

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital mengubah cara manusia dalam berkomunikasi dan mengonsumsi informasi. Dengan kata lain, era digital dapat memengaruhi lanskap komunikasi massa melalui teori media baru. Denis McQuail menjelaskan definisi teori media baru dalam *Teori Komunikasi Massa* yaitu seperangkat elektronik yang dimanfaatkan untuk berkomunikasi hingga mencakup banyak orang dan telah melalui proses digitalisasi (McQuail, 2011). Oleh karena itu, media baru dapat berdampak pada media massa konvensional seperti koran, televisi, ataupun radio karena pemanfaatan media baru lebih fleksibel dibandingkan media sebelumnya.

McQuail berpendapat bahwa media baru memiliki karakteristik seperti digitalisasi dan konvergensi (McQuail, 2011). Dengan kata lain, digitalisasi berarti proses perubahan semua teks dari bagian produksi, distribusi, dan penyimpanannya telah melalui kode biner yang nantinya dapat diakses melalui berbagai alat komunikasi elektronik. Kemudian, konvergensi berarti segala bentuk media terkait pengaturan, distribusi, penerimaan, dan regulasinya telah menyatu. Dalam artian, media massa konvensional dapat bertahan di era digital karena memadupadankan ciri khas yang menunjukkan identitas media tersebut dengan media baru melalui proses digitalisasi.

Selaras dengan hal tersebut, media sosial dan media *online* termasuk dalam objek kajian media baru. Sebab, menurut Poster (dalam McQuail, 2011), media baru memiliki karakteristik seperti adanya interaksi dengan audiens, banyak orang dapat menerima, membuat, bahkan menyebarkan informasi dengan mudah, serta adanya efek globalisasi karena seseorang dapat berinteraksi dan berkoneksi dengan orang lain secara global tanpa adanya hambatan waktu. Berdasarkan karakteristik tersebut, baik media sosial maupun media *online*, memiliki kesamaan

yaitu adanya interaksi dua arah dan dapat memproduksi atau mendistribusikan informasi dengan lebih mudah.

Defleur dalam *Mass Communication Theories* mengartikan media sosial sebagai teknologi melalui platform digital yang bersifat interaktif karena mempermudah manusia dalam berkomunikasi dan berbagi informasi (DeFleur & DeFleur, 2022). Selain itu, Romli dalam bukunya *Jurnalistik Online* menjelaskan bahwa media *online* berbentuk situs berita yang memungkinkan adanya konvergensi berasal dari media cetak, surat kabar, penyiaran radio, penyiaran televisi, media "murni" *online*, dan situs agregator berita (Romli, 2018).

Media sosial termasuk salah satu bentuk media yang perkembangannya melaju cukup pesat dari tahun ke tahun. Media sosial menawarkan aksesibilitas, audiens yang aktif, dan adanya interaktivitas membuat banyak orang mulai beralih dari media massa konvensional ke media sosial (Adornato, 2018). Berdasarkan laporan "Digital 2023: Indonesia", terdapat 167 juta masyarakat Indonesia atau setara dengan 60,4% dari total populasi penduduk yang secara aktif menggunakan media sosial (We Are Social, 2023). Motif mereka dalam menggunakan media sosial pun berbeda-beda. Melalui laporan "Status Literasi Digital di Indonesia 2022" menunjukkan sebesar 72,6% dari 10.000 responden masyarakat Indonesia menyatakan mereka memperoleh sumber informasi melalui media sosial (Kominfo, 2022).

Media sosial menunjukkan adanya potensi untuk menjangkau audiens lebih luas sehingga membuat media *online* ikut memanfaatkan penggunaannya. *Tirto.id* merupakan salah satu media *online* yang mengeksplor penggunaan media sosial. *Tirto.id* berdiri sejak 2016 dengan membawakan konsep jurnalisme presisi dalam bentuk media *online*. *Tirto.id* memercayai bahwa laporan jurnalistik terletak pada kekuatan data yang disajikan dengan baik, tetapi juga tidak mengabaikan kecepatan dalam memproduksi berita agar masyarakat Indonesia dapat mengonsumsinya secara langsung pada waktu yang bersamaan (Tirto.id, 2016).

Tirto.id memiliki akun media sosial seperti LinkedIn, Facebook, Youtube, Instagram, dan Twitter. Akun media sosial yang secara aktif menawarkan konten setiap hari adalah Instagram [@tirtoid](#) dan Twitter [@tirtoID](#). Dalam Instagram, *Tirto.id* menghadirkan konten berupa infografis yang diambil dari artikel terbitan situs mereka (Aisyah et al., 2020). Kemudian dalam Twitter, *Tirto.id* memanfaatkannya sebagai tempat untuk mendistribusikan berita dengan membuat cuitan yang mencantumkan hipertaut berita dari situs mereka. Selain itu, Twitter juga digunakan sebagai proses jurnalis dalam melakukan *news gathering* atau mencari berita yang berpotensi memenuhi nilai berita (Paramastri & Gumilar, 2019).

Perusahaan media memiliki pekerja di balik pengendalian media sosialnya. Sebab, perusahaan media kini bergantung dengan media sosial agar dapat mendatangkan audiens dari proses distribusi konten berita (Tsurriel et al., 2021). Oleh karena itu, untuk menyelaraskan logika media massa dan logika media sosial ke dalam Instagram [@tirtoid](#) dan Twitter [@tirtoID](#), *Tirto.id* memiliki sejumlah karyawan yang bergerak di bidang *social media creative*. Mereka berperan dalam melihat topik yang berpotensi dapat mendatangkan *engagement rate* bagi perusahaan media.

Dalam konteks pemilihan tempat magang, penulis tertarik dengan *Tirto.id* karena produksi beritanya selalu menjunjung tinggi praktik jurnalistik yaitu disiplin verifikasi dan memastikan penyajian data berita selalu akurat (Ciptadi & Armando, 2018). Dengan kata lain, visi dan misi *Tirto.id* sejalan dengan apa yang penulis percayai dari bentuk praktik jurnalistik yang ideal. Selain itu, *Tirto.id* pun memberikan respons sangat baik bagi mahasiswa yang ingin mempelajari budaya kerja di dalam perusahaan media sebagai tempat magang.

Penulis memercayai hasil produksi konten oleh akun media sosial *Tirto.id* selaras dengan tujuan mereka dalam memproduksi berita. *Tirto.id* menyajikan konten-konten di media sosial dengan menggunakan bahasa yang ringan dan kekinian. Penulis melihat bahwa baik Instagram maupun Twitter *Tirto.id*, telah menggunakan logika media massa dan logika media sosial secara positif (Tsurriel et

al., 2021). Sebab, media sosial menjadi pintu masuk bagi audiens menilai *branding* dari sebuah perusahaan media. Dengan demikian, penulis berekspektasi bahwa *Tirto.id* dapat memberikan pembelajaran tambahan yang belum tentu diperoleh semasa kuliah seperti menyelaraskan logika media massa dari meja redaksi dengan logika media sosial.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selain menjadi syarat kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, kegiatan magang di *Tirto.id* juga dilakukan oleh penulis dengan beberapa tujuan lainnya:

1. Mempraktikkan kecakapan menulis yang telah dipelajari dalam masa perkuliahan.
2. Mengetahui alur kerja di bidang media sosial milik perusahaan media *Tirto.id*.
3. Mendapatkan koneksi dan pengalaman realita dunia kerja melalui para pembimbing lapangan atau supervisi dari media *Tirto.id*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Tahap awal dari praktek kerja magang dimulai dengan pencarian lowongan magang melalui *search engine* Google, media sosial, hingga aplikasi pencari pekerjaan seperti LinkedIn, Glints, dan Kalibr. Selanjutnya, penulis menemukan situs [Tirto.id](https://tirto.id) yang membagikan informasi dalam *frequently asked questions* (FAQ) bahwa perusahaan tersebut selalu membuka lowongan kerja magang dari Januari-Februari dan Juli-Agustus. Kemudian, pada 28 Desember 2023, penulis mengirimkan lamaran berupa *cover letter* beserta *file* penunjang seperti *curriculum vitae* (CV) dan portofolio melalui surel karier@tirto.id.

Sehari setelah mengirimkan lamaran, penulis dikontak oleh Natasha Tritama, petugas *recruiter* atau *human resource development* (HRD) *Tirto.id* pada 29 Desember 2023 untuk menjadwalkan sesi *interview*. Pada 02 Januari 2024, penulis melaksanakan *interview* melalui telepon WhatsApp bersama HRD dan ia menjelaskan mengenai waktu kerja yang biasanya dimulai dari pukul 10.00–17.00

WIB. Selain itu, HRD juga menjelaskan bahwa posisi di *Tirto.id* yang terbuka untuk magang yaitu sebagai *social media creative*, *script writer* untuk Youtube *Tirto.id*, dan *uploader* foto. Selanjutnya, pada 05 Januari 2024 penulis melaksanakan *interview* bersama *User* yaitu Rina Nurjanah sebagai pihak Program Development Manager, Reza Ganesh sebagai pihak Manager Human Resources & General Affairs (HRGA), Fifa Chazali sebagai pihak Brand and Partnership Manager, dan Embun Bening Diniari sebagai pihak Social Media Creative yang nantinya akan menjadi pembimbing lapangan. Awalnya, penulis melamarkan posisi di bidang jurnalis, reporter, *content writer*, ataupun bidang kepenulisan lainnya yang masih relevan dengan jurusan Jurnalistik. Namun, setelah melalui proses *interview* bersama *User*, penulis ditempatkan di bagian Social Media Creative di bawah naungan Brand and Partnership yang masih bekerja sama dengan pihak redaksi.

Pada 21 Januari 2024, penulis diminta untuk datang ke kantor *Tirto.id* yang berada di Jl. Madrasah, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, untuk melakukan *briefing* awal bersama dengan rekan kerja magang, *full timer*, dan supervisi. Dalam *briefing* tersebut telah dijelaskan bahwa kerja magang akan menggunakan sistem *buddy* yang akan dirotasi setiap bulan. Sistem *buddy* yang dimaksud adalah penulis akan berpasangan dengan *full timer* dari tim *social media creative Tirto.id* untuk menciptakan konten di platform media sosial setiap hari. Pada Februari, penulis berpasangan dengan Nadia Utama selaku *full timer*, pada Maret berpasangan dengan Embun Bening Diniari selaku *full timer* dan pembimbing lapangan, dan pada April penulis berpasangan dengan Ida Sapriani. Selanjutnya, melalui *briefing* tersebut juga dijelaskan bahwa pelaksanaan kerja magang akan dimulai pekan depannya.

Program kerja magang dimulai saat penulis telah menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) bersama HRD perusahaan. Dalam MoU tersebut tercantum bahwa penulis melaksanakan kerja magang selama 91 hari, mulai dari 24 Januari 2024 hingga 24 April 2024. Waktu pelaksanaan magang telah disesuaikan dengan tanpa menghitung libur nasional dan akhir pekan. Kemudian, penulis hadir setiap hari ke kantor dari pukul 08.00-17.00 WIB untuk memenuhi

minimal durasi dengan total 640 jam kerja sesuai aturan magang oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Walaupun demikian, jam kerja termasuk fleksibel karena penulis diperbolehkan untuk pulang lebih cepat apabila telah menyelesaikan tugas yang diberikan. Kemudian, penulis juga mendapatkan kemudahan agar setiap Senin dapat melaksanakan *work from home* (WFH) karena memiliki kelas mata kuliah wajib luring yaitu *Media Studies* dengan total 3 SKS.

Selama proses kerja magang, penulis berperan sebagai *Social Media Creative* dengan membuat brief *Approval Konten Sosmed* (AKS) untuk konten Instagram *Tirto.id* dan draf utas untuk konten Twitter *Tirto.id*. Namun, penulis mengerjakan konten dari dua platform media sosial tersebut sesuai dengan pasangan *buddy* selama satu bulan. Namun, selama bulan Januari, penulis diminta untuk mengikuti pelatihan dalam menulis AKS sekaligus draf utas yang nantinya akan dikoreksi oleh pembimbing lapangan, Embun Bening. Kemudian, untuk Februari dan Maret penulis berpasangan dengan Nadia Utama dan Embun Bening dalam mengerjakan draf utas Twitter *Tirto.id*. Pada April, penulis berpasangan dengan Ida Sapriani dalam mengerjakan *brief* AKS Instagram *Tirto.id*.