

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Media baru (*new media*) adalah teknologi yang memiliki kaitan dengan media teknologi digital dan sistem komputerisasi yang terhubung pada jaringan. Perkembangan ini menyebabkan teknologi sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, seperti proses tumbuh seorang anak atau remaja (Nur, 2021, p. 56). Perkembangan ini, membuat masyarakat lebih banyak menggunakan media baru untuk mencari sumber informasi dan berkomunikasi. Melalui hasil survei yang dilakukan oleh *Reuters Institute* dan *Oxford University* (2023), pola mengonsumsi berita masyarakat Indonesia lebih banyak pada *new media*. Tahun 2023, 84% masyarakat Indonesia menggunakan sumber berita media *online* termasuk media sosial berita *online*. Pada peringkat kedua, 65% masyarakat Indonesia menggunakan sumber berita melalui media sosial. Peringkat berikutnya, 54% masyarakat Indonesia menggunakan televisi dan 15% menggunakan media cetak sebagai sumber berita.

Perkembangan teknologi menghadirkan media baru (*new media*) yang dapat diakses lebih mudah oleh masyarakat. Maraknya informasi berita membuat masyarakat harus lebih bijaksana dan berhati-hati untuk mengonsumsi berita sehari-hari. Kemajuan *new media* membuat masyarakat menerima berbagai macam informasi, baik informasi edukatif maupun informasi non edukatif. Seharusnya, kehadiran *new media* membuat digunakan dalam hal yang positif untuk kepentingan masyarakat. Sayangnya, sebagian besar media Indonesia yang memanfaatkan *new media* mengesampingkan peran tersebut dan cenderung lebih berlomba-lomba untuk memberitakan konflik (Santosa, 2017, p. 200). Belum lagi, isu-isu yang disebar untuk menakuti publik, seperti hoax. Sering sekali, isu yang disajikan dan disebar cenderung memiliki isi pesan negatif. Melansir *website* Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO), pada bulan Juli - September 2023, KOMINFO telah menangani setidaknya

200.216 konten negatif (KOMINFO, 2023). Sebelumnya, pada 2017 ditemukan lebih dari 5.000 ujaran kebencian, termasuk fitnah dan berita hoax pada *new media* (CNN Indonesia, 2017).

Tingginya angka tersebut membuat masyarakat mau tidak mau akan terpapar dengan berita-berita negatif. Umumnya, media di Indonesia menggunakan prinsip “*Bad News is Good News*”. Perlahan-lahan, prinsip ini mulai berubah karena kehadiran jurnalisme positif menjadi “*Good News is Good News*”. Jurnalisme positif kerap dikenal sebagai jurnalisme solusi. Jurnalisme positif merupakan sebuah konsep pemikiran mengenai aktivitas jurnalistik yang dijalankan dengan baik dan menggunakan asas kemanusiaan, sehingga berita yang disajikan tidak bersifat terlalu objektif dan memiliki makna yang mampu menumbuhkan optimisme atau perilaku positif dari para audiens (Islami & Astuti, 2020, p. 1). Pada dasarnya, jurnalisme positif merupakan ide konsep yang dikembangkan dari jurnalisme solusi dan jurnalisme konstruktif karena konsekuensi yang muncul dalam jurnalisme tradisional (Dhiman, 2023, p. 33).

Jurnalisme tradisional yang sudah sejak lama diterapkan selalu dikaitkan dengan berita negatif, konflik, masalah, sehingga landscape media dipenuhi dengan rasa ketakutan, pesimis, dan sensasional. Pada beberapa dekade, permasalahan dalam jurnalisme ini mulai menarik perhatian sehingga muncul konsep jurnalisme solusi. Susan Benesch (1998) melalui karya “*The Rise of Solutions Journalism*” menjelaskan, isu yang diberitakan lebih menarik perhatian ketika diikuti dengan solusi yang ada. Benesch menjelaskan, wartawan hanya akan memberitakan atau menjelaskan sebuah masalah dan pergi begitu saja. Kini, sebagian besar masyarakat mulai mencari apa solusi terbaik dalam sebuah pemberitaan.

Selain itu, jurnalisme solusi sempat disinggung sebagai solusi dari permasalahan jurnalisme tradisional oleh David Bornstein (2004) melalui bukunya “*How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*”. Setelah itu, David Bornstein menjadi salah satu pendiri the *Solutions Journalism Network*. Menurut David, jurnalisme solusi memberikan dorongan kepada para wartawan untuk meliput bagaimana respon para masyarakat terhadap sebuah masalah sosial. Hal ini dilakukan dengan cara tertentu untuk mengedukasi masyarakat (Solution Journalism, 2017). Di sisi lain, jurnalisme positif memiliki tujuan serupa untuk

mendorong masyarakat agar lebih sehat dan bahagia dengan menyediakan representasi dunia yang lebih baik (Dhiman, 2023, p. 2).

Pada dasarnya, penerapan jurnalisme solusi ataupun jurnalisme positif memiliki beberapa unsur penting. Mulai dari memberikan representasi berita yang akurat dan lebih baik agar para audiens bisa lebih menguatkan pengetahuan dan sumber daya mereka. Kemudian, mempertahankan kesejahteraan dan perdamaian dalam berita-berita yang ada. Terakhir, jurnalis harus mendorong masyarakat untuk bisa berdialog secara konstruktif sosial agar masyarakat bisa berbagi pengetahuan (Dhiman, 2023, p. 3).

Oleh karena itu, jurnalisme positif sangat diperlukan terlebih lagi di tengah maraknya berita negatif. Masyarakat saat ini memerlukan berita yang memiliki rasa optimis, penuh harapan, dan berita positif yang bersifat objektif (Firdausi & Setianingrum, 2018, p. 33). Upaya ini perlu dilakukan agar audiens memiliki sudut pandang, persepsi yang lebih positif, dan tidak disajikan oleh berita negatif secara terus menerus. Jurnalisme positif diharapkan dapat memberikan masyarakat rasa inspirasi pada audiens dan mengurangi terjadinya konflik pada audiens akibat sebuah konten yang negatif. Menurut penelitian McIntyre & Gibson (2016), prinsip jurnalisme serupa sudah digunakan di luar negeri dan dikenal sebagai jurnalisme konstruktif. Prinsip jurnalisme ini muncul untuk melibatkan psikologi positif seseorang dalam proses memproduksi berita agar menjadi lebih produktif dan menarik.

Salah satu media di Indonesia yang mulai memanfaatkan *new media* untuk menyebarkan jurnalisme positif adalah media DAAI TV. Sejak 2007 hingga saat ini, DAAI TV dikenal sebagai Televisi Cinta Kasih. DAAI TV pertama kali bersiaran di kota Medan bulan Juni 2007 dan mulai bersiaran di Jakarta pada Agustus 2007. Seiring dengan perkembangan teknologi, media DAAI TV aktif menggunakan *new media*, yaitu situs web DAAI TV, aplikasi DAAI+, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya.

Selain media konvensional, DAAI TV menggunakan media digital untuk memproduksi konten DAAI TV. Faktanya, produk konten media DAAI TV selalu mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal ini terjadi karena DAAI TV selalu memberikan jurnalisme positif berupa

edukasi dan berita inspirasi. Sebagian besar konten dari DAAI TV telah disaksikan setidaknya lebih dari lima juta penonton atau lebih.

Konten-konten DAAI TV yang diliput dan viral membangkitkan rasa optimis pada negara dan semangat para audiens untuk selalu berjuang dan bersyukur. Beberapa kali, konten dari media DAAI TV turut menginspirasi media lain untuk mengangkat isu atau narasumber yang serupa dengan mengutamakan jurnalisme positif.

Mengutip dari situs web [daaitv.co.id](http://daaitv.co.id), DAAI TV sudah mendapatkan banyak penghargaan baik nasional hingga internasional. Tahun 2021, DAAI TV berhasil meraih banyak juara. Menjadi juara 1 pada kategori Penulis Skenario Film Dokumenter Terbaik di acara Balimakaraya Festival Film Pendek dan Dokumenter 2021. Juara 1 dalam kategori Karya Publikasi CSR di Anugerah Jurnalistik Pertamina 2021. Mendapat sejumlah penghargaan sebagai Best Content Media Partner 2021 dan Televisi Lokal Sadar Sensor di acara Anugerah Lembaga Sensor Film 2021. Mendapat juara 2 dalam kategori Festival Film Jambi 2021 yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jambi. Kemudian, juara 3 pada Festival Film Dokumenter Sumatra Barat yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan Provinsi Sumatra Barat. Tidak hanya itu, DAAI TV mendapatkan penghargaan dari Anugerah Dewan Pers 2022 pada karya “Melawan Sesak” dalam program dokumenter Refleksi. DAAI TV kembali meraih penghargaan dari Anugerah KPI 2022 dalam kategori Program Televisi Lokal Non Berjaringan melalui program Mimpi Jadi Nyata. Terakhir, DAAI TV Indonesia berhasil meraih juara 1 dalam kategori *Taiwan Highlights Report Award* yang diselenggarakan oleh Overseas Community Affairs Council (OCAC) Taiwan.

Pada situs web DAAI TV, konten dijabarkan secara jelas sesuai dengan kategori. Mulai dari artikel, program-program, dan sejarah singkat mengenai media DAAI TV. Beberapa program lain yang selalu menghadirkan jurnalisme positif dalam bentuk edukasi dan inspirasi adalah Halo Indonesia, Bincang Sehati, dan Bingkai Sumatra. Kemudian, untuk konten digital seperti acara *Fun Science*, TekTok, dan Cerita dan Rasa.

Melihat banyak konten DAAI TV yang masuk ke dalam media sosial penulis, membuat penulis semakin tertarik dengan media DAAI TV. Menurut penulis, masih banyak media Indonesia yang mencari audiens dengan cara memberikan menjual informasi yang mengandung konten negatif. Di sisi lain, DAAI TV selalu konsisten mencari audiens dengan cara menyebarkan berita yang positif sejak pertama kali bersiar. Di kala banyaknya media menggunakan prinsip “*Bad News is Good News*”, DAAI TV mengutamakan visi dan misinya, yaitu menjadi Televisi Cinta Kasih. Membuat penulis merasa sangat tertarik dengan media DAAI TV karena mampu berdiri tanpa menjual informasi yang negatif. Di sisi lain, penulis tertarik dengan cara media DAAI TV mengangkat isu yang hangat tanpa memecah belah masyarakat dan justru tetap mengedukasi masyarakat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih tempat magang di DAAI TV karena ingin mempelajari bagaimana DAAI TV mampu mengedukasi masyarakat dengan mempertahankan visi misinya.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Penulis memiliki maksud dan tujuan magang di media DAAI TV, sebagai berikut:

1. Memenuhi kepentingan dan persyaratan akademik karena magang merupakan salah satu syarat kelulusan sarjana di Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
2. Mengetahui dan mempelajari bagaimana alur kinerja media DAAI TV sebagai salah satu media Indonesia.
3. Mempelajari bagaimana media DAAI TV membangun dan mempertahankan citranya untuk terus membuat jurnalisme positif.
4. Menerapkan ilmu jurnalistik yang sudah didapat dari Universitas Multimedia nusantara (UMN) pada lapangan kerja.

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

Desember 2023, penulis mencari lowongan kerja magang dengan menghubungi dan mengirimkan *curriculum vitae* (CV) kepada pihak DAAI TV. Penulis juga mengirimkan surat

keperluan magang seperti transkrip nilai. Setelah melakukan *review* pada CV, penulis dihubungi oleh *Human Resource Development* (HRD), yaitu Anna Siregar di akhir bulan Desember 2023. Prosedur dari DAAI TV tidak mengharuskan penulis untuk melakukan wawancara, sehingga berdasarkan kesepakatan HRD dan penulis, waktu kerja magang sudah bisa dimulai pada 10 Januari 2024.

Sebelum mulai bekerja, penulis dan pihak HRD sudah menyepakati waktu kerja magang selama 640 jam. Sesuai dengan perjanjian prosedur kerja magang akan dilakukan secara offline mengikut jam kerja karyawan DAAI TV. Penulis bekerja setiap hari senin sampai jumat dengan durasi 9 jam per hari (pukul 08.00-17.00). Meski demikian, untuk memenuhi dan menyelesaikan jam kerja magang lebih awal, penulis beberapa kali mengambil waktu kerja di hari sabtu dan di hari lain, baik secara *online* maupun *offline* sesuai dengan kesepakatan penulis. Perkiraan penulis seharusnya waktu kerja magang selama 604 jam akan terpenuhi pada tanggal 10 Mei 2024. Namun, belum bisa dipastikan dan akan disesuaikan kembali selama masa kerja magang.

Tanggal 10 Januari 2024, penulis datang ke tempat kerja sesuai dengan alamat yang telah diberikan, yaitu Jl. Boulevard, Pantai Indah Kapuk, RT.6/RW.2, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Kota Jakarta Utara. Setelah sampai, penulis baru diberitahu mengenai tugas penulis yaitu sebagai jurnalis desk berita artikel untuk *digital platform*. Penulis juga diperkenalkan dengan lingkungan dan peraturan DAAI TV, seperti peraturan dalam berpenampilan bagi karyawan DAAI TV. Penulis kemudian diperkenalkan dengan supervisor, Kepala divisi Digital Platform, yaitu Imam Asyari Rifai. Selama prosedur pekerjaan dan bimbingan penulis akan berada pada bagian artikel sehingga penulis dibimbing oleh Rahma Wulan. Dalam bimbingan, Rahma menjelaskan secara detail kepada penulis mengenai prosedur kerja DAAI TV termasuk cara membuat artikel dalam bentuk jurnalisme positif.

Hari pertama penulis berhasil menulis dua artikel dan mempelajari *Content Management System* (CMS). Kemudian, pada hari selanjutnya penulis diminta untuk menulis minimal 2 artikel beserta dengan 1 rangkaian Instagram story @daaitvindonesia untuk promosi artikel. Pada bulan

selanjutnya, penulis juga mendapatkan tugas tambahan untuk memilih dan menentukan drama kisah nyata untuk ditampilkan ke dalam aplikasi DAAI (DAAI+).

Per tanggal 11 Maret, penulis sudah menghabiskan waktu magang 54% atau 349 jam kerja magang dari 640 jam. Sampai sejauh ini, penulis setidaknya sudah mempublikasikan 70 artikel pada situs web *daaitv.co.id*.