca dan rekan wartawan lainnya secara *real time*.

The Economist pun juga masih memiliki oplah yang cukup tinggi per harinya, meski tidak setinggi *Wall Street Journal*. Adapun oplah *The Economist* per hari mencapai 1.444.936, meliputi cetak dan *digital*.

Gambar 1.1. Jumlah Oplah *The Economist* per Hari



Sumber: Group, The Economist. 2017. *Press.economist.com*. 8 Oktober. Diakses 17 Desember 2017

Meskipun media ekonomi di Indonesia ada beberapa, namun penulis memilih Harian KONTAN sebagai tempat untuk kerja magang karena Harian KONTAN memiliki oplah yang banyak dengan jangkauan yang luas. Selain itu, KONTAN telah menerapkan *newsroom* sehingga dapat digunakan penulis untuk mempraktikkan cara bekerja dalam bentuk media baru yang telah terkonvergensi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Memberikan pengalaman bagi mahasiswa untuk bekerja di bidang jurnalistik ekonomi, sebab selama ini di universitas penulis belum pernah mendapatkan pembelajaran terkait jurnalistik ekonomi
2. Menambah *networking* untuk nantinya memperluas kesempatan di dunia kerja
3. Mempraktikan hasil pembelajaran di kelas seperti teknik wawancara., teknik penulisan berita, teknik pengumpulan data, dan teknik penyuntingan.

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan peraturan yang terdapat dalam prosedur magang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, bahwa jangka waktu pelaksanaan mata kuliah magang adalah minimal enam puluh hari kerja atau tiga bulan dan maksimal enam bulan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasar pada surat keterangan yang dikeluarkan oleh pihak *Human Resource Development (HRD)* atau Sumber Daya Manusia PT Grahanusa Mediatama, penulis melaksanakan kerja magang terhitung sejak 3 Juli hingga 29 September 2017. Bertempat di Gedung KONTAN, Jalan Kebayoran Lama No. 1119, Jakarta. Kerja magang berlangsung lima sampai enam hari selama seminggu sesuai dengan koordinasi dan penetapan oleh redaktur ataupun asisten redaktur yang bersangkutan. Jam masuk dan pulang kerja magang juga menyesuaikan dengan kebutuhan peliputan di lapangan.

Namun, penulis kemudian menambah waktu satu bulan hingga 31 Oktober untuk melaksanakan kerja magang karena penulis masih ingin belajar dan juga pihak kantor yang menyetujui untuk perpanjangan kontrak kerja magang penulis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mendapatkan kesempatan kerja magang di Harian KONTAN dengan cara mengirimkan surat lamaran magang kepada HRD KONTAN, yakni Ibu Margaretha Matasak pada Rabu, 14 Juni 2017. Kemudian, penulis diundang untuk melakukan wawancara kerja pada Senin, 19 Juni 2017 oleh *staff* HRD Anindita Damayanti. Dalam wawancara tersebut, penulis langsung diterima dan ditetapkan sebagai reporter di Harian KONTAN yang tertulis pada Surat Keterangan nomor: 0705/HR-EXT/2017 tertanggal 7 Juli 2017.

Sesuai dengan surat keterangan tersebut, penulis memulai kerja magang pada bulan Juli 2017 sampai September 2017. Penulis selanjutnya memutuskan untuk memulai kerja magang pada 3 Juli 2017. Pada hari pertama kerja magang, penulis diperkenalkan dengan para redaktur eksekutif dan redaktur kompartemen. Penulis diajak untuk mengikuti rapat redaksi oleh para redaktur sekaligus mendapat pembagian tugas dari para redaktur. Penulis ditetapkan di kompartemen investasi untuk mengisi halaman bursa dan portofolio. Penulis berada di bawah Redaktur Pelaksana Kompartemen Investasi dan Redaktur, Harris Hadinata dan Sandy Baskoro, serta dibantu beberapa asisten redaktur yakni, Sofyan Nur Hidayat, Anna Suci Perwita, dan Narita Indrasiti.

Ketika waktu magang telah selesai selama enam puluh satu hari, penulis diberikan penilaian oleh redaktur pelaksana. Setelah selesai kerja magang, pertanggungjawaban penulis atas kegiatan magang dituliskan dalam bentuk laporan magang di bawah bimbingan dosen pembimbing, yakni Adi Wibowo Octavianto. Ketika sudah disetujui oleh dosen pembimbing dan pembimbing lapangan di Harian KONTAN, maka penulis akan mempresentasikannya di hadapan tim penguji.