

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Abrar (2017) mengatakan eksistensi jurnalisme bisnis berperan penting untuk membangkitkan naluri serta literasi ekonomi di tengah derasnya arus informasi akibat globalisasi. Melalui jurnalisme bisnis yang memuat pembahasan berskala mikro hingga makro, pengguna media menemukan berbagai informasi yang memengaruhi aktivitas finansialnya. Pada ekonomi mikro, masyarakat dapat mengetahui informasi peluang dan ide bisnis yang akhirnya melahirkan usaha-usaha baru. Jurnalisme bisnis juga dimanfaatkan para wirausaha untuk mengetahui aksi pesaing sehingga mampu membangun strategi yang matang dalam mengembangkan bisnisnya (Abrar, 2017, p. 13).

Aksi dan reaksi seorang pelaku usaha tidak terlepas dari intuisi untuk berbisnis. Menurut Abrar (2017, p. 2), kehadiran jurnalisme bisnis mampu merangsang intuisi bagi wirausaha dalam berekspansi. Berita-berita yang dikonsumsi memberi sinyal kepada pengguna media sehingga mampu mengatur perilaku dan menentukan tindakan terbaik untuk mengelola tatanan finansialnya (Abrar, 2017, p. 14). Sebagai contoh, berita melemahnya kurs rupiah terhadap dolar Amerika Serikat memengaruhi harga saham di Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Berita tersebut memberi sinyal kepada khalayak dalam mengambil keputusan untuk menjual atau membeli saham.

Kegiatan jurnalistik yang fokus pada bidang ekonomi dan bisnis bukanlah pembahasan yang mudah dipahami. Jurnalis perlu memiliki kemampuan untuk menganalisis perkembangan dan persaingan pasar, laporan keuangan perusahaan, kebijakan pemerintah yang memengaruhi finansial, dan segala aktivitas perekonomian di dalam maupun luar negeri (Abrar, 2017, p. 10). Adanya pengetahuan khusus tersebut membuat jurnalis mampu menginterpretasikan

fenomena kompleks ke dalam berbagai bentuk produk berita yang mudah dipahami dan memberikan wawasan baru bagi khalayak ramai.

Meskipun di Indonesia belum banyak media khusus ekonomi dan bisnis, hampir semua media menerapkan jurnalisme bisnis melalui fokus kanalnya. *Kompas.com* memiliki kanal Money yang informasinya dipecah kembali ke dalam subkanal Whats News, Work Smart, Earn Smart, Spend Smart, Smartpreneur, Kilas Badan, Kilas Transportasi, Kilas Fintech, Kilas Perbankan, Tanya Pajak, dan Indeks. Selain itu, *Detik.com* memiliki kanal detikFinance dengan subkanal Ekonomi Bisnis, Finansial, Infrastruktur, Energi, Industri, Fintech, Infografis, Loker, Kamus Finance, dan Indeks.

Salah satu media yang secara khusus menerapkan konsep jurnalisme bisnis adalah *Consumer News and Business Channel (CNBC)*. Media asal Amerika Serikat ini diluncurkan pada 8 Februari 2018 di Indonesia setelah Transmedia membeli lisensi NBCUniversal yang akhirnya membentuk *CNBC Indonesia*. Melalui siaran televisi yang mengudara sejak 10 Oktober 2018, *CNBC Indonesia* fokus pada pemberitaan makro ekonomi, pasar modal, perbankan, komoditas, manufaktur, ekonomi internasional, politik, hukum, pertahanan, dan keamanan yang memengaruhi dinamika ekonomi nasional. *CNBC Indonesia* juga hadir secara daring melalui situs web yang terdiri dari kanal Market, My Money, News, Tech, Lifestyle, Syariah, Entrepreneur, dan Cuap Cuap Cuan.

Media massa khusus ekonomi dan bisnis di Indonesia juga hadir sejak dalam bentuk media cetak, salah satunya *Bisnis Indonesia*. Terbit pertama kali pada 14 Desember 1985 di bawah naungan PT Jurnalindo Aksara Grafika, *Bisnis Indonesia* melalui semboyan “Navigasi Bisnis Terpercaya” menyajikan informasi mengenai pasar modal, perbankan, asuransi, dana pensiun, pembiayaan, infrastruktur, properti, teknologi informasi, agribisnis, pertambangan dan energi, pariwisata, transportasi, dan isu-isu politik yang erat kaitannya dengan kebijakan ekonomi. *Bisnis Indonesia* hadir secara daring melalui *Bisnis.com* dengan kanal Market, Finansial, Ekonomi, Tekno, Style, Kabar24, Hijau, dan Bola, dan Indeks.

Tiap-tiap kanal *Bisnis.com* membagi kembali fokus informasinya seperti Market yang memiliki subkanal Bursa dan Saham, Obligasi dan Reksadana, Emas, Kurs, Komoditas, Rekomendasi, dan Infografik. Finansial dengan subkanal Perbankan, Asuransi, Multifinance, Personal Finance, Moneter, Syariah, dan Fintech. Ekonomi dengan subkanal Ekonomi, APBN, Pajak, Industri, Infrastruktur, Energi, Trade, Translog, Properti, dan Ekonomi Global.

Aktivitas jurnalistik yang fokus pada bidang tertentu menunjukkan bahwa insan pers memiliki peran mulia untuk memberi pandangan baru secara mendalam kepada masyarakat meskipun berada di tengah-tengah tantangan konvergensi media. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melahirkan solusi praktis bagi industri media untuk dapat meningkatkan produktivitas jurnalis, mulai dari proses peliputan sampai distribusi informasi. Di sisi lain, transformasi menjadi tantangan bagi jurnalis konvensional, seperti media cetak, sehingga menuntut insan pers untuk berani beradaptasi melalui konvergensi media.

Media cetak membangun strategi agar tidak redup di tengah perkembangan zaman tanpa menghilangkan sifat konvensional. Menurut Preston (2001) dalam Hamna (2018, p. 58), salah satu cara untuk beradaptasi adalah dengan memandang konvergensi media sebagai momentum yang mampu melayani kebutuhan penanganan, penyediaan, produksi, dan distribusi informasi dalam bentuk audio, visual, maupun data. Dengan demikian, media cetak dapat tetap hidup dan bersinergi bersama media daring, radio, dan televisi.

Dilansir dari *Antara Babel* (2016, Januari 21), Peneliti senior Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP), Ignatius Haryanto, dalam diskusi bertajuk “Inilah Senjakala Media Cetak” yang diselenggarakan di Jakarta, Selasa (19/01/2016), menyatakan bahwa inovasi bukanlah hal yang sepenuhnya dipandang sebagai ancaman. Krisis yang dirasakan oleh berbagai media konvensional justru harus menjadi momentum bagi insan pers untuk bertumbuh dan menunjukkan kepada dunia akan eksistensinya yang bermanfaat di tengah-tengah masyarakat.

Bisnis Indonesia yang mencetus lahirnya Bisnis Indonesia Group menjadi salah satu media cetak yang mampu tumbuh selaras dengan konvergensi media. Mengawali langkah adaptifnya melalui peluncuran media daring *Bisnis.com* pada 2012, kemudian mengembangkan sayapnya dengan menghadirkan koran elektronik dan *Bisnis TV*. *Bisnis.com* yang fokus pada pemberitaan ekonomi dan bisnis bertransformasi menjadi super portal dengan turut menyajikan berita politik, teknologi, gaya hidup, lingkungan, dan olahraga. Melalui konsep tersebut, *Bisnis.com* dapat menjangkau pengguna media yang lebih luas (Profil Bisnis Indonesia Group, 2018).

Di tengah derasnya arus berita yang didorong perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga membuat kebenaran serta hoaks sulit dibedakan, Bisnis Indonesia Group memiliki visi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Karya-karya jurnalistik yang diproduksi secara berimbang dan berbasis fakta diharapkan dapat mengedukasi, mengembangkan kesadaran, dan menyampaikan kebijakan yang tidak keliru kepada masyarakat, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis.

Layaknya peran jurnalis dan semangatnya untuk bertransformasi, laporan kerja magang ini lahir dengan pembahasan khusus mengenai aktivitas reporter dalam industri ekonomi dan bisnis pada media yang mampu tumbuh di tengah tantangan zaman. Laporan kerja magang yang menjadi salah satu syarat mendapat gelar sarjana ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai alur kerja reporter kanal Market dan Konten Premium dalam menghasilkan produk-produk jurnalistik yang selaras dengan visi Bisnis Indonesia Group untuk turut mencerdaskan kehidupan bangsa.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan penulis sebagai mahasiswa jurnalistik didasarkan pada maksud dan tujuan untuk mengembangkan kemampuan-kemampuan sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan ilmu jurnalistik yang telah ditekuni semasa kuliah ke dalam jenjang profesional, mengembangkan kompetensi, memperluas wawasan, dan meningkatkan keterampilan sehingga mampu mengemban tanggung jawab serta menghadapi tantangan dalam dunia kerja.
2. Mendapat gambaran profesional mengenai alur kerja media melalui aktivitas dan budaya kerja suatu perusahaan media.
3. Memperluas jaringan dan membangun hubungan baik dengan insan pers ataupun profesional lainnya sebagai aset masa depan dalam menjalin kolaborasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Perjalanan penulis untuk mendapatkan magang diawali dengan penanaman bekal dan arahan yang diberikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) melalui seminar *briefing* magang pada 7 Desember 2023. Setelahnya, penulis mulai melengkapi administrasi untuk mendaftar kerja magang melalui program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka Angkatan 6. Administrasi yang perlu dilengkapi yaitu kartu tanda penduduk, kartu asuransi kesehatan, *curriculum vitae*, portofolio, transkrip nilai, dan rekomendasi kampus.

Pada situs MSIB Kampus Merdeka, tersedia berbagai posisi dan perusahaan yang tersebar di seluruh Indonesia, mulai dari perusahaan pemerintah hingga swasta. Pihak MSIB Kampus Merdeka memberikan 22 kuota kepada setiap mahasiswa untuk mendaftarkan dirinya pada berbagai posisi yang diminati. Sebagai mahasiswa program studi Jurnalistik, penulis mendaftar di beberapa perusahaan media dengan memanfaatkan 22 kuota tersebut untuk mendaftar pada posisi yang sesuai minat penulis yaitu Reporter, Video Journalist, Content Writer, dan Produser.

Setelah penutupan pendaftaran MSIB Kampus Merdeka Angkatan 6 pada 15 Desember 2023, penulis mulai mendapat *email* ataupun pesan WhatsApp mengenai pernyataan lolos seleksi administrasi dari beberapa perusahaan media

yang terdaftar. Melalui pernyataan tersebut, tiap-tiap perusahaan mengadakan tahap seleksi selanjutnya yaitu tes kemampuan berupa pengerjaan tugas sesuai posisi yang dilamar. Pada Bisnis Indonesia Group, penulis sebagai kandidat Reporter diberi tugas untuk menyusun berita sepanjang 2.500 kata dengan tenggat waktu dua hari berdasarkan Debat Pemilihan Umum Calon Wakil Presiden 2024 yang diselenggarakan pada 12 Desember 2023.

Empat hari setelah mengirim hasil tugas sebagai salah satu persyaratan seleksi, penulis lolos ke tahap akhir yaitu wawancara *user* yang dilaksanakan pada 10 Januari 2024. Satu hari setelahnya pada 11 Januari 2024, Sumber Daya Manusia (SDM) Bisnis Indonesia Group menyatakan bahwa penulis diterima kerja magang sebagai Reporter. Penulis sebagai mahasiswa yang diterima kerja magang melalui jalur MSIB Kampus Merdeka berkoordinasi dengan Koordinator Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) UMN, Utami Diah Kusumawati, terkait informasi yang berhubungan dengan kerja sama UMN dan MSIB Kampus Merdeka.

Berdasarkan linimasa Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), seluruh mahasiswa yang diterima melalui jalur MSIB Kampus Merdeka Angkatan 6 mulai melaksanakan kerja magang pada 16 Februari hingga 30 Juni 2024. Waktu bekerja di Bisnis Indonesia Group dalam sehari umumnya adalah sembilan jam, dimulai pada pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB, selama lima hari dari Senin sampai Jumat. Namun, waktu kerja Reporter fleksibel dan disesuaikan dengan jadwal Editor.

Selama kerja magang, penulis dipercaya untuk menjadi Reporter pada kanal Market dan Konten Premium di *Bisnis.com*, anak media Bisnis Indonesia Group. Aktivitas dan beban pekerjaan diberikan secara bertahap oleh Manajer Konten atau Editor sebagai mentor penulis. Pada bulan pertama, penulis membuat berita berdasarkan siaran pers dan terjemahan artikel media luar negeri yang bekerja sama dengan *Bisnis Indonesia*. Penulis menyusun berita yang memuat wawancara narasumber pada bulan berikutnya. Ketika ilmu dan potensi telah berkembang, mentor mengarahkan penulis untuk ikut serta dalam liputan lapangan.