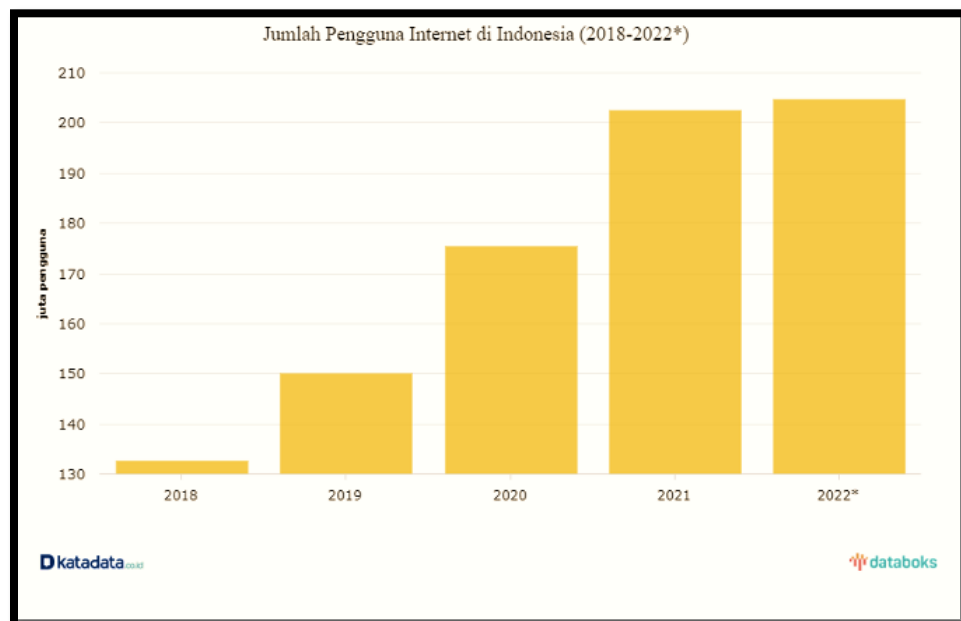


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

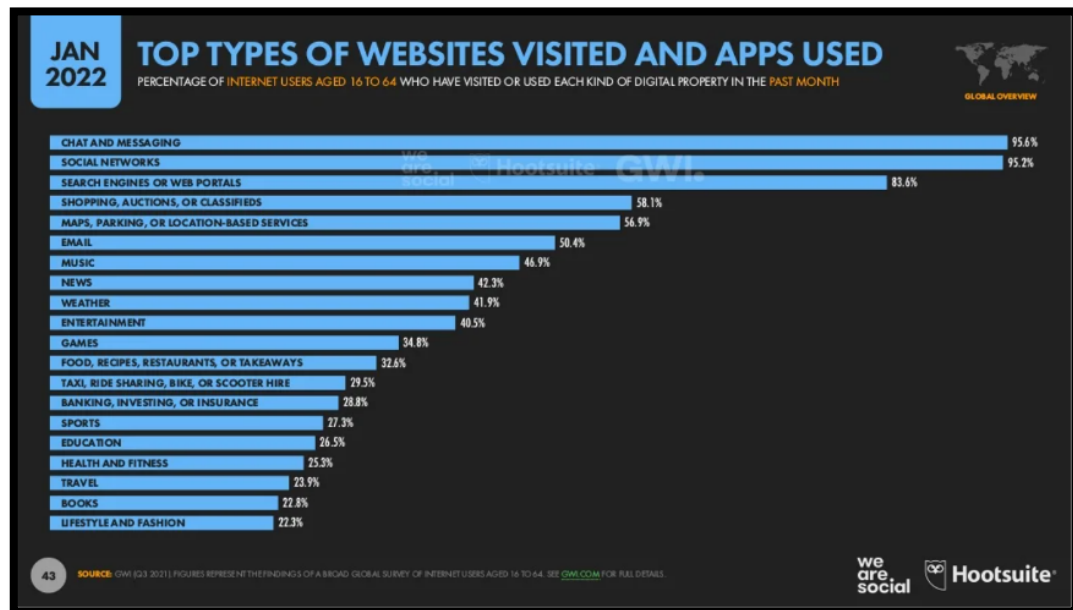
Belakangan perkembangan teknologi dan informasi di era digitalisasi yang terjadi rupanya sangat membawa dampak yang cukup besar pada kehidupan manusia, seperti kemudahan dalam mengakses data, informasi, dan menjalin komunikasi tanpa keterbatasan ruang dan waktu dibantu dengan adanya jaringan internet. Hal tersebut menjadikan perkembangan internet pada tatanan kehidupan masyarakat pada saat ini terus berkembang pesat. Salah satu negara yang ikut serta merasakan perkembangan tersebut yakni Indonesia. Dibuktikan dengan adanya pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat pada setiap tahunnya dan kini telah mencapai 204,7 juta pengguna per Januari 2022, dimana hal tersebut menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara yang terkena dampak dari adanya perkembangan teknologi tersebut.



**Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022**

(Sumber : Website [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), 2022)

Sementara itu, berdasarkan data yang bersumber dari wearesocial.com, terdapat data yang menyajikan bahwa penggunaan internet paling banyak yakni aplikasi mengirim pesan, media sosial, dan mesin pencarian atau portal web yang menduduki peringkat tiga teratas yang paling banyak diakses atau dikunjungi. Hal tersebut kemudian mendukung adanya percepatan informasi yang terjadi lantaran lahirnya media baru, yakni media *online*.



**Gambar 1.2 Jenis Situs Web dan Aplikasi Teratas yang Dikunjungi 2022**

(Sumber : Website wearesocial.com, 2022)

Media *online* merupakan media baru yang lahir pada media massa, yang dimana dalam penggunaannya memanfaatkan jaringan internet untuk menyebarkan berita ataupun informasi. Peran dari internet dalam media *online* yakni membantu untuk menyebarkan berita atau informasi tersebut ke seluruh penjuru dunia dengan efektifitas dan waktu yang cepat. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu kemajuan dari media massa, yang dulunya menggunakan media konvensional sebagai media penyebaran, kini sudah hadir media *online* sebagai suatu perkembangan yang lebih modern. Pada media massa saat ini, penggunaan media *online* sudah tidak awam lagi

digunakan oleh banyak kalangan, baik seorang professional jurnalis dengan menulis segala sesuatu mengenai berita menggunakan media blog maupun website maupun khalayak yang gemar menulis berita tersebut kemudian dikategorikan sebagai seorang jurnalisisme warga (*citizen journalism*) pun juga sudah banyak yang memanfaatkan media *online* sebagai media penyebaran berita atau informasi. Menurut definisinya, media massa memiliki keterhubungan dengan dunia jurnalistik. Media massa merupakan sarana penyampaian pesan kepada masyarakat luas, sementara jurnalistik merupakan suatu seni dalam pemberitaan. Keduanya saling berkesinambungan sehingga memunculkan adanya jurnalistik *online* (*online journalism*) yang didalam prakteknya jurnalistik *online* juga memanfaatkan adanya internet untuk penyebaran berita, baik seorang jurnalis profesional yang memang bekerja di sebuah portal berita formal maupun seorang jurnalis warga yang menulis untuk blog-nya. Sehingga kemudian muncullah situs portal berita, blog, forum, situs komunitas, dan sebagainya, yang menjadi wujud dari jurnalistik online tadi.

Perkembangan jurnalistik *online* membuat sebuah konvergensi dari media konvensional ke media digital. Perubahan tersebut terjadi di beberapa media di Indonesia, seperti Kompas, Jawa Pos, Tempo, Republika, Pikiran Rakyat, dan lain-lain. Pada media Pikiran Rakyat, dimana awalnya merupakan perusahaan surat kabar cetak yang telah berdiri sejak tahun 1966. Namun, seiring kemunculan alamat domain pada pertengahan 1990-an yang bisa dikelola baik oleh perusahaan maupun perorangan, Pikiran Rakyat melihat perkembangan tersebut sebagai sebuah peluang. Oleh sebab itu, pada tahun 1996 Pikiran Rakyat membuat PR Digital. Sejak saat itu, PR Digital terus mengembangkan edisi digitalnya. Selama dekade itu pula, mereka mulai menangani secara khusus berbagai *platform* media sosial. Dengan mengusung konsep “Ekonomi Kolaboratif”. Pikiran Rakyat kemudian bergerak lebih jauh lagi dengan melahirkan *platform* Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Dimana dalam publikasinya, PRMN memanfaatkan salah satu media *online* seperti portal berita yang disebut dengan Pikiran-Rakyat.com.

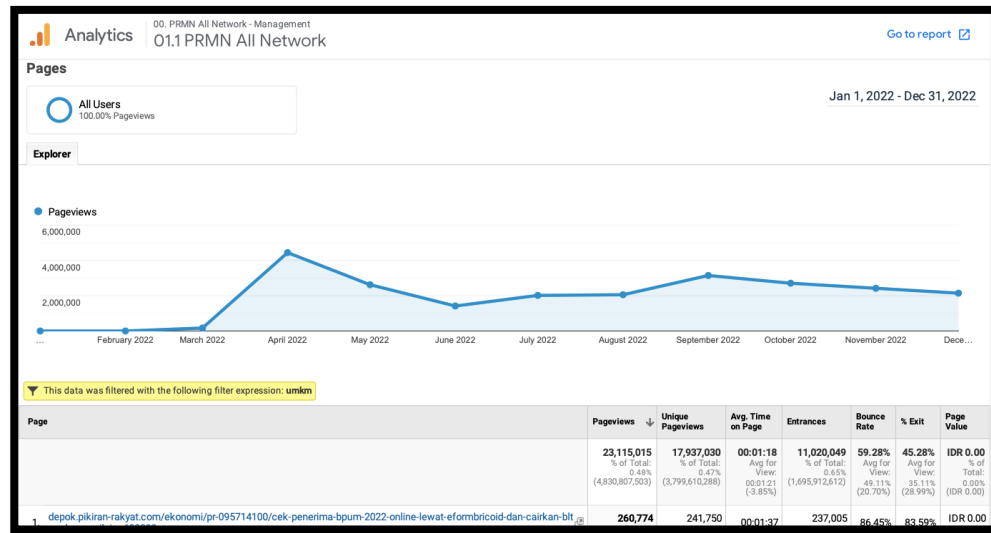
Pikiran Rakyat Media Network berada dibawah nama PT. Kolaborasi Mediapreneur Nusantara dengan visi menjadi perusahaan yang mampu menggerakkan

ekosistem kemandirian ekonomi di seluruh Indonesia, mereka menyadari betul bahwa kini banyak anak muda mejadi seorang *Content Creator* yang mampu bekerja di mana saja tanpa harus selalu bermigrasi ke kota besar untuk berpenghasilan. Sayangnya, di tengah perkembangan industri digital yang begitu massif, banyak pula informasi keliru yang beredar di tengah masyarakat. Oleh karena itu, agar masyarakat tidak tersesat dalam labirin hoaks, maka perkembangan tersebut harus diimbangi dengan adanya *Content Creator* yang mampu menjaga mutu konten tetap berkualitas.

Untuk merealisasikan tujuannya, Pikiran Rakyat Media Network kemudian menciptakan kolaborasi (kemitraan) dengan berbagai pihak, salah satunya diwujudkan dengan berpartisipasi dalam program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yang diselenggarakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. melalui program *internship* ini, PRMN membuka posisi *Content Creator* Pikiran-Rakyat.com bagi mahasiswa dari berbagai daerah untuk bersama-sama membangun bisnis digital yang professional dan independen. Di sisi lain, program ini juga dirancang untuk membekali mahasiswa berbagai kemampuan yang dibutuhkan di industri konten digital, khususnya teks, dalam rangka mencapai kemandirian ekonomi dari produk yang dihasilkannya. Selain itu, sesuai dengan misinya untuk membangun inkubator kemandirian ekonomi dengan tujuan membuka lapangan kerja seluas-luasnya, PRMN membekali mahasiswa peserta *internship* dengan pengetahuan dan pengalaman mengolah konten digital, mulai dari perencanaan, strategi SEO (*Search Engine Optimization*), gramatika kepenulisan, teknik penulisan media massa, rambu-rambu jurnalistik, pembuatan konten kreatif, pemasaran konten, hingga kita-kiat dalam melakukan liputan lapangan. Melalui proses kerja inilah, mahasiswa selaku penggerak dalam program Kampus Merdeka diharapkan mampu memahami perkembangan tren digital dan menjadi insan kreatif yang mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan dunia kerja.

Dengan memiliki visi yang mendukung atas pergerakan ekosistem kemandirian ekonomi di seluruh Indonesia, salah satunya seperti mendukung perkembangan pelaku UMKM di daerah. Hal tersebut lantas mendorong Pikiran Rakyat Media Network untuk membuat sebuah projek yang diperuntukan bagi peserta

*internship Content Creator* Pikiran-Rakyat.com dengan mengusung tema mengenai isu pelaku UMKM di Indonesia. Sebelumnya Pikiran-Rakyat.com sudah banyak memproduksi artikel berita yang bertemakan isu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang kemudian setelah ditelaah, artikel berita dengan isu-isu mengenai UMKM banyak mencuri perhatian khalayak. Hal tersebut terlihat dari data *Google Analytics* Pikiran-Rakyat.com yang menunjukkan bahwa 23.115.015 halaman konten dengan kata kunci “UMKM” yang dimuat di portal Pikiran-Rakyat.com telah diakses dengan skala yang cenderung stabil.



**Gambar 1.3 Grafik *Google Analytics* Pikiran-Rakyat.com Dengan Kata Kunci UMKM**

(Sumber : Website *Google Analytics*, 2022)

Namun dalam memproduksi artikel berita mengenai isu-isu UMKM, khususnya pada update data pelaku UMKM di daerah Indonesia terdapat hambatan dan permasalahan yang terjadi seperti tidak adanya data terbaru pelaku UMKM yang masih berjalan hingga saat ini serta informasi terkait berita-berita tentang bisnis yang digeluti oleh pelaku UMKM di Indoensia. Hingga tidak tercapainya beberapa produksi

karena keterbatasan data yang dimiliki, sebab itu perlu melakukan penguatan arsip data. Kemudian muncullah proyek tersebut yakni pengumpulan dan pengolahan database pelaku UMKM di Indonesia. Dimana dalam proses pelaksanaannya dilakukan secara berkelompok yang terdiri dari 4 orang yang diberikan tugas untuk mencari dan mengumpulkan data sesuai dengan wilayah yang ditugaskan kepada masing-masing kelompok dengan minimum data 600 pelaku UMKM dan output dari database tersebut kemudian diolah menjadi artikel berita sebanyak 2 artikel berita yang mengangkat isu mengenai UMKM.

Pada pelaksanaannya, penulis bersama dengan tiga rekan kerja lainnya mendapatkan wilayah Yogyakarta yang tergabung dalam satu tim yaitu Tim 7. Sehingga selama kurun waktu satu bulan, penulis bersama dengan tim fokus untuk mencari dan mengumpulkan database UMKM di Yogyakarta melalui media sosial hingga berbagai *market place* digital. Demi memudahkan proses pengerjaannya, kelompok kami membagi kerja dengan cara setiap orang wajib mengumpulkan data minimum 4 database pelaku UMKM per hari. Di samping mencari dan mengumpulkan 600 database UMKM, penulis dan tim juga melakukan riset kepada pelaku UMKM yang telah didapatkan. Proses riset dan pengambilan datanya sendiri dilakukan dengan studi pustaka, observasi, dan mewawancarai dua pelaku UMKM di Yogyakarta sebagai perwakilan pelaku UMKM dari database yang didapat. Setelah mendapatkan data dan informasi yang cukup lengkap dari pelaku UMKM, baru kemudian data dan informasi tersebut diolah menjadi dua buah artikel berita yang mendalam tentang UMKM yang kemudian dipublikasi di portal Pikiran-Rakyat.com.

Output yang dirancang oleh penulis dan tim merupakan tema dan fokus dari perancangan karya ini yaitu proses produksi berita 2 UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com. Sementara sebelumnya juga terdapat perancangan terdahulu yang juga membahas mengenai UMKM, diantaranya yang berjudul “Pembuatan Website Untuk UMKM “Sist Cake Cakery & Bakery” oleh Aureus (2022). Pada penelitian tersebut membahas tentang bagaimana perancangan *website* yang dapat memudahkan UMKM “Sist Cake Cakery & Bakery” dalam penjualannya, dimana perbedaan dari perancangan ini terletak pada fokus perancangan yakni mengenai

kemampuan *website* dalam meningkatkan efektifitas penjualan. Kedua, “Pembuatan Website Media Promosi sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan UMKM “Iced Coffee” oleh Devito (2022). Pada penelitian kedua ini membahas tentang bagaimana perancangan *website* sebagai media promosi UMKM Iced Coffe dalam meningkatkan pendapatan. Perbedaan dari fokus ini terletak pada fokus perancangan yakni mengenai perancangan website secara mendalam untuk meningkatkan nilai pendapatan pada penjualan. Perbedaan dari perancangan yang dilakukan oleh penulis dengan kedua perancang sebelumnya untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita 2 UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com sebagai website portal berita, maka peneliti mengambil judul perancangan “PROSES PRODUKSI BERITA 2 UMKM AREA YOGYAKARTA DI PIKIRAN-RAKYAT.COM”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi berita mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com?

## **1.3 Fokus Perancangan**

Fokus perancangan meliputi update database UMKM di Yogyakarta sebanyak (minimal) 600 database yang termasuk dalam dasar awal perancangan artikel berita yang membahas mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com

## **1.4 Tujuan Karya**

Tujuan pembuatan karya ini adalah membahas mengenai proses produksi berita mengenai UMKM area Yogyakarta di Pikiran-Rakyat.com

## 1.5 Manfaat Karya

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Berikut merupakan manfaat karya yang dibuat oleh penulis secara teoritis:

1. Menjadi referensi tinjauan ilmiah penelitian berikutnya mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM
2. Diharapkan dapat memberi manfaat dan sumbangan ilmu dalam kajian komunikasi massa khususnya mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Berikut merupakan manfaat karya yang dibuat oleh penulis secara praktis:

1. Dapat menjadi referensi bagi praktisi jurnalistik online mengenai proses produksi berita dalam pemberitaan UMKM
2. Dapat menjadi tolak ukur dan perbandingan dalam pembuatan artikel berita di Pikiran-Rakyat.com kedepannya

## 1.6 Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan proyek pengumpulan dan pengolahan database UMKM sehingga menjadi artikel berita yang matang dan siap untuk dipublikasikan di portal berita Pikiran-Rakyat.com dalam pemberitaan UMKM dilaksanakan pada 21 November 2022 – 31 Desember 2022 di Kantor Redaksi Pikiran Rakyat Media Network yang terletak di Jl. Peta, Kopo Plaza Blok A No.13, Kel. Suka Asih, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat.

**Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan**

NO	KEGIATAN	2022		2023
		Nov	Des	Jan
1	Tahap Praproduksi Rancangan Karya			



2	Tahap Produksi Rancangan Karya			
3	Tahap Pasca Produksi Rancangan Karya			
4	Pebuatan Tugas Akhir Perancangan Karya			
5	Sidang Perancangan Karya Akhir			

(Sumber : Olahan Data Penulis, 2023)

## 1.7 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang
- 1.2. Identifikasi/Rumusan Masalah
- 1.3. Fokus Perancangan
- 1.4. Tujuan Karya
- 1.5. Manfaat Karya
  - 1.5.1 Manfaat Teoritis
  - 1.5.2 Manfaat Praktis
- 1.6. Jadwal Kegiatan
- 1.7. Sistematika Penulisan

### BAB II LANDASAN KONSEPTUAL

- 2.1 Tinjauan Teori
  - 2.1.1 Komunikasi Massa
  - 2.1.2 Media Baru
  - 2.1.3 Jurnalistik Online dan Media Online

- 2.1.3.1 Karakteristik Media Online
- 2.1.4 Manajemen Redaksional
- 2.1.5 Berita
- 2.1.6 UMKM
  - 2.1.6.1 Peran UMKM
- 2.2 Referensi Karya

### BAB III METODE DAN KONSEP

- 3.1 Gambaran Subjek dan Objek
  - 3.1.1 Subjek Karya
  - 3.1.2 Objek Karya
- 3.2 Metode Pengumpulan Data
- 3.3 Analisis Permasalahan
- 3.4 Konsep Komunikasi
  - 3.4.1 Media Distribusi Karya
  - 3.4.2 Jenis/Format Perencanaan Karya
  - 3.4.3 Strategi Pesan
- 3.5 Konsep Kreatif
  - 3.5.1 Tema Karya
  - 3.5.2 Konsep Produksi Karya
  - 3.5.3 Naskah Berita
  - 3.5.4 Konsep Visual
- 3.6 Skema Perancangan
  - 3.6.1 Tahapan Produksi
    - 3.6.1.1 Konsep Pra produksi
    - 3.6.1.2 Konsep Produksi
    - 3.6.1.3 Konsep Pasca Produksi
  - 3.6.2 Jadwal Berita
  - 3.6.3 Daftar Tim dan Penugasan
  - 3.6.4 Biaya Produksi

## BAB IV HASIL KARYA

### 4.1 Proses Perancangan Karya

#### 4.1.1 Porses Sebelum Produksi Berita

#### 4.1.2 Proses Produksi

##### 4.1.2.1 Tahap Pra Produksi

##### 4.1.2.2 Tahap Produksi

##### 4.1.2.3 Tahap Pasca Produksi

### 4.2 Pembahasan Hasil Karya

#### 4.2.1 Analisis Hasil Karya

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan Karya

### 5.2 Saran

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN