



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi sebagian besar mempengaruhi kehidupan seseorang. Jarak geografis tidak lagi menjadi hambatan untuk berhubungan berkat kekuatan teknologi komunikasi. Selain bisa mempermudah komunikasi, berkembangnya teknologi juga dapat menghibur dan memberi informasi dengan berbagai cara (August E. Grant, 2010:7).

Salah satu hal yang terpengaruh oleh perkembangan teknologi adalah industri media. Menurut Straubhaar (2011: 3), kini perkembangan media juga mengikuti perkembangan generasi. Jika dulu hanya tersedia media cetak, televisi, dan radio, sekarang sudah ada media baru atau biasa disebut media *online*.

Media *online* merupakan sebuah media yang berisi informasi berupa teks, gambar, grafis hingga video yang dapat diakses melalui world wide web (www) atau yang biasa disebut internet, (Friend, 2007 : 28). Straubhaar (2011:3) menjelaskan beberapa aspek yang terdapat dalam media *online*. Aspek-aspek itu ialah

- a) Digital; dimana kombinasi teks, gambar, suara dapat terdistribusi dengan baik tanpa gangguan apapun karena dikirimkan melalui sinyal transmisi. Pesan juga bisa dikirim melalui berbagai tipe file dan ukuran dan diterima oleh berbagai pihak.
- b) Interaktif; *feedback* sebuah pemberitaan bisa diberikan secara langsung (*realtime*) oleh penonton tanpa menunggu sehari-hari atau berminggu-minggu. Penggunaanya juga dapat berinteraksi satu sama lain.
- c) Media sosial; tempat dibuatnya sebuah konten dan didistribusikan melalui interaksi di media sosial.

- d) *Narrowcasting*; para pengguna media baru lebih tersegmentasi dimana mereka bisa memilih sendiri konten apa yang ingin mereka gunakan, tanpa harus menerima semua konten seperti halnya media tradisional
- e) *Multimedia*; terdapat banyak fitur interaktif yang menawarkan para audiens untuk memilih informasinya sendiri. Konten yang disediakan bervariasi.

Kemunculan media *online* ini membuat genre baru dalam profesi jurnalisme yaitu jurnalisme *online*. Perkembangan ini dimulai tahun 1990 di Amerika, dimana para jurnalis di sana sudah mulai membuat website kecil-kecilan yang dijalankan oleh beberapa jurnalis cetak, majalah, tv dan radio. *Website* tersebut digunakan untuk memberikan info-info seputar pemberitaan yang mereka lakukan di profesi masing-masing.

Pada 1997, kantor berita BBC sudah membuat *BBC Online*. Disusul setelahnya ada muncul *website-website* yang menyajikan berita kepada para pembaca seperti *The Register, The Street, Slashdot, Salon, dan Slate*. Kesuksesan pemberitaan *online* ini tidak lagi diragukan banyak pihak. Beberapa media di UK seperti *The Guardian* dan *the Financial Times* mulai berinvestasi di produk *online* ini (Bradshaw, 2011:7).

Perkembangan media *online* pun sampai ke Indonesia. Kini, setiap media di Indonesia mulai mengembangkan medianya ke arah dunia *online*. Salah satu media yang sudah merambah pemberitaan *online* adalah grup Kompas Gramedia grup, yaitu *Kompas*.

Kompas awalnya hanya membuat media *online* untuk memuat tulisannya di harian *Kompas* ke internet. Dalam perkembangannya, situs ini membangun karakteristik dan ciri khasnya sendiri menjadi sebuah *online journalism*. Maka, lahirlah sebuah portal berita baru yang sekarang dikenal dengan nama *Kompas.com*.

Kompas.com sudah mulai dikembangkan pada tahun 1995. Hingga kini ada banyak kanal berita yang bebas dipilih oleh pembaca sesuai minat dan kesukaannya. Kanal berita di *Kompas.com* yakni news yang dibagi ke dalam tujuh

sub sektor yaitu nasional, megapolitan, regional, internasional, olahraga, sains, dan edukasi. Kemudian ada kanal ekonomi, bola, tekno, entertainen, otomotif, health, female, travel, foto, video, forum, dan Kompasiana.

Menurut website *Alexa.com*, portal berita *online* yang sudah mengudara selama 19 tahun ini menempati peringkat kedua, perihal website berita yang paling diakses di Indonesia. Dari pertimbangan tersebut, penulis memilih *Kompas.com* sebagai tempat magang. Mengingat nama yang besar yang dimiliki dan sudah berdiri sejak lama di Indonesia, bekerja di *Kompas.com* adalah salah satu bentuk prestis bagi penulis.

Pada mata kuliah magang, penulis berkesempatan untuk mengembangkan ilmu jurnalistik yang telah didapat di bangku perkuliahan dengan bekerja magang di redaksi *Kompas.com* divisi olahraga. Penulis merasa bahwa desk olahraga merupakan tempat yang tepat untuk berlatih, belajar, serta memperkaya pengetahuan dalam dunia jurnalistik, khususnya jurnalistik olahraga.

Pemberitaan dalam desk olahraga cukup beragam baik dari dalam maupun luar negeri. Mulai dari olahraga olimpik, motogp, F1, hingga acara-acara olahraga di Indonesia. Perlu diketahui, berita olahraga di *Kompas.com* tidak mencakup berita sepak bola. Khusus olahraga tersebut, sudah ada kanal tersendiri yang membahasnya.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang adalah sebagai berikut.

- a) Memenuhi persyaratan kelulusan Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi.
- b) Menerapkan teori-teori yang telah diterima penulis selama menjalani kuliah di Program Studi Jurnalistik di dalam dunia kerja nyata, seperti proses wawancara, peliputan, dan proses menulis artikel dengan baik sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik.
- c) Melatih penulis untuk bekerja secara profesional.

- d) Mempersiapkan penulis untuk menghadapi dunia kerja nyata dan sebagai gambaran pekerjaan yang dilakukan dengan berbagai permasalahannya dalam dunia kerja jurnalistik.
- e) Menambah pengalaman penulis di perusahaan media profesional.
- f) Menambah relasi dan koneksi baik dalam perusahaan tempat penulis bekerja maupun di luar perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan dalam jangka waktu tiga bulan, yang dimulai sejak 1 Agustus 2014 hingga 31 Oktober 2014. Adapun kantor tempat penulis melaksanakan kerja magang beralamat di Gedung Kompas Gramedia, Unit III lantai 5, jalan Palmerah Selatan nomor 22-28, Jakarta Pusat.

Kerja magang dilaksanakan enam hari dalam seminggu. Dalam hal ini penulis tetap harus masuk di akhir pekan (Sabtu dan Minggu) karena pertandingan olahraga biasanya diselenggarakan pada hari tersebut. Penulis mendapat waktu satu hari libur yaitu hari Senin. Penulis juga dibebaskan dalam jam kerja, selama standar waktu bekerja telah dipenuhi yaitu delapan jam.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Sejak awal, penulis telah menentukan pilihan magang yaitu di media cetak ataupun *online*. Penulis telah terlebih dahulu mengirimkan lamaran ke berbagai media cetak maupun *online*. Namun, rata-rata, tempat yang penulis inginkan sudah penuh. Penulis lalu meminta bantuan *career development centre* (CDC) di UMN untuk mencarikan tempat magang. Ternyata, *Kompas.com* sedang membuka lowongan magang. Penulis pun melengkapi persyaratan seperti mengirimkan CV, surat lamaran, dan

transkrip nilai kepada CDC untuk disampaikan ke pihak HRD agar menjadi bahan pertimbangan.

Kompas.com pun mengundang penulis untuk sebuah tahapan selanjutnya yaitu tahap wawancara. Tahap wawancara merupakan tahap lanjutan dari penerimaan seorang karyawan magang ataupun tetap.

Pada tanggal 18 Juli 2014, penulis memenuhi panggilan wawancara. Pihak HRD memutuskan untuk menerima penulis per tanggal 1 Agustus 2014. Penulis tetap bekerja sesuai jadwal yang disepakati bersama editor hingga 31 Oktober 2014. Penulis melaksanakan kerja magang di bawah bimbingan editor, bukan lagi HRD. Selama bekerja, penulis mengatur waktu untuk menyelesaikan administrasi terkait formulir magang (KM-03 sampai KM-07).

UMMN