



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

Saat ini, zaman sudah semakin berkembang. Perubahan – perubahan terus terjadi guna memenuhi kebutuhan manusia. Teknologi komunikasi sudah semakin banyak dan semakin canggih. Semua orang di dunia ini membutuhkan komunikasi. Melalui komunikasi inilah manusia bisa saling memberi, menerima, dan menyimpan informasi. Sesuai dengan perkembangan yang ada, semua yang berkaitan dengan informasi bisa diperoleh secara mudah dengan bantuan teknologi canggih yang ada. Media massa telah mendominasi penyebaran informasi yang terjadi dalam kehidupan ini, baik media cetak, televisi, radio, hingga media online yang mengandalkan teknologi internet.

Teknologi internet itu sendiri populer di Indonesia sejak tahun 1990-an. Kehadiran internet ini bahkan telah menciptakan ruang-ruang publik secara bebas. Saat ini, berbagai media berlomba-lomba untuk memberikan informasi, baik informasi penting maupun sekedar hiburan kepada masyarakat, khususnya media online. Media online ini terus menerus mengupdate hanya dalam hitungan menit. Ruang publik juga semakin merajalela untuk mengomentari berbagai informasi yang ada. Internet memiliki fleksibilitas dan kontrol atas materi yang akan disajikan (Hilliard, 2008:11). Fleksibilitas ini mengakibatkan sebagian besar orang memilih media online yang menggunakan internet sebagai penyedia informasi bagi dirinya.

Sifat manusia yang haus akan informasi mengarahkan diri mereka

kepada perkembangan informasi yang cepat. Masyarakat berusaha untuk mencari, menyebarkan, bahkan membuat informasi bagi dirinya dan orang lain. Apalagi dengan adanya media online saat ini, proses yang berkaitan dengan proses pencarian maupun penyebaran informasi semakin mudah.

Menurut Syarifudin Yunus (2010:27), media online merupakan media internet, seperti website, blog, dan sebagainya yang terbit dan dapat dibaca di dunia maya atau melalui internet. Banyak perusahaan media yang mulai bersaing dalam pemberitaan secara online. Tidak hanya itu, banyaknya media online yang melibatkan masyarakat untuk turut berperan aktif dalam penyediaan informasi juga telah menjadi trend dalam bisnis media online. Hal ini memungkinkan setiap warga masyarakat untuk melaporkan berbagai kejadian secara terbuka kepada pengguna internet, yang dapat disampaikan kapan dan di mana saja, melalui berbagai cara.

Media online merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media online ini terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer untuk mengakses berita. Media online memiliki keunggulan pada informasi yang bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis (Yunus, 2010:32). Informasi dalam media online merupakan informasi yang *up to date* karena media ini dapat melakukan *upgrade* informasi dari waktu ke waktu. Informasinya juga bersifat *real time* karena media online dapat menyediakan informasi saat suatu peristiwa berlangsung. Dan praktis, karena media online dapat diakses kapan dan di mana saja, selama fasilitas yang tersedia mendukung.

Media online itu sendiri sudah semakin berkembang dan menciptakan adanya media baru, salah satunya adalah media online menggunakan *smartphone*. Pemberitaan menggunakan *smartphone* ini lebih dikenal dengan sebutan *mobile journalism*. *Mobile journalism* merupakan pelaporan suatu kejadian secara online melalui *smartphone*. Transformasi ini tidak berarti menggantikan penerbitan atau in-depth reporting, namun *mobile journalism* ini dapat menjadi pelengkap yang penting untuk pelaporan berita, terutama dalam situasi berita ketika waktu menjadi hal yang sangat penting (Briggs, 2010:123).

Di masa sekarang ini, penulis juga melihat banyaknya media online yang melibatkan masyarakat untuk menjadi bagian dalam penyediaan informasi. Misalnya saja media online Elshinta (elshinta.com) yang melibatkan masyarakat untuk memberikan informasi secara cepat dan terupdate melalui media sosial twitter @radioelshinta. Hal ini berkaitan dengan *citizen journalism* atau yang biasa disebut dengan jurnalistik warga. *Citizen journalism* merupakan kegiatan masyarakat yang berperan aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dan berita. Istilah jurnalistik warga ini merujuk pada pengertian di mana masyarakat biasa (bukan wartawan) bisa berpartisipasi untuk menghasilkan informasi.

Menurut Pepih Nugraha (2012:18-19), *citizen journalism* berarti warga biasa yang tidak terlatih sebagai wartawan profesional, namun dengan peralatan teknologi informasi yang dimilikinya bisa menjadi saksi mata atas sebuah peristiwa yang terjadi di sekitarnya, meliput, mencatat, mengumpulkan, menulis, dan menyiarkannya di media *online*. Pepih juga merincikan unsur-unsur *citizen*

journalism, yaitu:

1. Warga biasa
2. Bukan wartawan profesional
3. Terkait fakta atau peristiwa yang terjadi
4. Memiliki kepekaan atas fakta atau peristiwa yang terjadi
5. Memiliki peralatan teknologi informasi
6. Memiliki keingintahuan yang tinggi
7. Memiliki kemampuan menulis atau melaporkan
8. Memiliki semangat berbagi informasi dengan yang lainnya

Steve Outing, editor senior Poynter Institute for Media Studies, dalam artikelnya Pepih Nugraha (2012:19), membagi *citizen journalism* ke dalam 11 kategori di artikelnya ‘*The 11 Layers of Citizen Journalism*’, yaitu:

1. Membuka ruang publik. Pembaca bebas untuk ^[L]_{SEP}memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Sering dikenal dengan “surat pembaca” di media konvensional.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis jurnalis profesional. Biasanya ada kontribusi pendapat non jurnalis, dimana foto kontributor akan ikut diterbitkan.
3. Open source atau participatory journalism. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam di bidang yang akan dibahas dalam suatu artikel. Hal ini sebagai bantuan untuk mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional non jurnalis ini bisa juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan

artikel tersebut.

4. Citizen Bloghouse. Website yang bisa dibuat sendiri oleh warga yang berisikan cerita atau pemikiran pemilik media.
5. Newsroom citizen transparency blogs, merupakan blog yang disediakan sebagai upaya transparansi organisasi sebuah media, dimana pembaca bisa memasukkan keluhan, kritikan, atau pujian atas pekerjaan media tersebut.
6. Stand-alone citizen journalism site: melalui proses editing.
7. Stand-alone citizen journalism site: tanpa proses editing.
8. Add a print edition, yang merupakan gabungan dari stand-alone citizen journalism yang melalui maupun tanpa melalui proses editing dengan edisi cetak.
9. The hybrid: pro+citizen journalism. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Dalam kategori ini, editor berperan untuk menilai dan memilih berita yang akan diangkat ke halaman utama. Kontribusi berita yang masuk akan disaring lagi. Contohnya adalah ohmynews.com
10. Gabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana website membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model wiki, dimana pembaca juga bertindak sebagai editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan menambahkan atau mengomentari artikel yang terbit.

Di Indonesia, *citizen journalism* baru berkembang sejak tahun 2005. Kini, telah banyak media online di Indonesia yang menerapkan *citizen journalism*, seperti *indonesiasatu.net*, *kabarindonesia.com*, dan sebagainya. Tidak hanya itu, bahkan media-media cetak dan elektronik nasional pun sekarang telah menerapkan sistem *citizen journalism*, sebut saja *Republika* dan *Kompasiana*. Perbedaan *citizen journalism* dengan jurnalistik sebenarnya hanya pada penulisan dan penayangan beritanya. Konten dalam *citizen journalism* dibuat sendiri oleh masyarakat umum, bukan oleh redaksi pada media sebenarnya. *Citizen journalism* ini mengarahkan penggunanya untuk menjadi seorang reporter warga atas namanya sendiri yang bebas menayangkan informasi, berita, opini, maupun pengalamannya.

Dari segi waktu, penulis melihat bahwa pembuatan berita pada media *online* lebih cepat dibandingkan dengan media cetak. Reporter di media *online* meliput suatu peristiwa dan membuat tulisan dari hasil liputan, kemudian mengirimkannya ke redaksi, kemudian editor akan menyeleksi dan melakukan posting kapan saja. Dengan basis internet, maka berita tersebut sudah bisa disebarkan dalam hitungan detik. Berbeda dengan media cetak yang proses pembuatan beritanya cenderung lebih lama karena melalui berbagai tahap hingga ke pencetakan. Mulai dari jurnalis yang meliput suatu peristiwa kemudian melaporkan dan mengirimkan ke redaksi, melalui tahap editing, hingga disetujui dan siap untuk dicetak untuk disebarkan.

Dari pemikiran di atas maka penulis memutuskan untuk melakukan kerja magang yang sesuai dengan bidang jurnalistik dan sesuai dengan trend yang

sedang berlangsung dalam dunia jurnalistik, yaitu sebagai jurnalis di media *online*. Penulis akhirnya memilih untuk melakukan praktik kerja magang di Oomph, salah satu aplikasi lokal Android yang menyediakan informasi dan hiburan. Oomph ini dimiliki oleh PT Galactic Multimedia yang bekerjasama dengan berbagai media lainnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan melalui gadget nya yang berbasis Android. Selain ingin bekerja sesuai dengan mengikuti trend yang ada, alasan penulis bekerja magang di perusahaan ini adalah masalah waktu. Waktu yang fleksibel diberikan oleh perusahaan ini bagi jurnalisnya untuk mengirimkan berita yang telah dibuat.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Melalui praktik kerja magang ini, penulis dilatih untuk menjadi jurnalis yang memiliki integritas dan mampu bersaing dengan jurnalis lain dalam dunia kerja. Bagaimana mencari dan mewawancarai narasumber serta bagaimana mendeskripsikan peristiwa juga dilatih dalam kerja magang ini.

Penulis juga bisa mencoba untuk merealisasikan ilmu mengenai jurnalistik yang telah diperoleh selama belajar di universitas. Seperti bagaimana mengembangkan suatu berita, kode etik jurnalis, menyesuaikan dengan elemen jurnalistik, dan sebagainya. Selain itu, penulis juga dapat meningkatkan kemampuannya dalam menulis berita, mengolah informasi, menentukan judul yang menarik, dan memahami tren penulisan berita masa kini.

Tujuan lain dari kerja magang ini juga mengacu pada pembentukan karakter jurnalis muda sebagai generasi penerus agar dapat bersaing dan dapat diandalkan. Praktik kerja magang ini juga merupakan salah satu kewajiban

mahasiswa tingkat akhir yang menjadi syarat memperoleh gelar Strata sSatu (S1) di Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah selama dua bulan, terhitung sejak tanggal 2 September sampai 31 Oktober 2013. Penulis bekerja sebagai jurnalis magang di Oomph, aplikasi berbasis Android yang dimiliki oleh PT Galactic Multimedia.

Pada masa kerja, penulis tidak diwajibkan untuk hadir di kantor setiap hari. Tugas utamanya adalah mengirimkan berita sebanyak minimal dua artikel setiap harinya (Senin sampai Jumat) yang berfokus pada bidang pendidikan. Namun, sesekali penulis boleh menulis di bidang lain, seperti hiburan. Pengiriman berita kepada redaksi akan melewati proses editing baik dalam penataan bahasa maupun isi berita. Apabila sudah sesuai, maka berita akan di *upload* ke aplikasi Oomph di Android. Tidak ada pembatasan waktu pengiriman berita. Di akhir pekan (hari Sabtu dan Minggu), penulis juga dipersilakan untuk mengirim artikel kepada redaksi.

Setelah masa kerja magang selesai, penulis membuat Laporan Kerja Magang berdasarkan pengalaman kerja magang di perusahaan yang bersangkutan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mengajukan formulir pengajuan kerja magang untuk dibuatkan surat pengantar magang dari kampus. Kemudian, penulis menyerahkan data diri dan surat permohonan izin magang. Penulis menyerahkan data tersebut ke dua perusahaan, diantaranya Indosiar divisi produksi dan Kompas Gramedia sebagai reporter. Awalnya Indosiar adalah perusahaan pertama yang menghubungi penulis, disusul dengan Kompas Gramedia. Penulis melakukan interview ke dua perusahaan tersebut. Karena adanya benturan waktu untuk melakukan kerja magang, dan adanya pergeseran divisi di Kompas Gramedia, akhirnya penulis memutuskan untuk mengajukan praktik kerja magang di perusahaan lain, yaitu PT Galactic Multimedia sebagai reporter.

PT Galactic Multimedia tersebut memiliki waktu yang cukup fleksibel untuk mengimbangi kegiatan penulis di kampus. Setelah melakukan interview dan disetujui, penulis mendapatkan surat keterangan diterima kerja magang di perusahaan yang bersangkutan dan mulai bekerja sebagai jurnalis magang selama dua bulan ke depan. Di awal kerja magang, penulis diajak untuk berkeliling kantor dan pengenalan terhadap divisi-divisi yang ada. Penulis juga mulai diarahkan untuk melakukan liputan dan membuat tulisan dari hasil liputan tersebut untuk kemudian dipublikasikan.