

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hubungan antara jurnalisme dan teknologi sudah terjalin dengan baik sejak dahulu. Dari mesin pencetak surat kabar hingga penggunaan komputer, teknologi telah menjadi bagian dari proses publikasi dan distribusi berita oleh wartawan. Mulanya, proses penyebaran berita dilakukan dengan lambat sehingga aktualitasnya berkurang, lalu di masa kini, berita terdistribusi dengan jauh lebih cepat dan masyarakat dapat mengetahui di hari yang sama.

Media dihadapkan dengan berbagai bentuk media baru, terutama media sosial (Shanaz & Irwansyah, 2021, p. 374). Media kemudian mulai berkonvergensi ke *platform* digital oleh karena perkembangan media sosial yang mendominasi banyak bidang, termasuk dunia jurnalisme (Kencana et al., 2022, p. 137). Kehadiran media sosial mengubah komunikasi yang semulanya hanya satu arah menjadi komunikasi dua arah, yaitu produsen berita (media dan jurnalis) dan audiens. Sifat pasif yang semula dimiliki oleh konsumen berita menjadi pudar karena interaktivitas yang ditawarkan media sosial; masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan satu sama lain dan menjalin komunikasi dengan jurnalis (Adornato, 2017, p. 26). Hal ini kemudian menjadi tantangan baru yang harus dihadapi media konvensional dan para jurnalis.

Tanggung jawab jurnalis menjadi banyak; tidak lagi hanya menyalurkan berita lewat surat kabar atau televisi, tetapi juga memproduksi berita dengan unsur multimedia berupa foto, video, dan audio. Hal tersebut diadaptasi menjadi sebuah norma (Adornato, 2017, p. 24). Kemudian, lanskap media berubah seutuhnya dan melahirkan jurnalisme digital.

Norma jurnalistik seperti ketidakberpihakan (netralitas), objektivitas dan akurasi mendukung kebutuhan akan verifikasi data secara efektif terhadap sumber dan konten yang disalurkan di media sosial (Golding & Elliot 1979; Schifferes & Newman, 2023; Shapiro et al., 2013; dalam Brandtzaeg et al., 2015, p. 1). Oleh sebab itu, media dan para jurnalis tetap berperan aktif di media sosial.

Menurut Shanaz dan Irwansyah (2021), transformasi jurnalisisme menjadi bentuk digital telah menciptakan perkembangan dalam teknik peliputan dan reportase. Tidak hanya reporter yang dapat terjun ke lapangan, tetapi warga biasa atau khalayak umum juga mampu memberitakan apa yang terjadi layaknya jurnalis profesional. Hasil reportase oleh warga disebut sebagai *user-generated content* dan warga yang berperan sebagai produsen berita—yang bukan merupakan jurnalis profesional—diklasifikasikan ke dalam istilah baru yang kini dikenal sebagai *citizen journalism* atau jurnalisisme warga (Adornato, 2017, p. 34; Shanaz & Irwansyah, 2021, p. 374). Namun, dengan adanya jurnalisisme dan konten yang dapat disebarluaskan secara leluasa, media sosial menjadi media yang rentan digunakan untuk propaganda dan penyebaran disinformasi (Brandtzaeg et al., 2015, p. 1).

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial akan terus berkembang, baik dari cara publik mengaksesnya maupun mengoperasikannya. Perkembangannya juga mempengaruhi aspek teknologi dan demografi para *user* (Johansson, 2016, p. 11). Media sosial semakin mampu menjangkau masyarakat dari berbagai kelompok dan lokasi. Contohnya, internet dapat diakses dengan cara lain dan tidak lagi dengan World Wide Web. Kehadiran *smartphones* dan perangkat *mobile* lainnya memfasilitasi akses bermedia sosial melalui beragam aplikasi sehingga pengguna tidak perlu lagi membuka *web browser* (Carr & Hayes, 2015, p. 53). Ketika *platform* media sosial berubah dan berkembang dengan membuka *channel* lain, jenis penggunaannya pun ikut berubah. Contoh konkretnya adalah generasi muda yang semulanya aktif menggunakan Facebook kini beralih ke *platform* yang lebih memberikan privasi seperti Snapchat (Johansson, 2016, p. 11). Facebook kemudian jadi didominasi oleh generasi yang lebih tua. Pengguna media sosial dari berbagai kelompok usia tersebar ke berbagai *platform*.

Kemampuan media sosial untuk menjangkau masyarakat dalam perkembangan yang terus berjalan membuat penetrasi pengguna media sosial di Indonesia semakin tinggi. Bahkan diperkirakan akan melonjak pada tahun 2026 mendatang (Nurhayati-Wolff, 2021 dalam Abdillah, 2022, p. 5). Masyarakat *modern* yang lekat dengan teknologi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu sentral aktivitas mereka. Oleh sebab itu, media sosial seringkali dimanfaatkan untuk berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, dan bahkan politik (Abdillah,

2022, p. 5). *Platform* terbuka seperti Facebook dan Twitter (sekarang X) menjadi populer karena mampu menciptakan ruang berdiskusi seputar debat regulasi, penyebab sosial, dan juga dapat dimanfaatkan sebagai alat kampanye (Epley, 2013 dalam Johansson, 2016, p. 25).

Di tahun politik yang tengah membara karena panasnya persaingan di antara pasangan calon pemimpin negara Indonesia, media sosial dimanfaatkan sebagai ruang diskusi dan alat kampanye. Misinformasi juga seringkali terjadi guna menjatuhkan lawan politik. Ditambah lagi dengan *user-generated content*, opini masyarakat yang beragam, banjir informasi dari berbagai pihak mendorong Tirto.id untuk hadir dan menjangkau berbagai media sosial. Penerapan prinsip jurnalisme presisi—dengan narasi dan ilustrasi yang ringan, menghibur, dan satir—di setiap pemberitaan Tirto.id menjadi penting di tengah kehidupan masyarakat. Alasan di balik pentingnya kehadiran Tirto.id di tengah tahun politik ini difaktori oleh strategi Tirto.id dalam membangun konsep jurnalisme daring yang mementingkan informasi, verifikasi, dan sumber data yang jelas (Ciptadi & Armando, 2018, p. 67) juga dapat mengedukasi masyarakat dalam menentukan pilihan politik mereka.

Lewat infografik dan pemberitaan mendalamnya yang telah diberikan penghargaan oleh International Fact Checking Network (IFCN), Penulis tertarik untuk bergabung bersama Tirto.id dan ditempatkan dalam divisi *social media creative*. Divisi media sosial ini menjadi penting karena media yang berupaya menyelaraskan pemilihan berita dan desainnya dengan logika media sosial yang berbeda, serta preferensi metrik dan algoritma dengan reaksi audiens (Opgenhaffen & Hendrickx, 2023, p. 4). Meskipun bersinggungan dengan ilmu *marketing*, divisi media sosial tetap membantu organisasi media dalam menerapkan kebijakan media sosial di masa depan yang belum memiliki rutinitas pasti (Opgenhaffen & Hendrickx, 2023, p. 14). Oleh sebab itu, Penulis merasa bahwa bergabung dalam divisi media sosial dapat menambah wawasan Penulis mengenai distribusi berita yang disesuaikan dengan logika media sosial dan lingkungan media sosial yang rawan berita kebohongan. Penulis juga ingin berkontribusi dalam mengedukasi masyarakat lewat media sosial yang kini dijadikan sentral aktivitas berbagai kelompok masyarakat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari keikutsertaan Penulis dalam program kerja magang adalah ingin mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama lima semester dan sekaligus mencari pengalaman yang nantinya akan menjadi bekal penting sebagai seorang calon jurnalis. Program kerja magang ini juga membantu Penulis dalam memperluas koneksi dan mempertemukan Penulis dengan para kolega yang dapat bekerja sama dengan baik bersama Penulis. Berbagai proyek yang diikuti oleh Penulis selama kerja magang bermanfaat dalam memberikan gambaran dunia kerja sebuah kantor media.

Selain tujuan dan maksud yang ingin dicapai oleh Penulis, program kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara. Oleh sebab itu, program kerja magang menjadi salah satu kewajiban yang harus dipenuhi oleh Penulis sebagai mahasiswa.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang di Tirto.id mulai dilakukan pada 24 Januari 2024. Penulis ditempatkan dalam divisi *social media* dan berperan sebagai *Social Media Creative Intern*. Sesuai dengan Perjanjian Kerja Magang dan ketentuan kampus, Penulis harus memenuhi 640 jam kerja atau sekitar 3 bulan. Masa kerja magang akan berakhir pada 23 April 2024.

Lokasi kantor pusat Tirto.id berada di Jl. Madrasah No. 11A, Cilandak Timur, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, 12560. Lokasi kantor Tirto.id yang cukup jauh melahirkan regulasi WFH dan WFO bagi para pegawainya. Jadwal ideal yang diberikan kepada Penulis adalah empat hari *work from office* (WFO) dan satu hari *work from home*, tetapi apabila dihadapkan dengan situasi tertentu, Penulis diperbolehkan untuk menjalani tiga hari WFO dan dua hari WFH. Penetapan jadwal WFH dan WFO ini tidak dilakukan oleh Penulis. Sebagai *intern* di Tirto.id, Penulis memiliki *buddy* yang senantiasa menuntun proses pengenalan lingkungan kerja dan membimbing Penulis selama kegiatan magang. *Buddy* bertanggung jawab memberikan pelatihan dalam menulis naskah (*brief*) Twitter dan Instagram pada Penulis,

memberikan persetujuan atas topik-topik yang hendak Penulis rangkum ke dalam *brief*, dan memberikan masukan terhadap *brief* yang telah dirancang Penulis.

Ada kalanya Penulis harus menjalankan piket di Hari Sabtu atau Minggu karena wajib melakukan *live report* mengenai suatu kejadian—contohnya, *live* debat yang dilakukan oleh calon presiden atau calon wakil presiden pada 21 Januari 2024 dan 4 Februari 2024—melalui media sosial Tirto.id. Koordinasi yang terjalin antara *intern* dan senior serta *supervisor* juga dilakukan secara langsung sehingga mengharuskan Penulis untuk bekerja di kantor.

Jam kerja yang diberikan oleh Tirto.id cukup fleksibel. Saat WFO, Penulis dan juga pegawai lainnya diperbolehkan untuk tiba di kantor pada jam berapa saja dengan syarat Penulis harus menyelesaikan minimal dua sampai tiga penugasan di hari itu. Namun, Penulis selalu mengusahakan pemenuhan 8 jam setiap harinya—mulai dari pukul 08.00-17.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis terlebih dahulu mempelajari metode untuk mengajukan kerja melalui kolom FAQ di website Tirto.id. Setelah mengetahui langkah-langkah harus dilakukan, Penulis menyerahkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio kepada tim *recruitment* Tirto.id melalui *e-mail* pada 15 Desember 2023.

Pada 5 Januari 2024, Natasha selaku *recruiter* Tirto.id menghubungi Penulis lewat Whatsapp dan menawarkan posisi magang di divisi *social media*. Sebelum lanjut ke tahap wawancara, Natasha terlebih dahulu memberikan *briefing* singkat mengenai lokasi, jadwal kerja, dan uang transportasi yang akan diberikan oleh Tirto.id setiap melakukan WFO. Penulis kemudian menyetujui segala yang telah ditawarkan Natasha dan jadwal wawancara dengan *user* segera direncanakan oleh Natasha.

Pada 11 Januari 2024, Penulis melakukan wawancara dengan *user* melalui Google Meet. Dalam wawancara, pertanyaan dilontarkan oleh tiga anggota divisi *social media* Tirto.id dengan topik beragam. Mulai dari keyakinan Penulis menjadi *intern* di Tirto.id yang lokasinya cukup jauh dari rumah, jadwal dan jam kerja *social media intern* yang terlampaui fleksibel sehingga dapat bekerja di akhir pekan hingga pengetahuan Penulis terhadap *trend* terkini. *User* juga mengajukan pertanyaan seputar politik untuk menguji pengetahuan Penulis

di tahun politik ini. Setelah kegiatan wawancara selesai, Natasha menjanjikan pengumuman dalam satu pekan.

Pada 15 Januari 2024, Natasha kembali menghubungi Penulis dan memberitahu bahwa Penulis diterima sebagai *social media intern* di Tirto.id dan diwajibkan untuk mengikuti *briefing* lagi keesokan harinya (pada 16 Januari 2024). Penulis kemudian diharapkan untuk hadir di kantor pada 21 Januari 2024 dengan tujuan bertemu dengan tim *social media* Tirto.id sekaligus turut serta dalam kegiatan *live tweet* debat keempat di X (dahulunya Twitter) milik Tirto.id untuk dua segmen pertama saja.

Pada 23 Januari 2024, Penulis mendapatkan surat pengantar dari Tirto.id yang nantinya akan menjadi bahan konfirmasi magang untuk pihak kampus. Keesokan harinya, pada 24 Januari 2024, Penulis menandatangani Perjanjian Magang dan memulai program kerja magang hingga waktu yang telah ditentukan.

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No.	Aktivitas	Tanggal
1.	Menerima <i>briefing</i> perihal uang saku dan jadwal WFO & WFH dari <i>recruiter</i>	15-01-2024
2.	Menerima <i>briefing</i> perihal <i>jobdesk</i> , mekanisme kerja, dan sistem <i>buddy</i> dari tim <i>social media creative</i> Tirto.id	21-01-2024
2.	Memulai pelatihan menulis <i>draft briefing</i> untuk Instagram dan X (Twitter)	24-01-2024
3.	Memulai penulisan <i>brief</i> Instagram atau Twitter	06-02-2024
4.	Menyelesaikan aktivitas magang	23-04-2024

(Sumber olahan peneliti, 2024)