

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media massa saat ini merupakan suatu kebutuhan dalam mendukung berbagai aktivitas masyarakat. Dalam era global saat ini, teknologi yang berkembang pesat kian memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi secara cepat dan mengikuti perkembangan.

Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat saat ini dimanfaatkan oleh berbagai media massa dalam perannya menyampaikan informasi, edukasi, opini, dan ilmu pengetahuan kepada para pembacanya. Dalam mencukupi kebutuhan khalayak tersebut, media massa umumnya selalu aktif dalam memproduksi informasi yang cepat, hangat dan orisinal.

Media massa (cetak, elektronik, *online*) diyakini memiliki kekuatan yang sangat besar dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi.

Media massa *online* memiliki peran dalam memajukan peradaban umat manusia yang kian pesat didorong tak luput dari peran teknologi komunikasi

yang serba canggih. Di Indonesia ada puluhan media massa *online* yang telah lama melakukan kegiatan produksi berita seperti, *Antara News*, *Detik*, *Kaskus*, *Okezone*, *Vivanews*, *Beritasatu*, *Kapanlagi*, *Kompas*, *Liputan6*, *Metrotvnews*, *Republika Online*, *Showbiz Indonesia*, dan masih banyak lagi.

Seluruh portal berita tersebut berlomba untuk menghadirkan berita-berita yang menarik, cepat, aktual serta memberikan kepuasan bagi para pembacanya dengan memberikan berita yang eksklusif. Tentunya itu semua tak luput dari kerja keras sebuah tim redaksi.

Mereka berperan dan bertugas sesuai tanggung jawabnya masing-masing untuk mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyampaikan informasi kepada khalayak. Salah satunya adalah pewarta foto yang harus bekerja untuk mencari berbagai macam kejadian tak terduga ataupun terjadwal (aktivitas masyarakat), ide dan kemudian menjadikannya sebuah foto siap *publish* dalam media mereka.

Pada dasarnya semua foto yang dimuat di media massa diistilahkan sebagai foto jurnalistik, termasuk foto-foto peristiwa yang tampil di media *online* seperti internet. Artinya semua produk foto yang mempunyai nilai berita bisa disebut sebagai foto jurnalistik.

Fotografi jurnalistik tidak berdiri sendiri sebagai sebuah foto, melainkan sering kali menjadi suatu kesatuan dengan berita. Keduanya saling mempengaruhi dan dipengaruhi, sehingga media massa baik cetak, elektronik, dan *online* akan terasa hambar jika salah satunya tidak ada.

Foto jurnalistik merupakan hasil jerih payah seorang fotografer jurnalistik (kerap juga disebut pewarta foto, foto jurnalis atau wartawan foto), dan juga seorang wartawan yang selain menghasilkan tulisan berbau berita (*hard news* dan *soft news*) maupun non berita (artikel, *feature*, tajuk rencana, pojok, karikatur dan surat pembaca). Sebagai produk dalam pemberitaan, tentunya sebuah foto memiliki peranan penting dalam media massa cetak, elektronik, maupun internet yang merupakan bagian dari kepercayaan suatu berita.

Berdasarkan latar belakang di atas, dalam laporan Kuliah Kerja Praktik (KKP) ini penulis akan mencoba menguraikan tentang “**Kegiatan Pewarta Foto Pada Rubrik Intermezzo di Media Online Showbiz Indonesia**”.

1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan kerja praktik yang penulis lakukan di Media Online Showbiz Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Membandingkan teori di kelas dengan praktik kerja di lapangan.
2. Melihat tahapan penugasan redaksi dalam sebuah kantor berita media *online*.

1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dalam Praktik Kerja Lapangan terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

1.3.1 Secara Teoritis

1. Mengaplikasikan teori terkait bidang jurnalistik di perkuliahan dengan kegiatan praktik di lapangan.
2. Menambah wawasan dan pengalaman yang lebih luas tentang jurnalistik dan dunia kerja

1.3.2 Secara Praktis

1. Mengetahui secara langsung mengenai tahapan produksi suatu berita.
2. Mendapatkan pengalaman langsung dalam kegiatan meliput berita di lapangan.
3. Menambah jaringan penulis dan kerjasama dengan perusahaan media untuk kemudahan dalam mengaplikasikan ilmu.

1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis laksanakan di PT. Komunika Media Indonesia, Menara Kuningan 6th *Floor* (Jl. H.R. Rasuna Said, Blok X-7, Kav. 5), 12940, Jakarta Selatan, Indonesia. Waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan penulis lakukan selama dua bulan, terhitung mulai 13 Juli 2015 sampai 12 September 2015.