

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jurnalistik merupakan kepandaian mengarang untuk memberi pekabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya (Baksin, 2006, hlm. 47). Dalam dunia jurnalistik, proses penyampaian informasi kepada publik tentu tidak dapat dilepaskan dari peran media sebagai wadah utamanya. Media berfungsi sebagai wadah tempat jurnalis menyalurkan hasil kerjanya, mulai dari pencarian, pengolahan, hingga penyebaran berita kepada masyarakat luas (Saragih, 2018).

Praktik jurnalisme sendiri tidak pernah dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi, mulai dari percetakan hingga ke internet (Puspita, 2020). Hal tersebut juga dikuatkan oleh pernyataan Amar Ahmad dalam jurnalnya yang berjudul Perkembangan media online dan Fenomena Disinformasi, bahwa dewasa ini, masyarakat dunia termasuk Indonesia telah berada dalam sebuah era yang sarat dengan teknologi komunikasi dan informasi (Ahmad, 2013). Amar juga menegaskan bahwa pada hakikatnya manusia tak bisa lepas dari teknologi. Teknologi telah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Awalnya, bentuk media yang dikenal oleh masyarakat hanya sebatas media cetak seperti koran, tabloid, dan majalah, serta media elektronik seperti radio dan televisi. Namun, semakin besarnya peran media dalam keseharian masyarakat juga mendorong dunia jurnalistik untuk terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kebutuhan audiens. Seiring dengan tuntutan kecepatan dan kemudahan dalam penyebaran informasi tersebut, dunia jurnalistik pun akhirnya mulai mengalami perubahan yang signifikan dalam proses penggerjaannya

Pergeseran ini juga semakin terasa karena eksistensi media cetak di Indonesia mulai melambat sejak 2010 (Sambo & Yusuf, 2017). Menurut Sambo dan Yusuf, penurunan ini disebabkan karena publik dewasa ini semakin membutuhkan informasi yang mudah diakses dan disajikan secara cepat atau *real time*. Dengan hadirnya media online, audience dapat mengonsumsi berita dari manapun dan kapanpun. Perkembangan ini lah yang membuat media massa mulai bertransformasi dengan era baru yaitu era digital dan melibatkan teknologi berbasis internet (Marhamah & Fauzi, 2021, 17).

Transformasi ini juga didukung oleh data survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyatakan bahwa angka pengguna internet pada 2025 sudah mencapai 229 juta jiwa. Pada 2024, angka pengguna internet tercatat sejumlah 221 jiwa, sehingga bisa disimpulkan bahwa angka pengguna internet terus meningkat.



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet

Sumber: APJII

Salah satu bentuk nyata dari perubahan ini terlihat pada munculnya peran media sosial dalam dunia jurnalistik. Fenomena ini dikenal dengan istilah *Social Media Journalism*. Sosial media sendiri diartikan sebagai aplikasi atau layanan berbasis web yang dirancang untuk memfasilitasi serangkaian koneksi secara online melalui profile atau konten media (Bossio, 2017, 7).

Perkembangan praktik *Social Media Journalism* berjalan seiring dengan kemunculan berbagai media daring di Indonesia. Bersamaan dengan itu, peran media sosial semakin menonjol karena memberikan ruang bagi pembaca untuk berkomentar lebih luas tentang peristiwa terkini, membagikan tautan, serta menambahkan sudut pandang mereka sendiri, baik sebagai kontribusi informal maupun humoris, dalam membahas suatu berita. (Bossio, 2017, 8).

Kini, media sosial mempunyai peranan penting untuk masyarakat, dengan melakukan berbagai macam aktivitas seperti berbagi dan mencari informasi. Proses tersebut dinilai berlangsung dengan lebih cepat, efisien, dan juga praktik (Damayanti et al., 2023). Bossio juga menyatakan bahwa, dalam ranah jurnalisme, kemudahan teknis yang ditawarkan media sosial telah mengubah berbagai perilaku serta praktik kolaboratif, partisipasi, dan interaktif dalam proses penelitian, produksi, hingga penyebaran berita (Bossio, 2017).

Perubahan pola aktivitas dan praktik jurnalisme di media sosial tersebut tidak hanya terlihat pada level perilaku, tetapi juga tercermin dalam perkembangan ekosistem medianya. Transformasi digital yang mendorong jurnalisme berbasis media sosial ini juga terlihat dari data yang dirilis oleh Dewan Pers pada akhir 2020 menyebutkan bahwa, jumlah media daring di Indonesia sudah mencapai lebih dari 4.500 media, dan 2.800 di antaranya sudah diverifikasi (Ratna, 2021).

Fenomena ini menunjukkan bahwa kini media sosial tidak hanya menjadi wadah berbagi informasi pribadi, tetapi juga dapat berperan besar dalam proses distribusi berita. Jurnalis dapat berinteraksi langsung dengan audiens, memperoleh umpan balik secara real time, serta memantau isu yang sedang berkembang di masyarakat. Hadirnya praktik jurnalistik ini

juga didukung dengan angka pengguna sosial media yang terus bertambah secara signifikan.

Meningkatnya angka pengguna sosial media ini membuat banyak media di Indonesia yang mulai mengadaptasi fitur-fitur yang ada di media sosial, sekaligus untuk memperkuat kehadirannya di ruang digital. Salah satu media yang mengadaptasikannya adalah detikcom, terutama pada kanal detikfood dan Wolipop. detikcom sendiri merupakan pelopor berita daring di Indonesia yang berhasil memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan informasi dan berinteraksi langsung dengan pembacanya. Berangkat dari situ lah kemudian penulis melakukan kerja magang di sana, dalam konteks untuk mempelajari proses produksi dan distribusi pemberitaan kanal ini.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dengan berpartisipasi secara langsung dalam media detikcom, penulis memiliki maksud dan tujuan kerja magang sebagai berikut:

1. Dapat meningkatkan pemahaman mengenai praktik media digital, khususnya dalam pengelolaan konten berita melalui platform media sosial.
2. Dapat mengasah kemampuan dalam membuat konten kreatif.
3. Dapat mempelajari cara kerja redaksi dan tim media sosial.
4. Dapat menerapkan segala ilmu mengenai dunia jurnalistik yang didapatkan selama masa perkuliahan.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan syarat dan ketentuan dari kampus, penulis harus melakukan kerja magang selama 80 hari atau 640 jam kerja. Penulis melaksanakan kerja magang sejak 6 Agustus 2025 hingga 31 Desember 2025. Waktu tersebut lebih awal dari waktu yang ditentukan oleh pihak

universitas. Hal tersebut terjadi karena pihak perusahaan meminta penulis untuk masuk lebih cepat dari waktu yang ditentukan dari universitas.

Pelaksanaan kerja magang ini berlangsung selama senin-jumat mulai dari pukul 09.00 - 18.00. Namun, dalam divisi ini, penulis harus menjalani jadwal magang dengan pembagian waktu piket rutin satu bulan sekali serta piket program detiksore satu minggu sekali. Pada saat piket detiksore, penulis biasanya bekerja hingga pukul 21.00.

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

Prosedur pelaksanaan kerja magang ini diawali ketika penulis mengetahui adanya informasi lowongan magang untuk posisi sosial media melalui unggahan di akun Instagram [@anakdetik](https://www.instagram.com/@anakdetik). Setelah melihat pengumuman tersebut, penulis segera mengirimkan email permohonan magang yang disertai dengan *curriculum vitae* (CV) dan portofolio ke email [jobs@detik.com](mailto:jobs@detik.com) pada 22 Juli 2025.

Beberapa hari kemudian, tepatnya pada 25 Juli 2025, penulis menerima tanggapan balik melalui WhatsApp dari Maudy, selaku pihak HR detikcom. Dalam pesan tersebut, penulis mendapatkan undangan untuk mengikuti wawancara secara daring melalui zoom yang dijadwalkan pada 28 Juli 2025. Setelah mengikuti proses wawancara pada tanggal tersebut, keesokan harinya, yaitu 29 Juli 2025, penulis dinyatakan diterima sebagai anakdetik intern pada divisi *social media engagement*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA