

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi dan berita. Jika sebelumnya mayoritas mengonsumsi berita melalui media cetak seperti koran, kini informasi lebih mudah diakses melalui internet dan perangkat digital. Menurut Newman et al. (2023), transformasi digital dalam industri media telah mengubah pola konsumsi berita menjadi lebih cepat, personal, dan berbasis platform digital.

Laporan Digital 2025 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna internet mengakses informasi melalui perangkat digital yang menyediakan konten secara cepat dan mudah diakses (Kemp, 2025). Tidak berhenti di situ, perubahan ini juga memengaruhi selera banyak pengguna terhadap konten yang mereka pilih. Tidak lagi mencari informasi yang bersifat berat dan faktual, banyak pembaca justru mencari konten yang menarik, ringan, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Kondisi ini mendorong banyak media massa untuk menyesuaikan strategi editorialnya agar tetap relevan dengan kebutuhan pembaca. Berbagai inovasi dalam proses produksi dan penyajian konten jurnalistik mulai dilakukan demi mengimbangi preferensi audiens dan menjaga relevansi dengan kebutuhan pembaca.

Perubahan perilaku audiens mendorong organisasi media untuk terus beradaptasi melalui inovasi konten, strategi distribusi, dan pendekatan editorial yang lebih berorientasi pada kebutuhan pembaca. Dalam ekosistem media digital, kemampuan memahami preferensi audiens menjadi faktor penting dalam mempertahankan relevansi media (Blassnig & Esser, 2021).

Dalam praktik jurnalistik, salah satu bentuk konten yang mampu menghadirkan pendekatan yang lebih naratif dan personal adalah artikel *feature* dan opini. Dalam jurnalisme digital kontemporer, pendekatan *storytelling* semakin banyak digunakan untuk menghadirkan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens. Menurut Wahl-Jorgensen (2020), penggunaan narasi, emosi, dan pengalaman personal dalam jurnalisme membantu media membangun keterhubungan yang lebih kuat dengan pembaca. Berbeda dengan *hard news* yang menekankan fakta aktual dan struktur piramida terbalik, artikel *feature* justru memberikan ruang bagi penulis untuk mengembangkan narasi yang lebih reflektif serta kontekstual, menjadikannya relevan untuk banyak pembaca.

Selain itu, artikel opini juga menjadi salah satu bentuk tulisan yang memberikan ruang bagi penulis untuk menyampaikan perspektif dan pandangan terhadap suatu fenomena. Menurut Wahl-Jorgensen (2019), artikel opini memiliki peran penting dalam jurnalisme karena dapat menghadirkan interpretasi, refleksi, serta pengalaman personal yang dapat memperkaya dikursus publik. Dengan demikian, kombinasi antara artikel *feature* dan opini dapat menghadirkan bentuk konten jurnalistik yang lebih fleksibel dan menarik bagi pembaca.

Sebagai salah satu media berbahasa Inggris yang memiliki reputasi panjang dalam industri jurnalistik Indonesia, *The Jakarta Post* dikenal sebagai media yang secara konsisten menyajikan berita *hard news* mengenai politik, ekonomi, dan isu nasional. Terbit pertama kali pada 1983, audiens utama dari media tersebut selama ini didominasi oleh kalangan profesional, akademisi, pembuat kebijakan, serta pelaku bisnis yang membutuhkan informasi aktual mengenai perkembangan nasional dan internasional.

Namun, seiring dengan perkembangan media digital serta perubahan karakteristik pembaca, media massa tidak lagi hanya berfokus pada satu segmen audiens. Organisasi media perlu memperluas jangkauan pembaca dengan menghadirkan konten yang lebih variatif dan sesuai dengan minat generasi muda. Media digital saat ini perlu menghadirkan konten yang inovatif dan beragam

untuk meningkatkan keterlibatan audiens, mengingat persaingan dalam menarik perhatian pengguna semakin tinggi di tengah arus informasi yang masif.

Sebagai bagian dari upaya tersebut, menurut *President* dan *Chief Revenue Officer The Jakarta Post*, Maggie Tjoakin, *The Jakarta Post* menghadirkan kanal *The Weekender*, sebuah kanal editorial yang menyajikan artikel *feature* dan opini dengan gaya penulisan yang lebih santai, reflektif, dan personal. Kanal ini berfokus pada berbagai topik kehidupan sehari-hari, pengalaman personal, serta fenomena sosial yang dekat dengan pembaca muda.

Dalam produksi konten pada kanal *The Weekender*, peran *creative writer* menjadi penting karena penulis dituntut untuk menghadirkan tulisan yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara naratif. Perkembangan jurnalisme digital menuntut jurnalis untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memahami bagaimana membangun keterlibatan audiens melalui narasi yang relevan dan bermakna. Nelson (2021) menjelaskan bahwa *audience engagement* telah menjadi salah satu elemen penting dalam praktik jurnalisme modern karena memungkinkan media membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiensnya.

Melalui kegiatan kerja magang sebagai *creative writer* pada kanal *The Weekender* di *The Jakarta Post*, penulis memperoleh kesempatan untuk mempelajari secara langsung proses produksi artikel *feature* dan opini di media digital profesional. Penulis terlibat dalam berbagai tahapan produksi konten, mulai dari proses pencarian ide artikel, riset topik, rapat redaksi, hingga proses penulisan dan penyuntingan artikel sebelum dipublikasikan.

Pengalaman tersebut memberikan pemahaman mengenai bagaimana praktik penulisan kreatif diterapkan dalam produksi konten jurnalistik di media profesional, serta bagaimana media arus utama beradaptasi dengan perubahan kebutuhan audiens di era digital. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja magang ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk mempelajari secara langsung praktik kerja

creative writer dalam produksi artikel *feature* dan opini pada kanal *The Weekender* di *The Jakarta Post*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu kewajiban akademik yang harus dipenuhi oleh mahasiswa Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Selain sebagai syarat kelulusan, kerja magang juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman profesional serta memahami praktik kerja di industri media. Tidak sampai di situ, pelaksanaan kerja magang ini juga memberikan tujuan khusus untuk penulis. Berikut beberapa tujuan yang dicapai dari pelaksanaan kerja magang sebagai *creative writer* di *The Jakarta Post*.

1. Memahami proses produksi artikel *feature* dan opini kreatif dalam media digital dengan target audiens anak muda baik nasional maupun internasional.
2. Mempelajari peran *creative writer* dalam alur kerja redaksi baik penelitian suatu topik, penyusunan ide, observasi wawancara, penulisan, penyuntingan, hingga publikasi artikel.
3. Memahami standar kualitas produk jurnalistik di media nasional dan mengembangkan kemampuan menulis kreatif yang sesuai dengan standar editorial media profesional.
4. Mengaplikasikan teori dan konsep jurnalistik yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja di industri media seperti yang diajarkan pada mata kuliah *News Writing, Feature Writing, Media and Politics, Global Media, Creative & Critical Thinking, Interactive Data Journalism, Mobile and Social Media Journalism, Indepth Reporting, Digital Fact Checking, English for Journalism, Media Business, Interview and Reportage*, dan *Media Ethics & Law*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menempuh magang Pro-Step MBKM *Track* 1. Secara administratif, penulis melaksanakan kerja magang selama 640 jam terhitung sejak 9 Februari 2026 di *The Jakarta Post* sebagai *creative writer* pada kanal *The Weekender*. Dalam seminggu, rata-rata jadwal kerja penulis berlangsung lima hari, dengan delapan jam kerja per hari yaitu pukul 08.00 hingga 17.00 (pukul 12.00-13.00 dihitung sebagai jam istirahat).

Selama periode kerja magang, kegiatan dilaksanakan secara *hybrid*, yaitu melalui kombinasi jarak jauh atau *Work from Home* (WFH) dan kehadiran di kantor secara langsung atau *Work From Office* (WFO). Penulis diberikan kesempatan untuk menjalankan WFH, baik untuk keperluan kampus maupun pribadi. Penulis melaksanakan WFO pada saat yang diperlukan seperti rapat editorial, riset dan observasi langsung, wawancara langsung, serta bimbingan tatap muka sesuai pengajuan dari penulis kepada mentor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang, penulis mempersiapkan berbagai dokumen yang diperlukan untuk proses pendaftaran magang. Dokumen tersebut meliputi Curriculum Vitae (CV), portofolio, serta dokumen pendukung lain yang dibutuhkan untuk keperluan pengajuan magang. Penulis mendapatkan informasi lamaran kerja lewat LinkedIn dan mengikuti arahan pendaftaran melalui situs web Dealls! pada 19 Januari 2026.

Selanjutnya, *Human Resource Development* (HRD) *The Jakarta Post* menghubungi penulis pada 22 Januari 2026 lewat WhatsApp dan melakukan *initial call* pada 23 Januari 2026. Setelah itu, penulis mewawancarai secara dalam jaringan (*daring*) lewat Zoom bersama HRD dan Josa Lukman selaku mentor *creative writer intern* pada 29 Januari

2026. Keesokan harinya, penulis mendapatkan kabar mengenai penerimaan posisi magang melalui pesan WhatsApp.

Penulis dan HRD melakukan panggilan suara kembali untuk membahas alur kerja pada 2 Februari 2026. Pada 4 Februari 2026, penulis menandatangani dokumen perjanjian magang dan mulai aktif bekerja pada 9 Februari 2026 hingga 8 Juni 2026.

Pada hari pertama, penulis mengikuti proses *onboarding* yang dilakukan oleh tim HRD dan redaksi. Pada tahap ini, penulis diperkenalkan dengan struktur organisasi redaksi, alur kerja editorial, serta standar penulisan yang digunakan dalam produksi artikel.

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan Josa Lukman, *Head of Creative* di *The Jakarta Post* yang telah bekerja selama lima tahun di *The Jakarta Post*. Josa Lukman berperan sebagai pembimbing utama yang memonitor tanggung jawab penulis, serta membantu dan memberikan arahan bagi penulis selama membuat artikel.

Selain itu, penulis juga mendapatkan bimbingan oleh tim redaksi lainnya seperti Sheena Suparman, *Deputy Head of Creative* yang membantu penulis dalam memahami gaya penulisan *The Weekender* dan memberikan arahan terkait proses wawancara dan observasi, serta konten media sosial.

Jet Damazo, selaku *Lead Editor The Weekender*, berperan dalam pengambilan keputusan akhir terhadap konten yang akan dipublikasikan. Ia memberikan arahan editorial kepada penulis terkait kualitas artikel, serta kesesuaian konten penulis dengan kebutuhan rubrik.

Ninda Daianti, sebagai *Associate Editor The Weekender*, membantu penyuntingan konten, penyesuaian struktur tulisan, serta memastikan artikel sesuai dengan standar dan kebutuhan rubrik. Ia juga

memberikan arahan terkait kelayakan topik dan relevansi konten dengan target audiens.

Secara keseluruhan, para pembimbing tersebut memberikan arahan dan masukan yang komprehensif dalam setiap tahapan produksi konten, mulai dari pencarian ide hingga publikasi sehingga membantu penulis memahami praktik kerja jurnalistik secara profesional di lingkungan media digital, terkhususnya sebagai *creative writer*.

