

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut buku berjudul *Jurnalisme Online: Panduan Mengelola Media Online* karya Romli (2018), jurnalisme adalah proses yang dimulai dengan penulisan pemberitaan dan diakhiri dengan penyebaran informasi atau berita faktual oleh media massa. Terdapat berbagai jenis jurnalisme yang dibagi berdasarkan cakupan pemberitaannya, salah satunya adalah jurnalisme bisnis. Menurut Abrar (2017, p. 2) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Bisnis: Upaya Membangkitkan Nalar dan Naluri Bisnis*, jurnalisme bisnis adalah bagian dari jurnalisme yang melaporkan berita mengenai bagaimana kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh perubahan ekonomi. Pada praktiknya, jurnalisme bisnis melacak, mendokumentasikan, dan mengevaluasi semua perubahan ekonomi seperti, fluktuasi nilai tukar mata uang, indeks harga saham, harga bahan pokok di pasar tradisional, harga barang-barang di pusat perbelanjaan, perkembangan perusahaan-perusahaan baik milik negara maupun swasta, dan lain sebagainya (Abrar, 2017).

Salah satu dari banyak media yang bergerak di bidang jurnalisme bisnis adalah Bisnis Indonesia Group. Walau begitu, Bisnis Indonesia tidak hanya membahas isu ekonomi dan bisnis, tetapi juga bergerak di bagian jurnalisme global dengan menyajikan berita internasional dan isu yang sedang hangat. Jurnalisme global adalah proses membina hubungan antar manusia melalui cara mereka mengekspresikan pendapat tentang berbagai aspek dunia, seperti politik, bencana alam, dan pemanasan global (Berglez, 2008). Jurnalisme global mencakup pengumpulan, penyuntingan, dan pendistribusian berita yang tidak terbatas pada batas regional atau nasional saja (Reese, 2008).

Fokus utama pemberitaan jurnalisme global adalah betapa kompleksnya hubungan yang direpresentasikan di media (Berglez, 2008, p. 848). Hubungan tersebut dapat diartikan sebagai interaksi antara negara dan masyarakat, hubungan internasional, identitas berupa kelas menengah dan kelas pekerja, institusi baik politik dan ekonomi, serta organisasi seperti PBB dan Organisasi Kesehatan Dunia. Menurut Berglez (2008, p. 851), jurnalisme global berisi pemahaman mengenai bagaimana masyarakat dan pemerintah dalam negeri baik lokal maupun nasional, dapat menantang atau mengubah kekuatan aktor global, dan sebaliknya, bagaimana kekuatan global seperti kekuatan politik dan ekonomi yang berpotensi mempengaruhi seluruh dunia, dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat di tingkat domestik.

Dalam eksekusinya, Bisnis Indonesia tidak hanya menyebarkan informasi melalui media cetak dan online, tetapi juga melalui media sosial. Bisnis Indonesia adalah salah satu dari banyak media digital yang menggunakan konsep *mobile journalism* dalam pemberitaannya di media sosial. Bisnis Indonesia melihat adanya peluang dalam peralihan sumber informasi masyarakat dan menggunakan sosial media untuk menyajikan berita yang dikemas dalam beberapa format, seperti foto dan video vertikal. Video vertikal yang dimaksud adalah konten *mobile journalism*.

Menurut Anthony Adornato (2018), *mobile journalism* adalah tentang memprioritaskan penyampaian konten berkualitas yang dapat diakses dengan mudah oleh audiens di perangkat seluler dan di ruang media sosial. Pemahaman ini didukung oleh pendapat ahli berikut yaitu Oscar Westlund (2019) yang beranggapan bahwa *mobile journalism* mengacu pada semua dinamika yang saling terkait di mana berita diproduksi dan didistribusikan dengan dan atau untuk perangkat seluler. Singkatnya, *mobile journalism* adalah publikasi konten berbasis jurnalistik melalui media sosial atau platform digital lainnya dengan bentuk audio visual maupun visual yang dapat diakses melalui perangkat *mobile*.

Penulis mengikuti kerja praktik magang sebagai *content creator* di sosial media Bisnis.com yang merupakan salah satu media yang dinaungi Bisnis Indonesia Group. Penulis tertarik untuk mengikuti praktik kerja magang di Bisnis Indonesia yang awalnya merupakan media konvensional (cetak) lalu memasuki ranah media sosial sebagai bentuk evolusi mengikuti digitalisasi sehingga penulis dapat memahami praktik *digital journalism* dan *mobile journalism* secara langsung. Penulis melihat banyaknya peluang dalam mengikuti praktik kerja magang di Bisnis Indonesia Group untuk mengolah informasi dari berbagai isu, mulai dari ekonomi-bisnis, politik, hingga isu global. Hal ini diharapkan membuat penulis mendapatkan pengalaman yang lebih beragam dan memahami berbagai bidang isu.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Dari latar belakang tersebut, berikut merupakan maksud dan tujuan pelaksanaan praktik kerja magang *internship track 1*.

- 1) Untuk mendalami proses kerja sebagai video content creator divisi redaksi media sosial Bisnis.com.
- 2) Untuk mendalami peran kerja sebagai video content creator di divisi redaksi media sosial Bisnis.com
- 3) Untuk mendalami budaya kerja dan etos kerja di redaksi Bisnis.com.
- 4) Untuk menambah pengalaman penulis di bidang pembuatan konten video berbasis jurnalistik dan mempersiapkan penulis menjadi calon jurnalis yang cakap.
- 5) Untuk mempraktikkan ilmu-ilmu jurnalistik yang telah dipelajari di perkuliahan, khususnya pada mata kuliah *Mobile and Social Media Journalism, Digital Videography, Media Writing, Audio Storytelling, Bahasa Indonesia for Journalism*, serta *Interview and Reportage*.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Selama mengikuti praktik kerja magang, penulis harus mengikuti waktu atau jadwal dan pelaksanaan kerja magang yang berlaku. Waktu pelaksanaan kerja magang adalah lamanya masa magang penulis di perusahaan tersebut, serta hari dan jam kerja penulis setiap minggunya. Sedangkan proses pelaksanaan kerja magang adalah proses-proses yang dilalui penulis mulai dari mencari lowongan magang hingga diterima dan menyelesaikan magang di perusahaan yang bersangkutan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode pelaksanaan kerja magang di Bisnis Indonesia Group (PT Jurnalindo Aksara Grafika) pada awalnya berlangsung selama dua bulan terhitung dari 22 Januari 2024 hingga 21 Maret 2024 sesuai kebijakan perusahaan. Namun, karena penulis belum memenuhi durasi magang yang ditentukan oleh kampus yaitu 640 jam, maka penulis mengajukan permohonan perpanjangan kerja magang selama satu bulan sehingga praktik kerja magang berakhir pada tanggal 30 April 2024 .

Sesuai permintaan dari perusahaan, penulis melaksanakan praktik kerja magang secara *Work from Office* (WFO) dari hari Senin hingga Jumat. Namun, di minggu ke empat, penulis diberi izin untuk melakukan kerja magang secara *Work from Home* (WFH) dua kali dalam seminggu. Penulis memilih untuk melakukan WFH di hari Senin dan Jumat. Pada awalnya, penulis diminta untuk bekerja dari pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, atau selama sembilan jam, termasuk satu jam makan siang. Namun, seiring berjalannya magang, penulis diberi kebebasan oleh supervisi untuk datang dan pulang di jam yang diinginkan penulis dan tidak harus mengikuti jam kantor sembilan jam selama pekerjaan telah diselesaikan dengan baik dan benar. Sebagai pekerja magang, penulis mulai bekerja sekitar pukul 07.00 WIB hingga 17.00 WIB, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk bekerja melewati jam tersebut. Selama

menjadi pekerja magang di Bisnis Indonesia Group, penulis dibimbing oleh Fahri Nuh Muharom yang merupakan *Social Media Content Manager Assistant*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang di Bisnis Indonesia Group tepatnya media *Bisnis.com*, penulis mengikuti beberapa prosedur dan tahapan sesuai ketentuan dari Bisnis Indonesia Group dan Universitas Multimedia Nusantara. Pada awalnya, mendapatkan rekomendasi untuk melamar kerja magang di Bisnis Indonesia Group oleh kerabat, penulis lalu memberikan *Curriculum Vitae* (CV) pada 13 November 2023 melalui kerabat tersebut untuk diberikan ke pihak Bisnis Indonesia Group. Penulis dihubungi oleh *Talent Acquisition* Bisnis Indonesia Group melalui WhatsApp pada 14 Desember 2023, lalu berbincang mengenai ketentuan program magang, ketertarikan penulis, dan divisi apa yang penulis inginkan melalui telepon.

Talent Acquisition Bisnis Indonesia kembali menghubungi untuk menentukan tanggal *interview user* yaitu pada tanggal 21 Desember 2023. Pada 26 Desember 2023, penulis dihubungi oleh *Talent Acquisition* Bisnis Indonesia terkait diterimanya penulis untuk melakukan praktik kerja magang di sosial media *Bisnis.com* di bawah Bisnis Indonesia Group. Penulis diminta untuk memberikan kelengkapan dokumen berupa foto Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan nomor rekening pada 28 Desember 2023. Pada 4 Januari 2024, penulis mengirimkan surat pengantar kerja magang dari kampus. Pada 9 Januari 2024, penulis meminta *acceptance letter* dari perusahaan untuk melengkapi dokumen yang diperlukan untuk mendaftar di *website merdeka.umn.ac.id*.

Pada 22 Januari 2024, penulis datang ke kantor Bisnis Indonesia Group dan memulai periode magang, di hari pertama penulis bertemu dengan *Talent Acquisition* Bisnis Indonesia Group yaitu Anggi Novadelian

secara langsung untuk dijelaskan mengenai Bisnis Indonesia Group secara lebih dalam, peraturan selama menjalani kerja magang, dan sistem absensi. Di hari yang sama, penulis menandatangani kontrak kerja magang. Penulis menemui supervisi dan dijelaskan mengenai cara kerja di divisi sosial media *Bisnis.com*. Penulis juga dijelaskan mengenai tugas dan tanggung jawab penulis sebagai *content creator*. Penulis diberikan uang transportasi senilai Rp50.000 per hari.

Setelah semua dokumen sudah lengkap dan didaftarkan di *website merdeka.umn.ac.id*, penulis mendapatkan akses untuk melakukan *input daily task*. Penulis rutin mengisi *daily task* setiap hari sesuai jam kerja yang ditempuh penulis per harinya. *Daily task* yang sudah dilengkapi oleh penulis di *website* tersebut nantinya akan dikonfirmasi oleh supervisi yang juga telah mendapatkan akses.