

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dan informasi di era digital telah membawa dampak yang signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk di bidang komunikasi massa. Transformasi ini menyebabkan perubahan besar dalam pola konsumsi media, termasuk bagaimana masyarakat mengakses informasi dan berita. Jika sebelumnya masyarakat sangat bergantung pada media cetak seperti surat kabar dan majalah, kini tren menunjukkan bahwa media online menjadi pilihan utama dalam mendapatkan informasi secara cepat dan real-time.

Media cetak adalah bentuk komunikasi massa yang menyampaikan informasi secara berkala melalui medium fisik seperti kertas. Dalam praktiknya, media cetak membutuhkan proses produksi yang cukup panjang, mulai dari penulisan, penyuntingan, pencetakan, hingga distribusi ke pembaca. Adisasmita (2021) menyebutkan bahwa media cetak memiliki keterbatasan dalam hal kecepatan distribusi dan ruang pemberitaan, sehingga dalam era digitalisasi, bentuk media ini mengalami penurunan signifikan dari sisi jumlah pembaca dan pendapatan iklan. Perubahan ini sejalan dengan lahirnya media online yang berbasis internet dan memungkinkan penyebaran informasi secara instan serta interaktif.

Media online sendiri merupakan media yang menyajikan informasi melalui platform digital seperti website, portal berita, dan aplikasi. Karakteristik media online yang menonjol adalah kecepatannya dalam menyampaikan informasi, kemudahan akses, jangkauan yang luas, serta fleksibilitas dalam format konten yang disajikan baik dalam bentuk teks, audio, gambar, maupun video (Sutrisno, 2020). Media online juga memungkinkan keterlibatan pembaca secara langsung, seperti melalui kolom komentar, fitur share, serta algoritma yang

menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Hal ini menjadikan media online lebih adaptif terhadap kebutuhan generasi yang melek teknologi.

Perubahan lanskap media ini juga mempengaruhi praktik jurnalistik di Indonesia. Salah satu bentuk jurnalistik yang terdampak sekaligus berkembang adalah jurnalisme bisnis. Jurnalisme bisnis adalah praktik jurnalistik yang berfokus pada isu-isu ekonomi, perdagangan, keuangan, industri, dan dunia usaha. Abrar (2017) menjelaskan bahwa jurnalisme bisnis tidak hanya menyampaikan data ekonomi, tetapi juga menginterpretasikan informasi tersebut agar dapat dipahami oleh masyarakat luas. Seorang jurnalis bisnis dituntut untuk memiliki pengetahuan ekonomi yang memadai serta kemampuan analisis terhadap tren dan kebijakan yang mempengaruhi sektor ekonomi.

Dalam praktiknya, jurnalisme bisnis berperan penting dalam menciptakan masyarakat yang melek informasi ekonomi. Laporan mengenai fluktuasi nilai tukar, kebijakan moneter, perkembangan industri, dan inovasi bisnis memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan, baik oleh pelaku usaha maupun masyarakat umum. Oleh karena itu, jurnalis yang bergerak di bidang ini harus memiliki ketelitian tinggi, kepekaan terhadap isu-isu ekonomi, serta kemampuan untuk menyajikan informasi yang kompleks secara ringkas dan informatif.

Salah satu media yang konsisten mengangkat isu-isu ekonomi dan bisnis di Indonesia adalah *Bisnis Indonesia*. Didirikan sejak tahun 1985, media ini telah menjadi salah satu sumber informasi utama mengenai dunia usaha dan perekonomian nasional. Selain dalam bentuk media cetak, *Bisnis Indonesia* juga memiliki berbagai kanal digital, seperti *Bisnis.com* dan *Hypeabis.id*. Kanal *Bisnis.com* lebih berfokus pada penyajian berita ekonomi dan pasar modal secara langsung dan akurat, sedangkan *Hypeabis.id* hadir sebagai kanal gaya hidup yang menjembatani dunia bisnis dengan tren dan budaya populer generasi muda.

Penulis berkesempatan untuk menjalani program magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) selama empat bulan di *Bisnis Indonesia Group*, dari 6 Januari hingga 30 Mei 2025. Selama menjalani program ini, penulis ditempatkan

di dua kanal, yaitu *Hypeabis.id* sebagai reporter desk gaya hidup, dan koran cetak *Bisnis Indonesia* sebagai penulis artikel mingguan seputar bisnis dan inovasi anak muda. Tugas yang diemban mencakup penulisan artikel harian, peliputan acara, wawancara narasumber, serta pembuatan konten media sosial.

Pengalaman magang ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai peran dan tanggung jawab seorang reporter di era digital, di mana kemampuan *multitasking* dan adaptasi terhadap berbagai platform media sangat dibutuhkan. Seorang reporter masa kini tidak hanya bekerja untuk menulis berita cetak, tetapi juga dituntut untuk bisa menulis untuk portal online, memahami algoritma media sosial, serta mampu menghasilkan konten yang engaging secara visual dan naratif.

Melalui laporan ini, penulis berusaha menguraikan bagaimana peran reporter di *Bisnis Indonesia* berkembang seiring dengan konvergensi media, serta bagaimana praktik jurnalistik dijalankan dalam media yang menggabungkan kekuatan tradisional (media cetak) dan modern (media digital). Laporan ini juga menjadi bentuk refleksi atas pembelajaran yang diperoleh selama menjalani masa magang dan kontribusi yang telah diberikan dalam mendukung proses produksi berita dan konten di *Bisnis Indonesia Group*.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Program kerja magang yang dilakukan oleh penulis di *Bisnis Indonesia* ini memiliki tujuan, yaitu sebagai salah satu syarat kelulusan pada jenjang pendidikan S1, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara. Namun, bukan hanya sebagai syarat kelulusan karena terdapat beberapa tujuan khusus dari aktivitas magang yang dilakukan oleh penulis, Seperti:

1. Memahami bagaimana proses kerja seorang reporter dalam menulis artikel untuk media cetak dan digital.

2. Mendalami tahapan-tahapan kerja reporter secara lebih detail dan terstruktur.
3. Menambah wawasan dengan mengikuti perkembangan isu-isu aktual yang memiliki nilai berita dan penting untuk diketahui publik.
4. Menerapkan ilmu dan keterampilan dalam menulis artikel, baik dalam bentuk *hard news* maupun *soft news*.
5. Mengasah kemampuan profesional agar penulis lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.
6. Melatih kemampuan penulis dalam menemukan ide-ide liputan berdasarkan isu-isu terkini yang relevan.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada pelaksanaan program kerja magang, terdapat waktu kerja yang telah disepakati oleh pihak perusahaan dan penulis. Kemudian, terdapat juga beberapa prosedur yang diberikan oleh perusahaan kepada penulis dalam menjalankan program tersebut. Berikut waktu dan prosedur kerja magang yang telah disepakati.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis mengikuti program magang melalui MBKM Track 1, yang dilaksanakan sejak 6 Januari 2025 hingga 30 Mei 2025. Selama dua bulan pertama, penulis menjalani peran sebagai reporter di dua platform milik Bisnis Indonesia Group, yaitu media cetak *Bisnis Indonesia* dan portal daring *Hypeabis.id*, yang secara khusus menyajikan konten dan berita bertema gaya hidup.

Di lingkungan kerja Bisnis Indonesia, seluruh jurnalis disebut sebagai "reporter", dengan pembeda utama terletak pada penempatan desk atau bagian kerja masing-masing. Penulis sendiri ditempatkan di desk gaya hidup. Meskipun begitu, dalam praktiknya penulis juga turut terlibat dalam penulisan artikel bertema bisnis serta pembuatan konten untuk media sosial perusahaan.

Periode kerja pertama penulis berlangsung dari 6 Januari hingga 5 Maret 2025. Perusahaan menerapkan sistem kerja hybrid dengan jam kerja yang fleksibel. Namun, supervisor memberikan arahan agar penulis tetap datang ke kantor jika tidak ada halangan, guna mendukung produktivitas dan koordinasi tim.

Di kanal digital *Hypeabis.id*, penulis memiliki target untuk menyetorkan dua artikel bertema gaya hidup setiap harinya, dengan jumlah minimal 500 kata per artikel. Bersama dua rekan magang lainnya, penulis juga bertanggung jawab memproduksi satu konten harian untuk diunggah ke akun Instagram @hypeabisid.

Sementara itu, untuk media cetak mingguan *Bisnis Indonesia*, penulis mengemban tugas sebagai reporter yang meliput isu-isu seputar bisnis kreatif anak muda. Hasil liputan tersebut ditulis dalam bentuk artikel feature dengan panjang tulisan berkisar antara 400 hingga 800 kata setiap minggu yang akan ditayangkan di koran *Bisnis Indonesia*.

Di luar tugas-tugas utama, penulis juga sering diberikan kesempatan untuk melakukan peliputan langsung di lapangan. Beberapa kegiatan yang diliput antara lain konferensi pers, acara peluncuran produk, serta press screening film.

Setelah masa kerja awal berakhir, perusahaan memutuskan untuk memperpanjang kontrak penulis hingga 30 Mei 2025 dan tetap menempatkannya di kanal yang sama. Perpanjangan ini dilakukan agar penulis dapat memenuhi total jam kerja yang disyaratkan oleh kampus, yakni minimal 640 jam selama masa magang.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum menjalani program magang, penulis terlebih dahulu mengikuti beberapa tahapan seleksi yang telah ditetapkan oleh *Bisnis Indonesia*. Pada 14 Desember 2023, penulis mengirimkan curriculum vitae (CV) melalui email resmi perusahaan. Dua hari kemudian, tepatnya pada 16 Desember 2024, penulis

menerima undangan wawancara yang dikirimkan melalui pesan WhatsApp. Wawancara tersebut dilaksanakan secara langsung di kantor Wisma Bisnis Indonesia, yang berlokasi di Karet Tengsin, Jakarta Pusat. Dalam satu sesi, penulis mengikuti wawancara gabungan yang mencakup wawancara dari pihak Human Resource Development (HRD) dan user (tim redaksi).

Kemudian, pada 19 Desember 2024, penulis menerima kabar bahwa telah resmi diterima sebagai peserta magang. Informasi tersebut disampaikan oleh Anggi Novadelian dari bagian Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan. Bersamaan dengan pengumuman tersebut, penulis juga diminta untuk melengkapi sejumlah dokumen pendukung, seperti foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), nomor dan bukti rekening, serta surat pengantar magang dari kampus (KM-01). Dokumen-dokumen tersebut, termasuk KM-01, berhasil dikirimkan ke pihak SDM pada hari yang sama.

Surat penerimaan magang dari perusahaan (KM-02) baru diterima oleh penulis pada Senin, 6 Januari 2025, yang juga merupakan hari pertama penulis mulai magang dan melakukan penandatanganan kontrak. Dokumen KM-02 dikirimkan melalui WhatsApp dan menjadi bukti bahwa penulis telah resmi diterima sebagai peserta magang. Setelah menerima KM-02, penulis langsung mengunggah dokumen tersebut sebagai lampiran pada laman [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Setelah proses unggah selesai, penulis mendapatkan akses untuk mengisi daily task sebagai bagian dari pelaporan jam kerja magang. Formulir daily task tersebut nantinya perlu dikonfirmasi terlebih dahulu oleh supervisor dari pihak perusahaan.