

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Ekosistem media massa digital yang diterapkan oleh media daerah dan berjejaring di Yogyakarta, saat ini masih belum beradaptasi dengan kondisi revolusi teknologi. Iklan masih diandalkan sebagai ceruk pendapatan utama, yang sebenarnya model bisnis tersebut sudah tidak relevan, karena akan terkalahkan dengan biaya iklan yang diambil oleh *distributed media*—Google dan Meta. Situasi tersebut akhirnya berpengaruh pada langgengnya fenomena normalisasi dalam isu fleksplorasi yang dialami oleh para jurnalis. Jurnalis masa kini dituntut untuk turut menjadi pencari iklan di mana beban kerja tersebut membuat durasi kerja bertambah, merenggut hari libur, dan tidak diikuti oleh kelayakan upah, jaminan sosial, maupun kejelasan kontrak kerja.

Pada sisi lain, minimnya pendidikan politik tentang perburuhan di Indonesia sejak masa kediktatoran Soeharto, membuat jurnalis semakin enggan untuk bergabung dengan organisasi profesi dan/atau serikat buruh sebagai alat perjuangan untuk keluar dari situasi tersebut. Akibatnya, kondisi kerja dalam dunia jurnalistik semakin menormalisasi praktik fleksplorasi. Persoalan struktural masih dianggap sebagai persoalan individu, yang akhirnya menggiring para jurnalis untuk menyelesaikan “persoalan individu”nya dengan memilih menjadi Jurnalis Bodrex.

5.2. Saran

Temuan dan kesimpulan dalam penelitian ini juga menghasilkan beberapa saran, yang bisa diaplikasikan secara akademis maupun praktis, berikut penjabarannya.

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan karena durasi pengerjaannya yang singkat. Penelitian lanjutan dengan tema serupa yang lebih kompleks dan mendalam sangat dibutuhkan guna menemukan bentuk ekosistem media massa digital yang paling tepat, sehingga mampu menyejahterakan perusahaan media dan para jurnalisnya. Selain itu, lembaga pendidikan baik formal, non-formal, maupun informal juga diharapkan supaya lebih peka akan pentingnya pendidikan politik untuk semua peserta didiknya—tidak hanya jurusan tertentu saja, dengan melibatkan organisasi profesi dan/atau serikat buruh dalam penyampaian materinya. Hal tersebut dikarenakan nantinya peserta didik yang menjadi buruh (termasuk jurnalis) pada akhirnya akan lebih banyak, dibanding mereka yang menjadi pengusaha (pemilik modal yang tidak bergantung pada upah bulanan).

5.2.2. Saran Praktis

Selain saran praktis, supaya kebermanfaatannya juga tepat sasaran, maka peneliti memberi saran praktis bagi perusahaan media. Perusahaan media sudah perlu menerima dan mengakui kenyataan bahwa revolusi teknologi tidak bisa sekadar diselesaikan dengan mendigitalisasikan apa yang semula manual. Lebih daripada itu, yaitu mencari model bisnis baru yang lebih *feasible* untuk diterapkan

dalam perusahaan media terkait guna memperpanjang kehidupan ekosistem media massa.



DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. (2018, Februari 9). Benarkah Bisnis Media Online Tak Secerah Masa Depan Internet? *Tirto.id*.
<https://tirto.id/benarkah-bisnis-media-online-tak-secerah-masa-depan-internet-cEv5>
- Aeni, S. N. (2021, September 27). Materi Ekosistem dari Pengertian sampai Contohnya - Nasional Katadata.co.id. *Katadata*.
<https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/6151233cb017c/materi-ekosistem-dari-pengertian-sampai-contohnya>
- Afutami. (2022). *Menjadi: Seni Membangun Kesadaran tentang Diri dan Sekitar*. Gramedia Pustaka Utama.
- Annur, C. M. (2023, January 31). Daftar UMK DI Yogyakarta Tahun 2023, Ini Wilayah Terbesar. *Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/daftar-umk-di-yogyakarta-tahun-2023-ini-wilayah-terbesar>
- Ariane, Z. (2015, September 14). *Tantangan Kesatuan Identitas Buruh dan Politik Kelas Buruh*. IndoPROGRESS. Retrieved October 19, 2023, from <https://indoprogress.com/2015/09/tantangan-kesatuan-identitas-buruh-dan-politik-kelas-buruh/>
- Arika, Y. (2020, Oktober 20). Mencari Keseimbangan Ekosistem Media. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/dikbud/2020/10/20/mencari-keseimbangan-ekosistem-media>
- Arika, Y. (2021, Februari 4). Mendesak, Regulasi untuk Menjaga Ekosistem Media. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/dikbud/2021/02/04/mendesak-regulasi-untuk-menjaga-ekosistem-media>
- Arika, Y. (2021, Februari 10). Langkah Awal Menjaga Ekosistem Media. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/dikbud/2021/02/10/langkah-awal-menjaga-ekosistem-media/>
- Arman, R. S. A. (2022, Februari 8). Konten dan Ekosistem untuk Media Berkelanjutan. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/02/08/konten-dan-ekosistem-untuk-media-berkelanjutan>
- Briantika, A., & Syambudi, I. (2020, January 27). Eksploitasi Jurnalis: Upah Murah & Telat hingga Korban Kekerasan. *Tirto.ID*.
<https://tirto.id/eksploitasi-jurnalis-upah-murah-telat-hingga-korban-kekerasan-eu7q>
- Chryshna, M. (2020, Januari 4). Mengapa Harus Membayar Berita Daring? *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/utama/2020/01/04/mengapa-harus-membayar-berita-daring/>

- Cultural Workers Organize. (2022, Desember 1). *Digital Media Unionization Timeline*. CulturalWorkersOrganize.org. Retrieved Maret 29, 2023, from <https://culturalworkersorganize.org/digital-media-organizing-timeline/>
- Dewan Pers. (2019). *Organisasi Wartawan*. DewanPers.or.id. <https://dewanpers.or.id/data/organisasi>
- Dihni, V. A. (2022, November 23). Cukupkah Upah Minimum Membiayai Hidup Berumah Tangga? - Analisis Data Katadata. *Katadata*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/637dcaec02e25/cukupkah-upah-minimum-membiayai-hidup-berumah-tangga>
- Donovan, J., & Boyd, D. (2019, September 29). Stop the Presses? Moving From Strategic Silence to Strategic Amplification in a Networked Media Ecosystem. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 1-18. <https://doi.org/10.1177/0002764219878229>
- Faqih, F. (2022, November 28). Jurnalisme Digital, Saat Wartawan Harus Serbabisa. *Merdeka.com*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/jurnalisme-digital-saat-wartawan-harus-serbabisa.html>
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/book45>
- Hadi, I. P. (2020). *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)* (1st ed., Vol. 1). Rajawali Pers.
- Harvey, D. (2009). *Neoliberalisme Dan Restorasi Kelas Kapitalis*. Resist Book.
- Hidayat, K. (2022, June 27). Harian Kompas Merilis Produk NFT 57 Peristiwa Terkurasi Sepanjang 1965-2022. *KONTAN*. <https://nasional.kontan.co.id/news/harian-kompas-merilis-produk-nft-57-peristiwa-terkurasi-sepanjang-1965-2022>
- Hill, D. T. (2011). *Pers di masa Orde Baru* (G. W. L. Soedjoatmodjo, Trans.). Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Izzati, F. F. (2020). Informalisasi Kerja dan Kerentanan Para Pekerja Industri Kreatif Indonesia dalam Flexploitation dan Gig Economy (A. M. Pratiwi, Ed.). In *EKONOMI INFORMAL DI INDONESIA TINJAUAN KRITIS KEBIJAKAN KETENAGAKERJAAN* (p. 65). Trade Union Rights Centre.
- Izzati, F. F., Larasati, R. S., Laksana, B. K. C., Apinino, R., & Azali, K. (2021). *Pekerja Industri Kreatif Indonesia: Flexploitation, Kerentanan dan Sulitnya Berserikat*. SINDIKASI x FNV Mondiaal. https://sindikasi.org/resources/Riset_Pekerja_Industri_Kreatif_Indonesia.pdf
- Krisdamarjati, Y. A. (2022, January 5). Pendapatan Bisnis Pers, dari Pelanggan hingga “Blockchain”. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2022/01/05/pendapatan-bisnis-pers-dari-pelanggan-hingga-blockchain>
- Kusnandar, V. B. (2023, Januari 10). Hampir Seperempat Penduduk Indonesia adalah Pemuda pada 2022. *Databoks*.

- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/10/hampir-seperempat-penduduk-indonesia-adalah-pemuda-pada-2022>
- Laksana, B. K.C. (2021). *Pendidikan Demokrasi Untuk Semua*. Pribadi.
- Magnis-Suseno, F. (1999). *Pemikiran Karl Marx Dari Sosialisme Utopis ke Perselisihan Revisionisme*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mahanani, C. M. (2022). *Yang Tidak Banyak Dikatakan Soal Pekerja Media*. Litani.
- Mathari, R. (2018). *Karena jurnalisme bukan monopoli wartawan*. Mojok.
- McDougall, J., & Rega, I. (2022, Desember 28). Beyond Solutionism: Differently Motivating Media Literacy. *Media and Communication*, 10(4), 267–276. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i4.5715>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE Publications.
- Muhammad, M. (2023, June 23). Kanada Segera Wajibkan Google dan Facebook Bayar Perusahaan Media. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/internasional/2023/06/23/miirip-australia-sen-at-kanada-sahkan-uu-agar-google-dan-facebook-bayar-perusahaan-media>
- Nara, N. (2022, Maret 1). "Masih" dan "Baru". *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/dikbud/2022/02/17/masih-dan-baru>
- Nathaniel, F. (2020, June 21). *Pemberedelan Tempo, DeTik, dan Editor: Benih Penggulingan Soeharto*. Tirto.ID. Retrieved October 24, 2023, from <https://tirto.id/pemberedelan-tempo-detik-dan-editor-benih-penggulingan-soeharto-fj79>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022, Juni 6). *Reuters Institute Digital News Report 2022* (Reuters Institute, Ed.) [This study has been commissioned by the Reuters Institute for the Study of Journalism to understand how news is being consumed in a range of countries. Research was conducted by YouGov using an online questionnaire at the end of January 2022.]. Reuters Institute. Retrieved Desember 16, 2022, from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf
- NN. (2023, September 12). Here are Australia's most and least trusted professionals and occupations. *SBS*. <https://www.sbs.com.au/news/article/these-are-australias-most-and-least-trusted-professionals/k07bkf571>
- Nurlatifah, M. (2018, April). Posisi Undang-Undang Pers Indonesia dalam Ekosistem Media Digital. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 11(1), 71-85.
- Pemerintah Indonesia. (n.d.). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 1999 TENTANG PERS*. Dewan Pers. Retrieved October 24, 2023, from https://dewanpers.or.id/assets/documents/peraturan/2110180503_1999_undang-undang_No_40_tahun_1999_tentang_Pers.pdf
- Pemerintah Indonesia. (2021, Februari 2). *Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja*. Mahkamah

- Konstitusi. Retrieved September 24, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161904/pp-no-35-tahun-2021>
- Pemerintah Indonesia. (2021, Februari 2). *Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2021 tentang Pengupahan*. Mahkamah Konstitusi. Retrieved September 24, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161909/pp-no-36-tahun-2021>
- Priyono, B. H. (2021). *Ekonomi politik dalam pusaran globalisasi & neoliberalisme*. Penerbit Buku Kompas.
- Priyono, B. H. (2022). *Memburu manusia ekonomi, menggeledah naluri* (K. Supelli, A. Indraswara, & I. Haryanto, Eds.). Penerbit Buku Kompas.
- Rahman, M. (2023, March 28). *Navigating the Landscape of Research Paradigms: An Overview and Critique*. Search eLibrary :: SSRN. Retrieved May 8, 2023, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4392879
- Ramadhan, F. (2021, Maret 27). Upah Belum Layak, Profesi Jurnalis Bukan Prioritas Anak Muda. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/03/27/upah-belum-layak-profesi-jurnalis-bukan-prioritas-anak-muda>
- Riegert, K. (2021, Januari 29). Negotiating Boundaries in a Changing Media Ecosystem: The Case of Swedish Cultural Journalism. *Journalism Studies*, 22(4), 418-434. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1877180>
- Schafer, M. S., & Painter, J. (2020, Agustus 21). Climate journalism in a changing media ecosystem: Assessing the production of climate change-related news around the world. *WILEY WIREs Climate Change*, 12(1), 1-20. <https://doi.org/10.1002/wcc.675>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Subiyantoro, H. (2022, Juni 26). NFT, Utopia Dunia Digital dan Disrupsi Nilai. *Kompas.id*. https://www.kompas.id/baca/opini/2022/06/25/nft-utopia-dunia-digital-dan-disrupsi-nilai?open_from=Search_Result_Page
- Sudibyoy, A. (2000, November). Absennya Kajian Ekonomi Politik Media di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Polit*, 4(2), 115-134. <https://doi.org/10.22146/jsp.11116>
- Sudibyoy, A. (2018, Februari 9). Eksistensi Media Massa Nasional. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/opini/2018/02/09/eksistensi-media-massa-nasional>
- Sudibyoy, A. (2022). *Dialektika digital: kolaborasi dan kompetisi antara media massa dan platform digital*. Kepustakaan Populer Gramedia (KPG).
- Sulistiyowati, F. (2004, Juni 1). Organisasi Profesi Jurnalis dan Kode Etik Jurnalistik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 119-129. <https://doi.org/10.24002/jik.v3i2.234>
- Suryomenggolo, J. (2022). *Rezim kerja keras dan masa depan kita*. Buku Mojok Grup.
- Sutisna, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Pendidikan*. UNJ PRESS.

- Taher, A. P. (2023, September 25). Jokowi Pastikan Perpres Publisher Rights Segera Disahkan. *Tirto.ID*.
<https://tirto.id/jokowi-pastikan-perpres-publisher-rights-segera-disahkan-gQqG>
- Tandoc, E. (2014, April). Journalism is twerking? How web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559–575.
<https://doi.org/10.1177/1461444814530541>
- Tim CNN Indonesia. (2023, Januari 2). Daftar 5 Aturan di Perppu Ciptaker yang Dinilai Buruh Merugikan. *CNNIndonesia.com*. di Perppu Ciptaker yang Dinilai Buruh Merugikan Baca artikel CNN Indonesia "Daftar 5 Aturan di Perppu Ciptaker yang Dinilai Buruh Merugikan" selengkapnya di sini:
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230102122802-92-895026/daftar-5-aturan-di-perppu-cipt>
- Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus*. UTM Press.
- Wibowo, E. A. (2017, Mei 1). Jurnalis Kerja Lebih dari 8 Jam, Sindikasi: Bentuk Kemunduran. *Tempo.co*.
<https://nasional.tempo.co/read/871269/jurnalis-kerja-lebih-dari-8-jam-sindikasi-bentuk-kemunduran>
- Wicaksana, M. D. P. (2022, Juni 5). Keluh Kesah Pekerja Media di Era Ekonomi Digital. *Kompas.id*.
<https://www.kompas.id/baca/linimasa/2022/06/04/keluh-kesah-pekerja-media-digital>
- Wicaksono, A. P. (2023, April 10). Peran Ganda Jurnalis dan Penyimpangan Kode Etik Jurnalistik. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 19(1), 59-70. Retrieved Agustus 5, 2023, from
<https://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/8995>
- Wittel, A. (2015). Digital Marx: Toward a Political Economy of Distributed Media. In *Marx in the Age of Digital Capitalism* (pp. 68-104). Brill.
- Wright, E. O. (2019). *How to Be an Anticapitalist in the Twenty-First Century*. Verso Books.
- Zuckerman, E. (2021, Juni 28). Why Study Media Ecosystem? *Information, Communication & Society*, 24(10), 1495-1513.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1942513>

LAMPIRAN

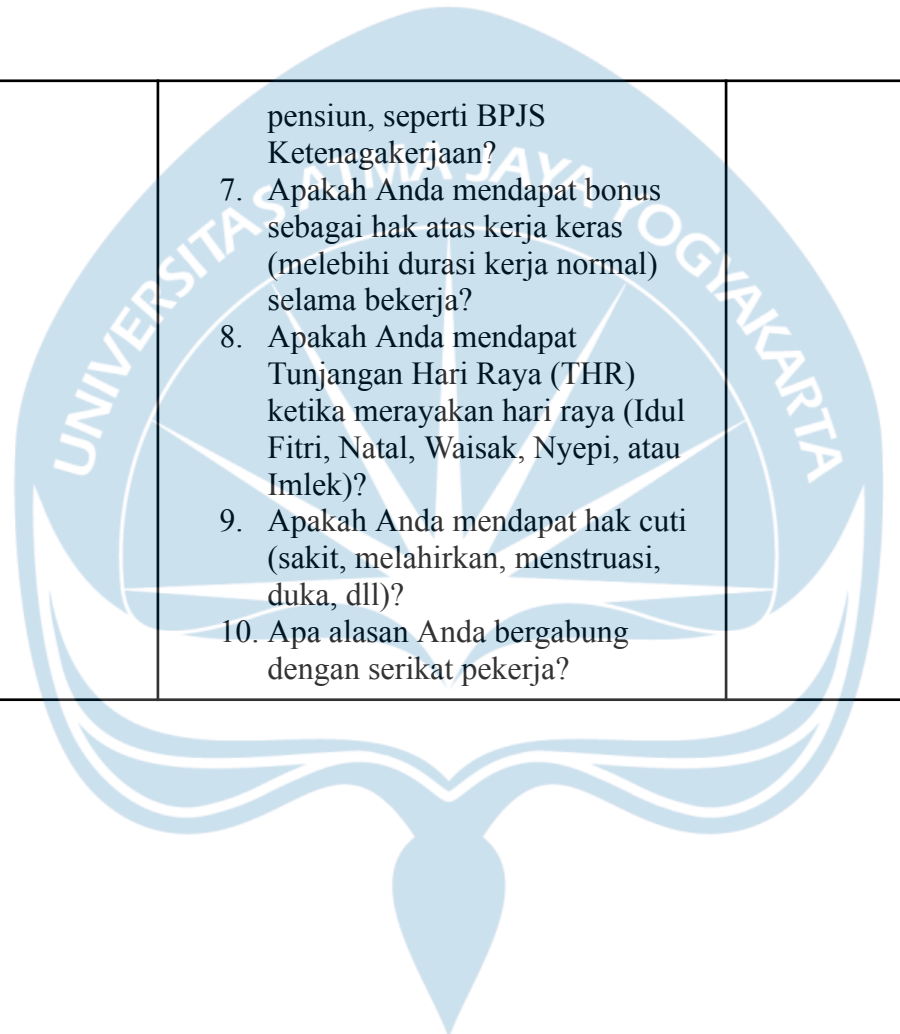
1. Pedoman Teknik Pengumpulan Data

Berikut merupakan pedoman teknik pengumpulan data yang akan ditanyakan langsung kepada para narasumber sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada subjek penelitian, maupun melalui observasi dan studi literatur/dokumentasi. Pedoman di bawah memiliki kemungkinan besar untuk memunculkan pertanyaan lain karena berbagai faktor, salah satunya adalah pemantikan dari jawaban narasumber atas pertanyaan sebelumnya.

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Teknik Pengumpulan Data (Wawancara, Observasi, Dokumentasi)	Narasumber
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak X (d disesuaikan) hingga lahir berupa media digital?	Dokumentasi atau Wawancara	Laman media/artikel ilmiah/ laporan penelitian/ narasumber
2.	-	Data Diri	2. Apa jabatan Anda saat ini? 3. Sudah berapa lama bekerja di	Wawancara	Semua narasumber

			Media A (d disesuaikan)?		
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media A (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya? 	Wawancara	Hanya jurnalis telah bekerja di perusahaan media A sebelum media digital lahir di perusahaan tersebut.
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 2. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 3. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 4. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media A yang mengutamakan kaidah dan etika jurnalistik kepada masyarakat luas? 5. Berapa jumlah produk jurnalistik 	Wawancara dan Observasi	Semua narasumber

			<p>(tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari?</p> <p>6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)?</p>		
4.	Neoliberalisme	Fleksploitasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana 	Wawancara	Semua narasumber



			<p>pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan?</p> <p>7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja?</p> <p>8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)?</p> <p>9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)?</p> <p>10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja?</p>		
--	--	--	---	--	--

2. Transkrip Wawancara

Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar

Narasumber : Informan Satu

Media : Media A

Jabatan : Wakil Pimpinan Redaksi

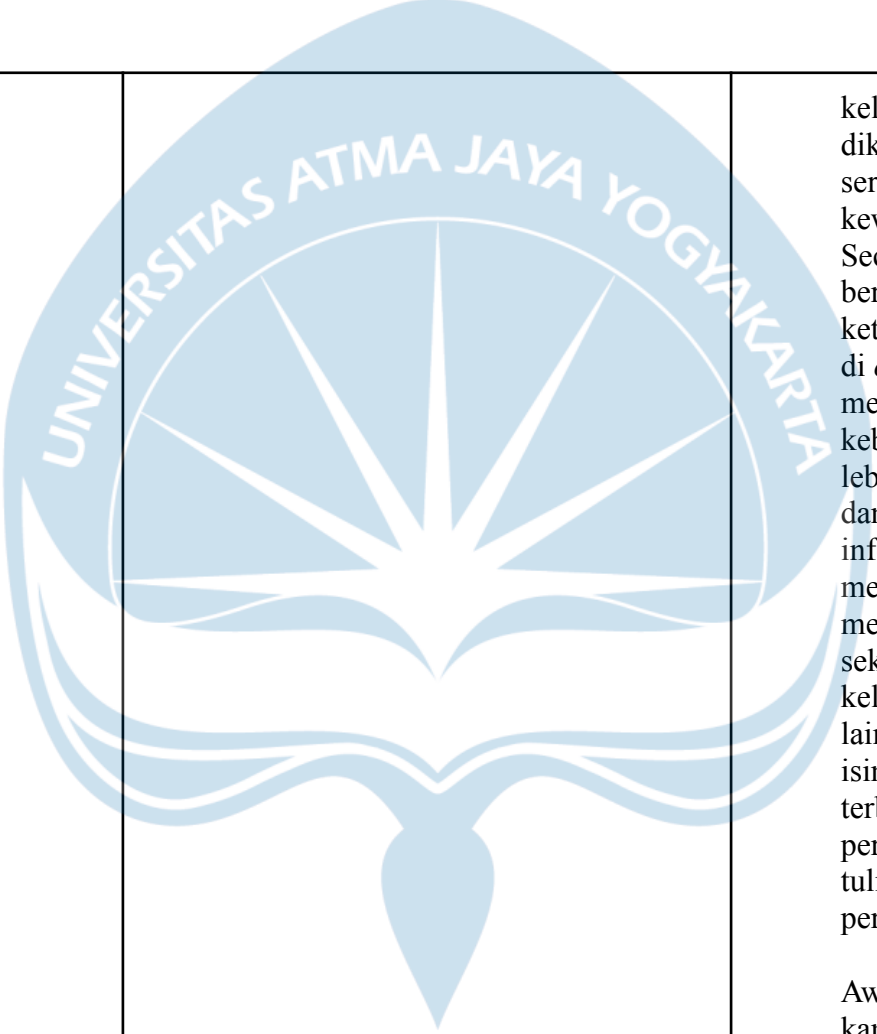
Tanggal : 23 Agustus 2023

Jam : 17.00 WIB


Durasi : 1 Jam 11 Menit

Tempat : Kantor Media A

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak A hingga lahir berupa media digital?	<ul style="list-style-type: none">- Berdiri sejak tahun 2008- Versi cetak dan domain (<i>online</i>) diluncurkan bersamaan
2.	-	Data Diri	<ol style="list-style-type: none">1. Apa jabatan Anda saat ini?2. Sudah berapa lama bekerja di Media A?	<ol style="list-style-type: none">1. Wakil Pemimpin Redaksi2. 15 Tahun sejak tahun 2008
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital?2. Apakah jumlah jurnalis di Media A (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya?	1. Perbedaan terdapat pada <i>packaging</i> kita, dalam pengambilan <i>angle</i> jelas berbeda dengan cetak. Dimana media cetak lebih cenderung kepada <i>slow journalism</i> dikerjakan pagi-liputan kemudian proses editing yang lebih ketat dan tidak boleh salah, itu harus karena kalau salah kita akan malu. Kalau ketahuan akan

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan-like shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the fan shape.	<p>kelihatan di halaman mana yang dikerjakan seorang redaktur dan sering salah. Kan ada ralat dan kewajiban koreksi yang dilakukan. Secara disiplin <i>journalism</i> nya berbeda karena media cetak lebih ketat verifikasinya, sedangkan kalau di <i>online</i> walaupun seharusnya memiliki standar yang sama, namun kebutuhan audiens <i>online</i> ini mereka lebih kepada kecepatan informasi dan audiens sudah paham bahwa informasi yang cepat bisa mengorbankan akurasi. Jadi akhirnya media <i>cyber</i> yang sekarang condongnya kalau bisa keluaranya berbarengan dengan yang lain. Kalau sudah terlambat dan isinya sama sudah pasti tidak terbaca. Itu untuk mengabarkan peristiwa ya tapi kalau membuat tulisan berupa analisis suatu peristiwa itu bisa kapan saja.</p> <p>Awal-awal kita di media <i>online</i>, kami mengikuti ritme seperti media <i>online</i> kebanyakan dengan mengejar</p>
--	--	--	--	--

				<p>kecepatan dan mengorbankan akurasi dan kadang etika. Selain itu, bahasa yang digunakan juga berbeda dengan karakter kita selama ini, Karakter kita itu kan modelnya gini ya, ada Media C yang epifisisnya tinggi dalam membuat judul dan dalam mengkritik. Kemudian ada media X yang dulunya grupnya Media E itu <i>to-the-point</i> dalam mengkritik, bilang buruk ya buruk. Kalau kita ada di tengah tengah, jadi kita tidak terlalu kasar dalam mengkritisi tapi juga tidak terlalu dihaluskan. <i>Nah</i> ini karakter kita yang kemudian ketika kita masuk ke <i>online</i> ada perubahan karakter. Judulnya mengikuti, seumpamanya pedoman untuk mendapatkan optimasi dalam <i>search engine</i>, SEO, berupa daftar kata-kata yang <i>trending</i> dan sering dicari. Akhirnya judul itu jadi tidak sesuai dengan <i>guidance</i> yang ada seperti penggunaan kalimat pertanyaan sebagai judul itukan tidak boleh sebenarnya. Jadi kami sempat ketika</p>
--	--	--	--	---

			 <p>The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst.</p>	<p><i>switching ke online</i> agak kacau di pemilihan diksi dan segala macam. Namun setelah berjalan beberapa tahun kami mulai mengevaluasi diri dan kemudian pemilihan diksi, arah <i>angle</i> tulisan dan <i>packagingnya</i> kami kembalikan ke gaya bahasa kita. Jadi kami lebih condong ke <i>packaging</i> itu tidak selalu memilih bahasa yang provokatif, bahasa yang bombastis dan bahasa yang <i>clickbait</i> itu kita tinggalkan. Bahkan kami sudah meninggalkan pendapatan <i>online</i> dari <i>programmatic ads</i>, <i>programmatic advertising</i> seperti yang kalau Flo tahu di bawah itu ada IMG atau genie, <i>table</i> atau <i>adsense</i> lah. Kalau <i>adsense</i> kan bentuknya display kalau itu bentuknya betul betul kaya digital jadi ketika kita klik masuknya ke iklan, iklan untuk wasir iklan untuk slot judi nah itu kita tinggalkan karena untuk apa kita berbenah dalam hal prinsip jurnalisme bahwa kami menginformasikan hal dengan benar dan tidak ikut merusak bahasa kan</p>
--	--	--	---	---


				<p>selama ini media dianggap perusak bahasa dan perusak kaidah berbahasa. Kami kembalikan bahwa media online itu tidak harus seperti itu, dan bayangan kita <i>online</i> ke depan itu kalau masih dijejali berita-berita yang semacam detik yang mengutamakan kecepatan itu lama kelamaan akan ditinggalkan karena capek. Jika kita lihat sebenarnya model-model pengemasan packagingsnya itu kita pernah meniru itu. Sebenarnya substansinya sama hanya dibolak-balik <i>anglenya</i>, nah kaya gitu-gitu kan bikin capek. Orang-orang sebenarnya ingin tahu informasi-informasi baru dalam merekonstruksi peristiwa supaya memahami secara lebih detail tapi malah cuman di bolak balik itukan bikin capek, lama-lama <i>audiens</i> juga akan meninggalkan model seperti itu. Artinya kami beralih dari berita yang mengutamakan <i>quantity</i> dan kecepatan ke berita yang mengutamakan <i>quality journalism</i> saat pandemi. Saat pandemi kami</p>
--	--	--	--	--



				<p>sudah mulai berbenah dan betul-betul berani menghilangkan <i>programmatic ads</i> di tahun 2023 dari mulai tahun tahun itu kita mulai dengan menghentikan semua kerjasama dengan beberapa agen iklan kan ada banyak sekali dari Jepang dan Korea itu sekarang mereka pulang lagi ke negaranya karena persaingan agen iklan <i>online</i> cukup ketat bersaing di Indonesia. Indonesia ini pasar paling besar karena pertumbuhan pengguna internetnya paling banyak dan publishernya rata-rata mau diajak kerjasama. Walaupun kalau dihitung-hitung kita sebagai <i>publisher</i>, kita yang produksi konten, kita yang capek-capek tapi kita dapat bagian dari kerjasama ini justru hanya berapa persen. Yang paling banyak mendapat keuntungan ya dari Google dengan <i>adsensnya</i>. Kita hanya dapat sekian persen dari penghasilan yang sebenarnya didapatkan dan itu tidak fair untuk kami. <i>Nah</i> satu-satunya yang</p>
--	--	--	--	---




				<p>bekerjasama dengan kami ini hanya dengan Tadex namanya. Itu <i>adsense</i> kaya Google Adsense tapi masih 0 produk, jadi kepentingannya ini soal <i>national interest</i>. Kebetulan presidir kami bilang kita harus lawan Google. Google itu semakin lama semakin tidak <i>fair</i> dengan <i>publisher-publisher</i> mitranya. Semakin dikurangi set profitnya, <i>share</i> pendapatannya semakin kecil-kecil seperti YouTube ya, awal-awal untuk memancing orang-orang biar tertarik tapi sekarang semakin orang dipaksa untuk dapat <i>viewer</i> lebih banyak untuk bisa dapat profit yang diharapkan dan itu kemudian yang dikorbankan adalah konten, kontennya berburu kuantitas berburu sensasi biar <i>viewnya</i> gede, <i>viewnya</i> banyak. Akhirnya kacau begitu, informasinya kacau, simpang siur, ya itu yang terjadi, mungkin Flo juga merasakan susah mempercayai konten di internet. Kemudian apa lagi masuk ke media sosial, kami juga mulai masuk ke media sosial</p>
--	--	--	--	--

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan-like shape with multiple rays emanating from a central point. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst. Below the sunburst, there are decorative, flowing lines that resemble a stylized flame or a drop.	<p>sebagai salah satu platform untuk menyebarkan informasi. Jadi produk jurnalistik kami itu yang menjadi platform itu yang paling nyaman buat tumbuh kembangnya informasi yang keliru atau hoaks. Nah itu kami punya kewajiban moral untuk itu, kita punya sikap bahwa di media sosial kita gak ikut-ikutan trend karena tren itu gak ada habisnya dan akan capek, personil di sini untuk mengikuti itu juga akan capek dan belum tentu informasi yang kita bikin dan kita bagikan ke masyarakat ini memang benar dibutuhkan oleh mereka menentukan sikap terhadap suatu peristiwa. Jadi jurnalisisme kan seharusnya begitu kan, memberikan pandangan yang utuh kemudian si audiensi ini bisa menentukan sikap sendiri secara mandiri untuk membuat keputusan, kan kalau cuman ikut viral kan akhirnya kesana kemari tidak jelas. Nah itu yang kemudian kami tinggalkan betul-betul sampai iklan-iklannya. Kebetulan beberapa pimpinan kami</p>
--	--	--	--	--

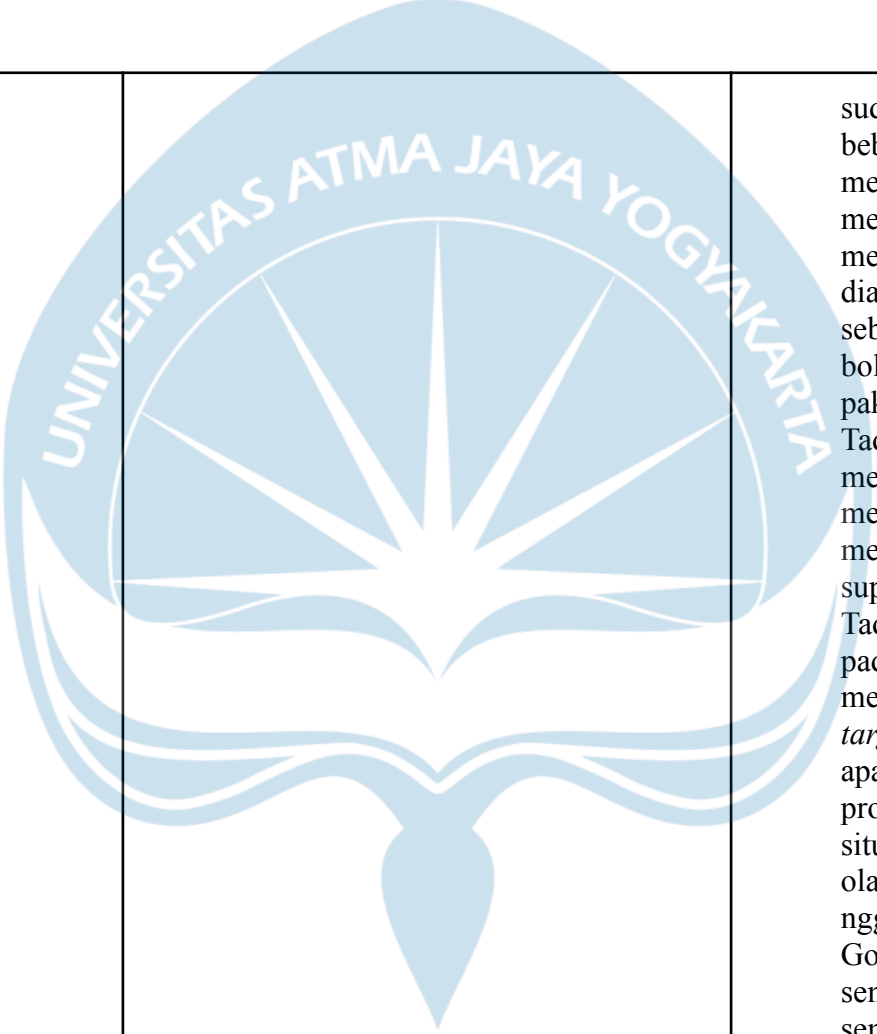


				<p>presdir kami kan jaringannya sudah cukup kuat jadi ikut dalam movement ini, movement menolak eksploitasi Google di Indonesia. Itu sudah sangat merugikan, <i>publisher</i> sangat dirugikan, untuk negara ini juga sangat dirugikan karena pajaknya juga nggak transparan berapa sebenarnya <i>revenue</i> yang didapatkan dari ladang pasar di Indonesia inikan nggak pernah transparan kan ya, nggak pernah bisa dilacak. Kalaupun ada laporannya kita nggak tahu kebenarannya terus kemudian medsos juga banyak <i>endorse</i> yang kemudian artis-artis mendapatkan bayaran yang barangkali mereka tidak terpotong ajak begitu. Karena kami setiap kali iklan seharga 500 ribu pun tetap bayar pajak, sekarang ppn itu kan sudah naik 11% di tahun 2023 ini dari sebelumnya 10%, kita selalu bayar pajak. Jadi kita ini mestinya punya kesadaran kesitu. Sebagai perusahaan jangan sampai kalah dengan pemain medsos, pemain</p>
--	--	--	--	---

				<p>medsos aja kan banyak kan <i>homeless</i> media. <i>Homeless</i> media itu kaya Jogja Update mereka kan nggak punya rumah sebenarnya, rumahnya di media sosial, media sosial kan bukan punya mereka, mereka hanya jadi <i>member</i> kemudian itulah namanya <i>homeless media</i>. Nah kita rumahnya ya ini, rumahnya ya redaksi ini perusahaan ini, itu yang kemudian kita jangan sampai sama dengan itu. Walaupun keuntungan disitu kalau mau kita bikin Tiktok banyak, atau main Instagram banyak <i>followers</i> kemudian <i>followers</i> dijual itu keuntungannya besar. Tapi pendapatan dari situ kan tidak pernah tercatat ya, dan kita selalu jujur kok kalau itu konten iklan itu pasti sponsor berbayar dan laporannya pasti sinkron di perusahaan setiap kali membaca di IG misalnya itu konten sponsor oleh pihak luar itu pasti bayar pajak.</p> <p>Jomplangnya gini, begini ya omong-omongan dengan teman-teman jurnalis yang bekerja di</p>
--	--	--	--	--

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst.	<p>Jakarta dan disini ada yang namanya Asosiasi Media Siber Indonesia, kebetulan ketua nya pemred kami. Itu dapatnya hanya 0,05% dari <i>revenue</i> yang sebenarnya didapat oleh Google. Google itu sebenarnya nggak ngapa-ngapain hanya menyediakan teknologi untuk bisa membaca demografi, karena mereka menguasai data dan semua <i>index</i> bank data yang selama ini dibutuhkan masyarakat jatuhnya ke Google ya sekarang. Beda dengan China mereka tidak mau pakai Google, Jepang juga begitu mereka nggak mau pakai Google mereka buat browser sendiri. Ya semacam di China mereka nggak pakai Instagram mereka membuat TikTok untuk membuat hegemoni platform-platform US. Sampai segitunya, padahal kalau dipikir-pikir kita kan bikin konten ya. Kemudian <i>publisher</i> yang produksinya sebenarnya lebih tinggi. Namanya sebuah <i>news</i> itu, semakin mau punya kualitas bagus itu semakin biayanya</p>
--	--	--	--	--

				<p>tinggi. Liputan investigasi misalnya, biayanya lebih tinggi dengan liputan yang lebih dalam otomatis dia juga butuh pembiayaan yang lebih tinggi. Tulisan yang bagus harus membayar reporter yang bagus pula, gak mungkin reporter bagus diupahi dengan upah yang murah. Jadi itu logikanya buat produk news dengan <i>quality journalism</i> bukan <i>quantity</i> dan kecepatan tadi itu biayanya lebih mahal. Jadi artinya dengan pembagian <i>revenue</i> yang seperti itu menurut kami nggak fair. Tadex ini 60:40 nah itu mereka menawarkan kerjasama yang lebih fair karena itu tadi, mereka dibentuk dengan <i>national interest</i> melawan Google. Kayak sekarang orang disuruh pindah ke Library Office kan malas dari awal belajarnya dari Word punya Microsoft, sama seperti orang dari awal sudah pakai iOS atau Android kalau ditawari dengan OS yang lain juga pasti malas. Namanya bisnis kan tidak boleh ya regulasi yang protektif. Kita kan</p>
--	--	--	--	--



				<p>sudah sepakat untuk persaingan bebas ya, kalau sudah sepakat untuk menerima Google diawal. Sepanjang mereka punya komitmen untuk membayar pajak ya itu sudah dianggap cukup walaupun sebenarnya tidak cukup. Tapi tidak boleh membuat regulasi yang jangan pakai Google, kalian harus pakai Tadex itu nggak boleh. Itu mengarahkan ke monopoli. Ya memang sebaiknya Tadex memberikan penawaran lebih bagus supaya orang pindah kesana tapi Tadex mitranya belum banyak padahal Tadex ini lebih bagus karena mereka mengutamakan pasar yang <i>targeted</i> betul, medianya ini khasnya apa misal media olahraga ya sudah produk-produk yang ditawarkan di situ nggak mungkin di luar produk olahraga seperti produk kecantikan nggak mungkin masuk ke situ. Kalau Google kan maunya menjangkau semua kalau bisa pembaca medianya semua orang, makanya media cenderung mendapatkan <i>adsense</i></p>
--	--	--	--	---

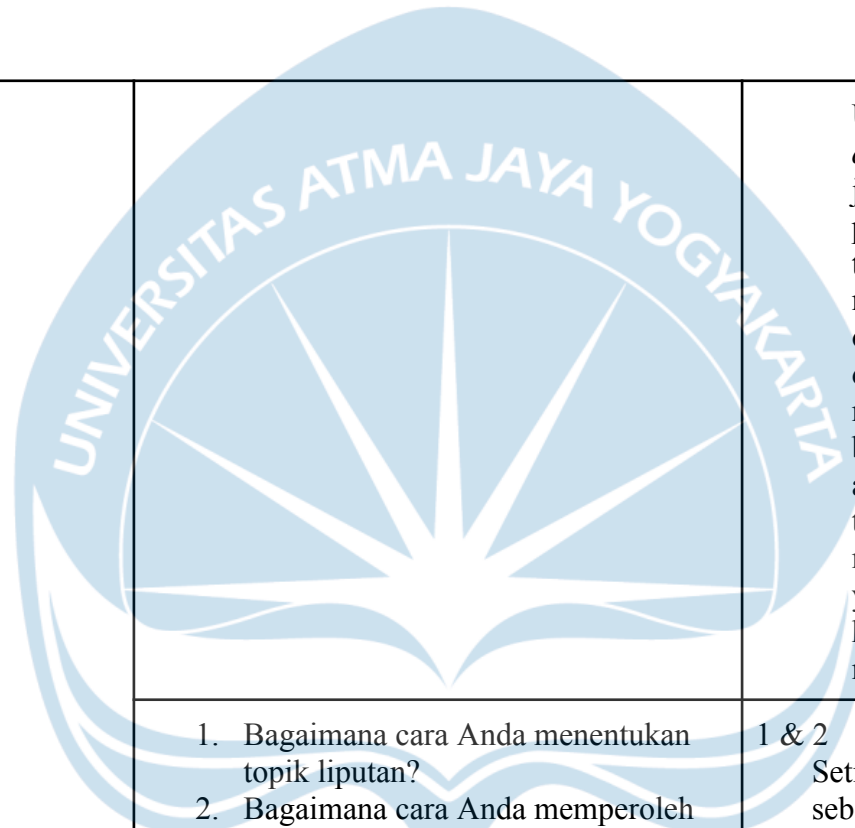
				<p>lebih tinggi ya dia mengikuti kemana-mana nggak jelas prinsipnya kemana hilang. Termasuk kalau kita perhatikan ada Kompas dan Detik News juga seperti itu. Kemudian Kompas.com kan berbeda sekali dengan Kompas.id cara pengemasannya kemudian bahasanya sajian packaging beritanya itu sudah sangat berbeda. Tempo juga sekarang sudah mengeluarkan konten premium di luar dia tetap bermain di sini ya untuk mendapatkan klik sebanyak-banyaknya dia tetap mengarah ke basis <i>subscribe</i>. Kita sudah ke arah itu juga cuman belum di <i>launching</i>, kita baru menyiapkan database nya, karena kalau dijual itu kan benar-benar harus informasi apalagi informasi yang di luar itu gratis ya. Orang kan untuk rela mengeluarkan uang untuk menjadi pelanggan itu kan harus ada tawaran yang menarik nah itu kita siapkan konten-konten premium itu mulai dari sekarang sudah banyak kita</p>
--	--	--	--	--

				<p>kurasi juga akan kita <i>launching</i>. Yang sekarang sudah <i>basic subscriber</i> untuk <i>paper</i>nya. <i>Paper</i> kita kan beda ya dengan <i>paper</i> kami yang dulu, dulu kami <i>paper</i> ya jualan kaya koran begitu. Koran di PDF-kan lalu dijual <i>nah</i> itu merugikan kami.</p> <p><i>Subscriber</i> ini berbayar, ini ada promo-promo pakai aplikasi misalnya <i>paper</i> ini, dulu kan kita dapatnya kaya koran kalau ini tidak, korannya ada sih tampilannya tapi baca koran tapi isinya kadang lebih lengkap disini daripada di korannya. Nama aplikasinya kalau di Android Media A, dari web bacakoran.mediaA.com*. Tawarannya ya biasa kayak YouTube kan kalau berlangganan kualitasnya lebih bagus kemudian bisa menyimpan video dan bebas iklan, nah ini tawarannya juga seperti itu. Untuk aplikasi baru <i>launching</i> kemarin saat ulang tahun kami tanggal 15 Agustus, tapi untuk web harian Media A sudah ada sejak awal cuma</p>
--	--	--	--	---

				<p>dulu redaksinya terbatas jadi <i>building</i> informasinya tidak seperti sekarang, kalau sekarang kan memang dikelola betulan dengan editornya yang banyak dan <i>content writer</i> nya ada, dulu hanya ada 2 orang editor di tahun 2009 saya masih ikut waktu itu saya masih jadi asisten redaktur sering diminta mengisi.</p> <p>Untuk sekarang ini, dengan adanya pergantian direktur dan kebijakan baru wartawan cetak juga berperan sebagai wartawan <i>online</i> dimana misal dalam sehari minimal ditargetkan menulis berita maka 1 atau 2 di antaranya harus dikirimkan siang hari baru kemudian sisanya baru dikirimkan untuk yang cetak. Saat ini jumlah jurnalis kami ada sekitar 20 orang dan 2 orang <i>photographer</i>.</p> <p>2. Jumlah jurnalis menurun cukup drastis terutama jurnalis di lapangan dulu mencapai 27 reporter, sekarang</p>
--	--	--	--	---

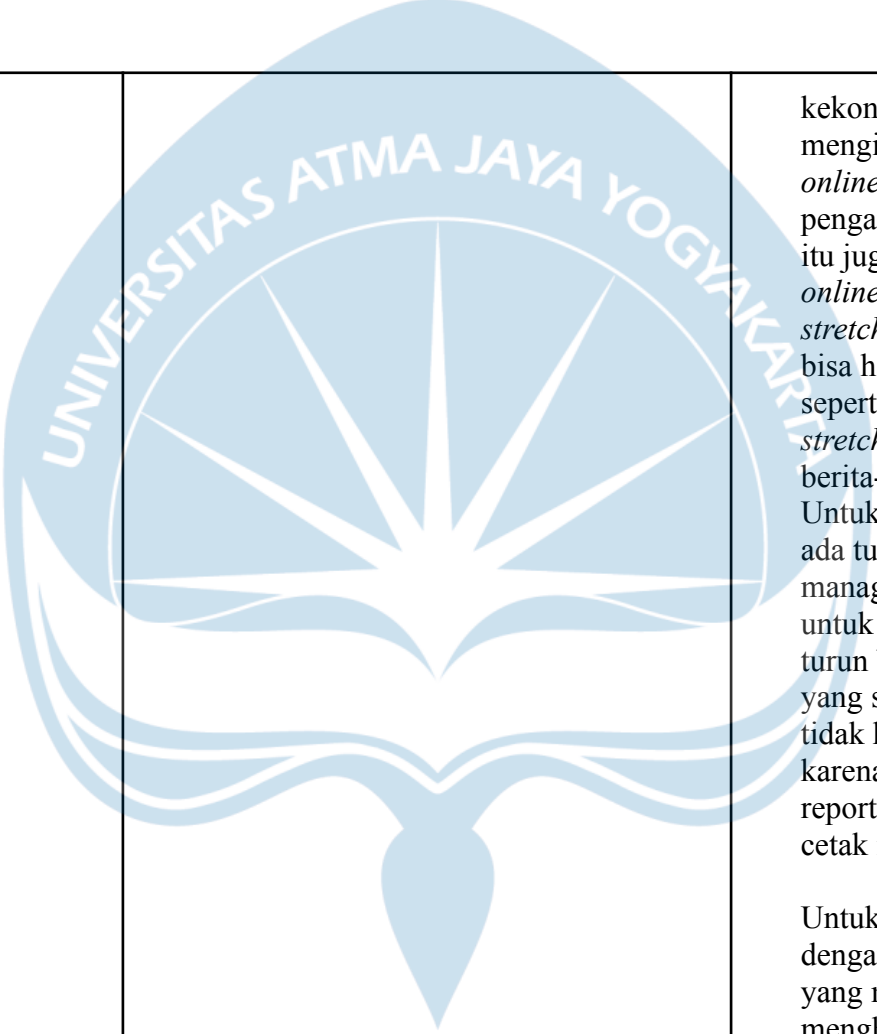
				<p>ini tersisa 15. Cuma editornya juga berkurang karena karena dulu total berjumlah 24 halaman lalu turun menjadi 20 halaman. Dulu mengapa bisa sampai 27 orang jurnalis karena dalam satu perusahaan mengeluarkan 4 produk yakni koran reguler, Media A Express* dijual seribu saat merapi meletus itu tujuannya membendung penetrasi pasar Media B dulu Media B kan sudah masuk tahun 2010 ini segmennya eceran di perempatan, Media A di Gunung Kidul namanya XXX* & di Kulon Progo namanya XXX* lambangnya kalau dulu merah semua.</p> <p>Jumlah jurnalis turun itu memang karena kebutuhan <i>coverage</i> kami menyusut, dulu wilayah edar kami sampai ke Purworejo sampai ke Magelang, di Magelang ada satu orang di Purworejo juga ditempatkan satu orang disana sekarang sudah gak ada. Terus halaman tadi menurun dari 24 kemudian jadi 20 kemudian terakhir ini hanya 12 halaman tapi sebelumnya sempat 16 halaman dulu</p>
--	--	--	--	--

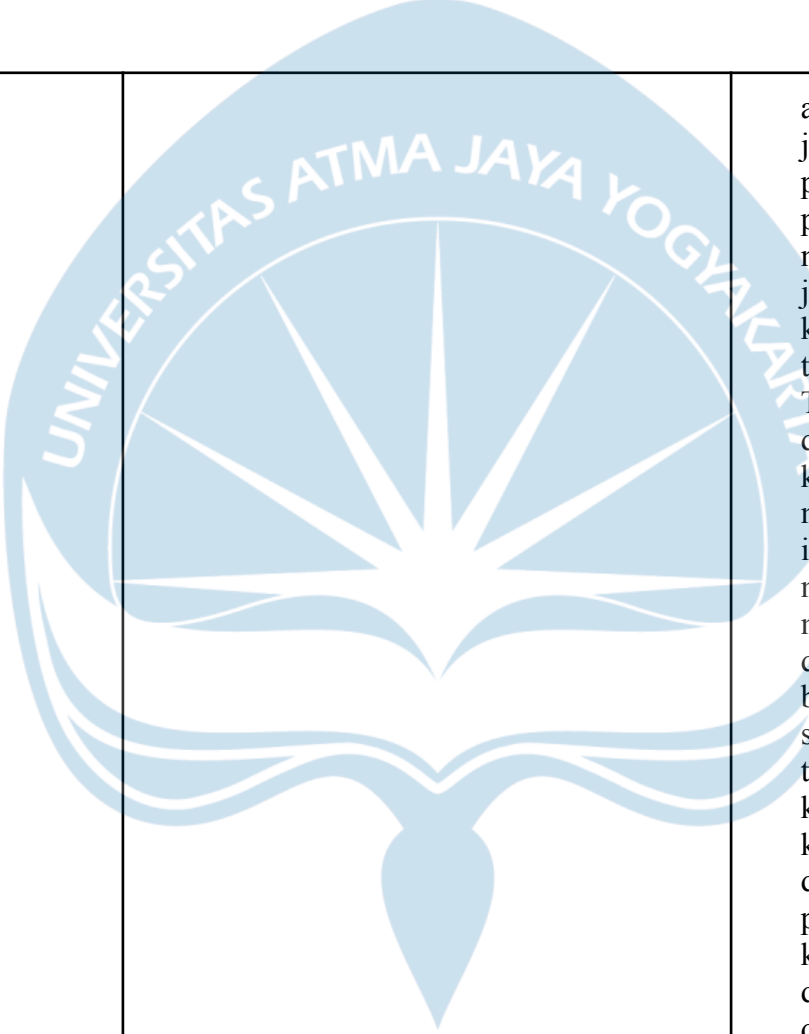
				<p>2 bundle 8-8 saat ini 12 hanya satu bundle saja. Tapi orang-orang ini tidak kemudian dipangkas atau diberhentikan tapi di <i>switch</i> ke pekerjaan yang lain sesuai, ada yang mengembangkan sirkulasi karena dia mau ya sudah dipindah, ada juga yang ditugaskan untuk mengembangkan digital seperti film, podcast ada juga yang ke <i>event organizer</i>.</p> <p>Wakil pimpinan redaksi tidak memiliki kewajiban melakukan liputan tapi jika datang ke acara ya bikin tulisan. Tapi tidak ada beban kalau reporter kan ada redaktur juga begitu dalam satu semester harus paling tidak bikin tulisan panjang dua selain pekerjaan mengedit sehari-hari itu biar kemampuan menulis dan reportasenya tidak hilang. Yang paling penting itu kan berjalannya pemasaran dan redaksi betul-betul bertolak belakang jadi bisa mendukung pemasaran harus <i>sustain</i> sebagai media harus <i>sustain</i>.</p>
--	--	--	--	--



			<p>menawarkan perspektif dan solusi?</p> <ol style="list-style-type: none">5. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari?6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)?	<p>Sleman yang di Bantul ya ke Bantul begitu juga di Gunung kidul, Kulon Progo dan di Kota, di Pemda DIY bisa jadi serentak begitu. Makannya kadang di satu daerah diisi 2 reporter nggak mungkin cukup semua dimasukkan ke koran sebagian hanya di <i>online</i> saja. Rapat perencanaan ini kalau <i>weekend</i> libur jadi hanya dari Minggu hingga Jumat. Untuk cetak kita hanya terbit 6 hari, hari Minggu itu tidak terbit. Kalau dulu kami terbit setiap hari dan Tim Minggu itu ada sendiri jadi yang masuk di hari Sabtu terbit Minggu itu ada sendiri karena edisi Minggu ini sudah dibagikan hari Kamis malah sudah jadi sampai ke pelanggan itu edisi Minggu hari Kamis itu sudah jadi. Jadi kami mengikuti itu yasudah kami terbit 6 hari saja dalam seminggu, kalau 7 hari kan orangnya juga harus lebih banyak ada tim khusus mingguan yang khusus menyiapkan terbitan hari Minggu. Dan dipersiapkannya kan biasanya isu-isunya kan isu-isu <i>lifestyle</i>, keluarga, gaya hidup begitu kan <i>timeless</i> ya tulisannya jadi untuk pijar</p>
--	--	--	--	---

				<p>disiapkan seminggu. Tapi sekarang kan sudah tidak ada, jadi ada satu reporter yang mengisi mingguan jadi mingguan itu 4 halaman dalam satu terbitan edisi Minggu. Edisi minggu itu gabungan dari konten-konten yang model hobi, jalan-jalan dan ini sudah kami praktikan sebelum pandemi 2019 kami sudah memberikan pengumuman bahwa mingguannya dikirimkan di hari sabtu.</p> <p>Rapat perencanaan ini hanya terfokus untuk cetak karena <i>online</i> itu hitungannya tidak harian. Informasinya tidak boleh terlambat. Koran itu kan selalu terlambat satu hari dari peristiwanya kalau <i>online</i> nggak mungkin kita rencanakan.</p> <p>Merencanakannya ya kita setiap hari, terus bonusnya <i>online</i> ini dapat isu-isu yang kami olah dalam cetak. Misal kasus tol kami konsisten ikuti apapun perkembangannya yang itu kemudian di <i>online</i> juga mendongkrak. Istilahnya kalau di halaman satu ketika kata pencarian Tol Jogja-Solo itu masuk di halaman pertama. Karena memang</p>
--	--	--	--	--

			 <p>kekonsistenan kami dicetak itu mengikuti isu infrastruktur itu jadi di <i>online</i> itu jadi ngikut, jadi sebenarnya pengarusutamaan isu utama dicetak ini itu juga jadi pengarusutamaan isu di <i>online</i>. Tapi rapat <i>online</i> itu misal kita <i>stretching</i> isu ini, itu itungannya tidak bisa harian, saat itu juga ketika ramai seperti saat PSHK ya dia akan <i>stretching</i> kesitu lebih banyak daripada berita-berita yang lain.</p> <p>Untuk <i>online</i> lebih ke dadakan tapi juga ada tulisan panjangnya jadi untuk managemen isunya lebih ke cetak tapi untuk menjaga hitsnya tetap tidak naik turun banget, ya kita tetap ngikutin isu yang sedang berkembang. Walaupun tidak kemudian intens disitu terus karena reporternya kan masih sama, reporter yang mengerjakan online dan cetak itukan masih sama.</p> <p>Untuk <i>online packaging</i> itu tidak sama dengan <i>clickbait</i>, <i>clickbait</i> itukan umpan yang menipu karena itu menjebak. Kita menghindari judul yang menjebak. Yang namanya <i>clickbait</i> judul dan isi itu</p>
--	--	--	--



				<p>akan kecewa ketika orang nge-klik judulnya. Tapi yang kami pilih itu pemilihan kata yang provokatif, provokatif itu orang jadi pengen nge-klik tapi isinya tetap sama dengan judulnya, harus sinkron begitu. Dulu kita juga ngikutin <i>clickbait</i> 2 tahunan tapi capek kemudian banyak kritikan di Twitter kecewa dengan pemilihan angle dan penjudulan asal-asalan walaupun itu kalau kita mau masuk ke situ kita memang mau dapat pendapatan dari situ itu memang ada prospeknya tapi kita memilih tidak. Seperti Media B misalnya itu mereka tetap bertahan disitu, bahkan misalnya ini masih di klik banyak orang karena beritanya heboh saking kacaunya bikin berita ini sengaja tidak di revisi padahal tau kalau salah kadang begitu. Nanti dulu karena komennya masih banyak jangan direvisi dulu. Jadi nunggu sampai banyak dulu padahal dia tahu kalau itu peluang, karena dengan pembaca banyak dia juga dapat penghasilan banyak dari iklannya, dari <i>adsense</i> nya, dari <i>programmatic adsense</i>nya. Nah ini kacau kalau seperti</p>
--	--	--	--	--

				<p>ini, redaksi sudah tau kalau ini keliru dan harus direvisi yang paling bergejolak di hati pasti reporter diganti judulnya oleh editor agar menarik padahal maksudnya bukan seperti itu. Itu kalau ngikutin kaya gitu kacau itu.</p> <p>5. Untuk berita yang wajib disetorkan dalam sehari adalah 5 berita. Issuena hanya 4 dan issue besarnya 3. Berita yang dituliskan dengan panjang untuk kebutuhan cetak agar tetap tidak mengurangi kedalaman penulisan kemudian satu berita sekilas. Tapi harus berbeda-beda semua keempatnya. Nah ini kenapa 5 karena ini biasanya dikerjakan dua untuk kebutuhan <i>online</i> dan sisanya berita yang lebih mendalam dan layak untuk di cetak.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksploitasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut saya secara pendapatan dan kejelasan hubungan kerja, Media A adalah media yang paling jelas karena dari awal kami masuk, SDM sudah

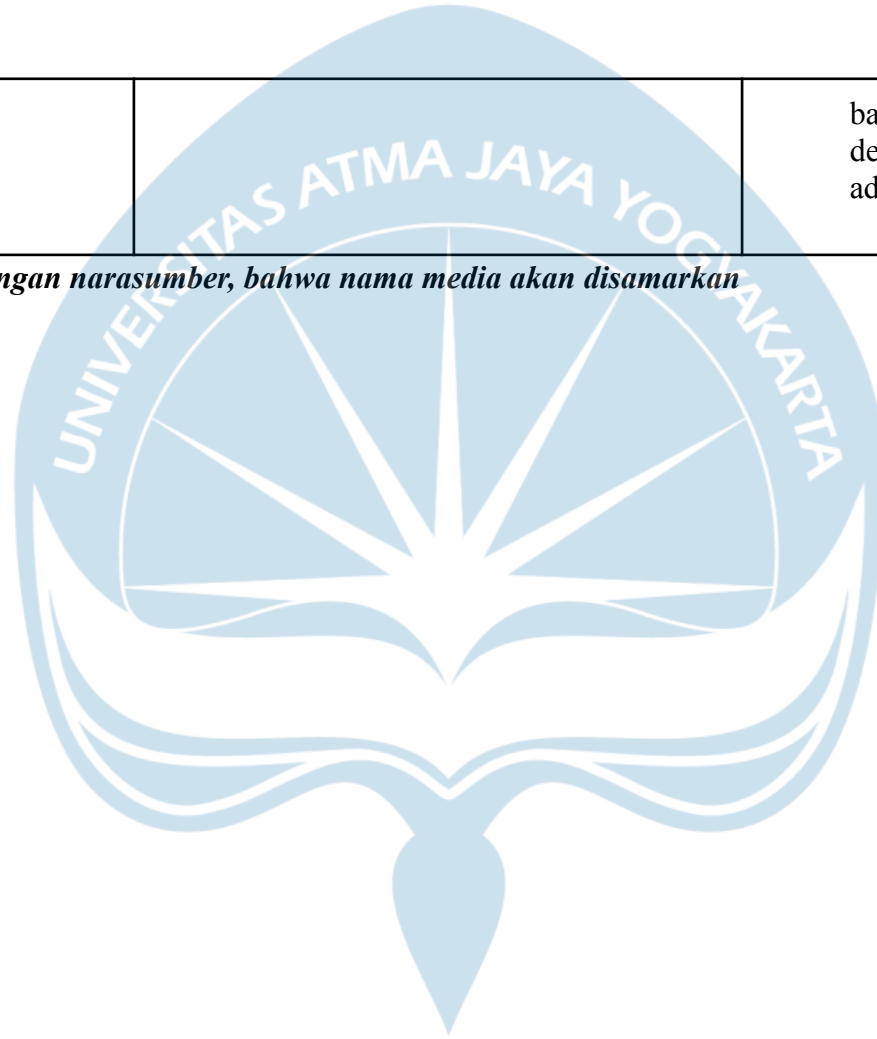
			<p>terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani?</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan? 7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja? 8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)? 9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)? 10. Apa alasan Anda bergabung dengan 	<p>menjelaskan bahwa di tahun awal masuk ada masa probation selama 3 bulan. Kemudian untuk menjadi pegawai tetap akan memakan waktu selama 3 tahun. Namun selama menjadi pegawai kontrak kami akan tetap mendapatkan hak-hak yang semestinya. Kemudian ditahun ke 2 akan ada kenaikan gaji yang sudah jelas diatas UMR. Mulai Tahun 2021 dibagikan bonus perusahaan karena kami baru mengalami untung di tahun 2020 setelah cukup terpukul saat masa pandemi lalu. Selain itu kami satu-satunya media di jogja yang memiliki serikat pekerja dan memiliki koperasi karyawan yang kesehatan keuangannya sangat bagus dan langsung terpotong dari gaji sehingga tidak ada hutang karena gagal bayar.</p> <p>2 & 3 Dalam redaksi tidak ada dengan jelas mengenai durasi bekerja</p>
--	--	--	---	---

			<p>serikat pekerja?</p>	<p>dalam sehari, tapi teman-teman perusahaan ada. Karena kami (wartawan) bekerja <i>by product</i> jadi waktu bekerja kami di tentukan dari berapa karya yang dibuat dalam sehari.</p> <p>5 & 6 Untuk jaminan kesehatan kami mendapatkan fasilitas BPJS kesehatan dan jaminan kesehatan ketenaga kerjaannya didalamnya termasuk jaminan JHT dan jaminan pensiun.</p> <p>7 & 8 Ada, baru kemarin kami menerima bonus pendidikan biasanya di bulan juni atau juli tapi ini mundur di bulan agustus, biasanya kami dapat bonus THR, bonus pendidikan dan bonus akhir tahun sambil acara <i>gathering</i>.</p> <p>9. Terkait hak cuti pegawai yang bekerja dalam durasi sebelum</p>
--	--	--	-------------------------	---

				<p>tahun ke 7 mendapatkan cuti 12 hari setiap tahun. Kemudian mulai tahun ke 7 keatas pegawai akan mendapatkan hak cuti besar.</p> <p>10. Karena merasa lebih cocok dengan idealisme saya sebagai jurnalis, AJI lahir di tengah reformasi dan cenderung menjaga jarak dengan pemerintah. Tetap kritis dan tidak mau menerima dana dari APBN dan APBD, kalau PWI memang dibentuk oleh pemerintah orde baru yang memang menciptakan ekosistem yang lebih intim antara jurnalis dengan pemerintah. Itu soal idealisme, saat itu saya masih muda usia 26 sebelum menikah dan idealisme saya masih tinggi. Dengan mengikuti AJI merasa lebih terlindungi, jaringan yang luas dengan teman-teman yang memiliki idealisme yang sama terkait <i>journalism</i> di Indonesia, kemudian di AJI karena sesuai dengan visi dan idealis pribadi</p>
--	--	--	--	--

				bahwa AJI harus menjaga jarak dengan pemerintah, sering adanya <i>upgrading</i> diri.
--	--	--	--	---

**berdasarkan perjanjian dengan narasumber, bahwa nama media akan disamarkan*



Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Dua
Media : A
Jabatan : Jurnalis Muda

Tanggal : 25 Agustus 2023
Jam : 15.00 WIB
Durasi : 17 Menit
Tempat : BjongNgopi (Kafe)

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak A (d disesuaikan) hingga lahir berupa media digital?	1. Sudah terjawab oleh informan satu
2.	-	Data Diri	1. Apa jabatan Anda saat ini? 2. Sudah berapa lama bekerja di Media A (d disesuaikan)?	1. Jurnalis Muda (area Jogja) 2. 2 Tahun
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media A (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya?	1. Dari awal ngerjainnya cetak dan online, sebenarnya semua memang ngerjainnya cetak dan online, kalau jurnalis ya. Di Media A itu <i>online first</i> , tapi kalau di aku sih nggak pernah beda-bedain online atau cetak. Maksudnya, paling sehari setor 4 berita, biasanya naik ke online semua. Nah biasanya untuk ke cetak itu nanti lebih dikurasi sama redaktur sih, soalnya <i>space</i> dicetak kan terbatas ya. Biasanya isunya

				<p>beda, tapi bisa juga 1 isu bisa dipecah jadi 2, tapi itu jarang sih.</p> <p>2. -</p>
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 2. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 3. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 4. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media A yang mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi? 5. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari? 6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada penugasan sih, tapi penugasan itu nggak selalu dapet. Dan biasanya cari tema atau isu sendiri, nggali sendiri. 2. Banyak cara sih kalau cari tema itu, biasanya nih aku ya jalan-jalan aja keliling Kota Jogja dapet tema apa gitu, pernah dapet tema pencemaran limbah, parkir liar, itu kalau caranya langsung ya, muter-muter sendiri. Bisa juga pakai sumber-sumber sekunder, biasanya data-data di pengadilan, data-data di pengadaan barang dan jasa, terus ya kayak gitu lah. Lalu ketiga <i>ngefollow up</i> dari isu-isu sebelumnya atau biasanya ada pasokan dari narasumber-narasumber baru, tapi bisa jadi isu baru. 3. Sebenarnya kalau di Media A tuh nggak begitu cepat-cepat juga kalau memang isunya bukan isu yang emang lagi dikejar. Gini, isu cepat itu biasanya ada permintaan khusus, nah kalau selama ini ya nggak begitu



				<p>cepat-cepet amat, tapi nggak slow juga, yang penting nggak basi aja sih. Telat sehari pun biasanya juga nggak masalah sih.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Kalau soal narasumber, itu tergantung peristiwa sih. Kalau lagi nggak memungkinkan dapat narasumber, pandangan mata aja itu nggak apa. Tapi nanti tetap harus dilengkapi dengan narasumber jadi berita baru.5. Iya, video itu ada. Video biasanya seminggu 3x, tapi kalau di Media A sebenarnya video cuma untuk <i>ngatrol engagement</i> media sosial aja supaya terus naik. Jadi nggak perlu video yang gimana-gimana, biasanya live sih. Jadi langsung aja gitu, nggak perlu diedit. Kalau foto, ada jurnalis foto sendiri, terus kalau liputan harian di lapangan foto itu otomatis ya. Tapi nggak ada kualifikasinya, cuma memang ada jurnalis foto sendiri yang biasanya untuk liputan-liputan khusus. Jadi nulis dan foto. Paling sehari setor 4 berita, biasanya naik ke online
--	--	--	--	--

				<p>semua.</p> <p>6. Sering itu, seminggu itu bisa 4 atau 5x. Ini nanti sore tuh liputan advertorial, karena di Media A memang nggak ada jurnalis khusus <i>advertorial</i>, idealnya memang harusnya ada ya, biar nggak nyampur independensinya.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksi-ploitasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanda tangan surat kontrak dan satu tahun. 2. Nggak ada durasi jam kerja, tapi biasanya rata-rata, sebenarnya fleksibel ya, tapi mungkin dari jam 9 sampai jam 6. 3. Kerja 6 hari 4. Gaji di atas UMR, di atasnya itu setengahnya UMR, cukup layak sih kalau di Media A. <i>Take home pay</i>, gaji pokoknya ya mungkin UMR itu, di luar itu tunjangannya untuk uang bensin, pulsa, makan, makan iya nggak ya, iya kayaknya iya. 5. Iya BPJS dapat, BPJS Ketenagakerjaan sama Kesehatan juga, itu diurusin. 6. Kalau bonus, ada bonus tahunan, biasanya dikasih akhir tahun bulan

			<p>BPJS Ketenagakerjaan?</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja? 8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)? 9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)? 10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja? 	<p>Desember.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. THR ada, pas lebaran. 8. Hak cuti ada, 12 apa ya setahun. Udah pernah pakai untuk urusan pribadi, berlibur. 9. Di kantor itu ada serikat pekerja, tapi kurang aktif. Aku ikutnya AJI malah, baru daftar ini sih. Pengin gabung sama AJI tuh ini sebenarnya karena punya pengalaman semacam intimidasi dengan gabung AJI merasa lebih aman mungkin. Pernah itu kelompok masyarakat, polisi juga pernah, sama ini mungkin PNS. Iya guru, waktu isunya pas pemaksaan hijab di sekolah. Dan baru gabung sekarang karena baru oprec juga ya, cuma kalau berjejaring dengan AJI ya sudah lama. Selain dapat perlindungan, ya ini paling bisa dapat untuk penambahan kompetensi keterampilan, karena ada beberapa <i>event</i> pelatihan.
--	--	--	---	--

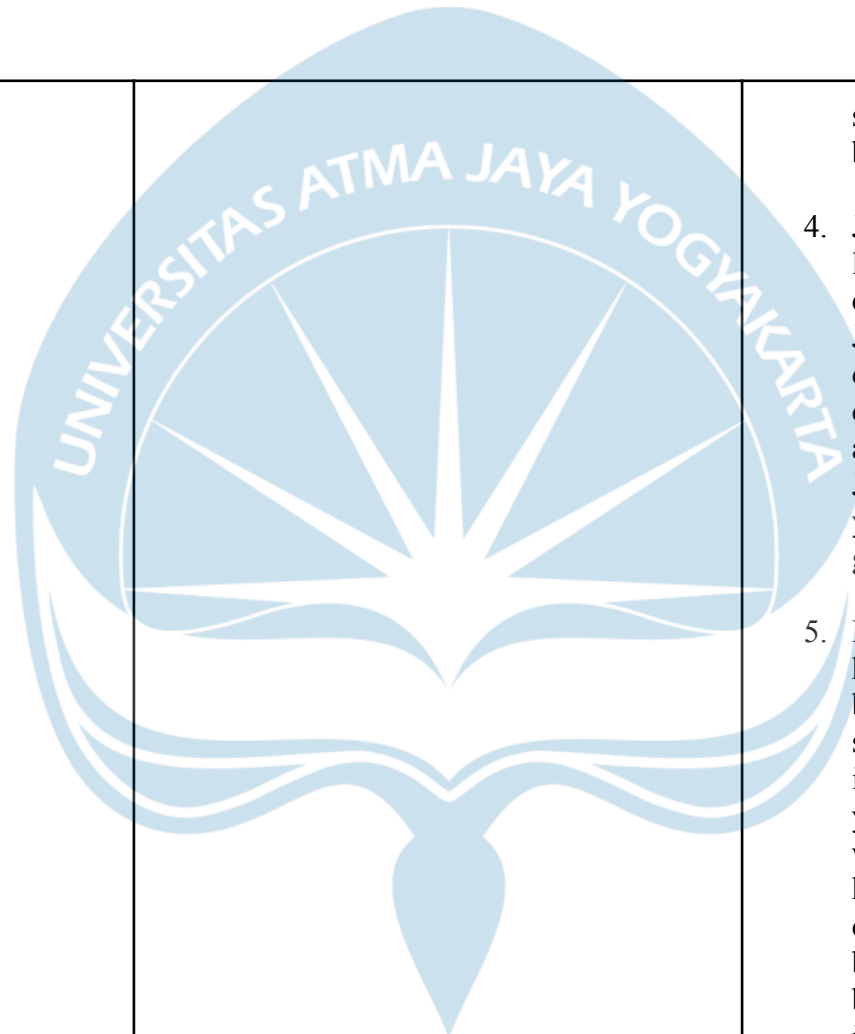
Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Tiga
Media : B
Jabatan : Jurnalis Muda

Tanggal : 24 Agustus 2023
Jam : 12.12 WIB
Durasi : 16 Menit
Tempat : *Voice note* (WhatsApp)

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak B hingga lahir berupa media digital?	Kalau untuk secara perusahaan, sebenarnya Media B berdiri pertama 2010 dan sebenarnya media onlinenya dulu yang lahir sebelum media cetaknya. Lalu, berita pertamanya adalah bertepatan dengan erupsi merapi, jadi semua informasi tentang erupsi merapi diangkat oleh Media B. Nah kemudian untuk media cetaknya sendiri, baru terbit di tahun 2011, satu tahun setelah media onlinenya malahan.
2.	-	Data Diri	1. Apa jabatan Anda saat ini? 2. Sudah berapa lama bekerja di Media B?	1. Jurnalis Muda, desk ekonomi 2. 6 Tahun
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital?	1. Kalau untuk peralihan ke digital, sebenarnya dulu itu Media B terbagi menjadi 2 kudu, ada tim cetak dan

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Apakah jumlah jurnalis di Media B (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya? 3. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 4. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 5. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 6. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media B yang mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi? <ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari? 2. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)? 	<p>tim <i>online</i>. Nah kebetulan aku itu gabung sama Media B di tahun 2017 akhir, aku masuknya di tim cetak. Jadi aku kerjanya ala cetak, narasumbernya lebih komplit, beban beritanya lebih sedikit dibandingkan dengan yang digital. Jadi aku kemudian ya kerja secara jurnalis cetak. Nyari berita, terus narasumbernya lebih dari satu, kayak gitu. Nah, kemudian seiring dengan berjalannya waktu, nggak ada dua kudu tadi, yang ada adalah jurnalis Media B aja. Jadi semua kerjanya ala digital, beban kerjanya sama-sama aja sih, tetep harus wawancara, terus ya kejadian-kejadian gitu. Cuma kalau di digital ini lebih mengutamakan kecepatan, terutama di peristiwa-peristiwa besar. Bedanya sama yang cetak, digital ini banyak <i>breaking news</i>nya, artinya setiap ada info baru langsung harus dibikin, nggak harus panjang, nggak harus ada narasumbernya bahkan, cukup dengan pandangan mata itu juga bisa dikirim, kayak gitu. Nah itu,</p>
--	--	--	--	--

				<p>pokoknya harusnya cepet. Ada <i>update</i> harus dikerjakan, ada <i>update</i> harus dikerjain. Nah kalau yang cetak itu kan, harus komplit dulu baru dikirim, kalau digital nih nggak. Pokoknya setiap ada info baru bisa langsung naik, langsung naik gitu.</p> <p>2. Untuk jumlah jurnalis itu malah menurut aku nggak berkurang, dulu di bawah 10 orang dan semakin kesini malah semakin banyak. Terus karena sekarang ada harus berbentuk digital, jadi nggak semua jurnalis ke lapangan. Jadi dia bebannya bikin video, video pendek gitu, jadi jurnalis lapangannya cuma ngirim video aja, terus yang ngejahit orang kantor. Nah kalau sekarang itu yang jurnalis dibebani live streaming ya untuk menyesuaikan juga digitalisasi ini.</p> <p>3. Kalau untuk menentukan topik liputan itu, aku biasanya nyari referensi dari media-media lain. Jadi disesuaikan sama desknya, kalau aku</p>
--	--	--	--	---



				<p>sekarang kan desk nya ekonomi bisnis.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Jadi aku cari referensi dari media lain, lalu nanti mana nih yang bisa dilokalin yang bisa digarap di Jogja. Jadi misla isu nasional, kemudian ditarik, “bisa nggak nih diberitakan di Jogja?”. Kalau nggak ya nyari aja, apa yang kemudian baru ramai di Jogja. Terus peristiwa-peristiwa apa yang bisa berkaitan dengan ekonomi, gitu sih.5. Kalau pemilihan topik, sebenarnya kalau Media B itu masih news banget, jadi nggak semua yang sesuai dengan algoritma itu jadi isu, itu untuk jurnalis yang di lapangan ya. Mungkin itu akan digarap content writer yang ngikutin algoritma. Tapi kalau untuk kerja jurnalis yang kerja di lapangan, itu nggak terlalu berpengaruh, yang penting isunya itu baru main, naik, besar, disoroti, ya itu digarap. Ya algoritma memang penting, tapi itu nggak yang terlalu
--	--	--	--	---



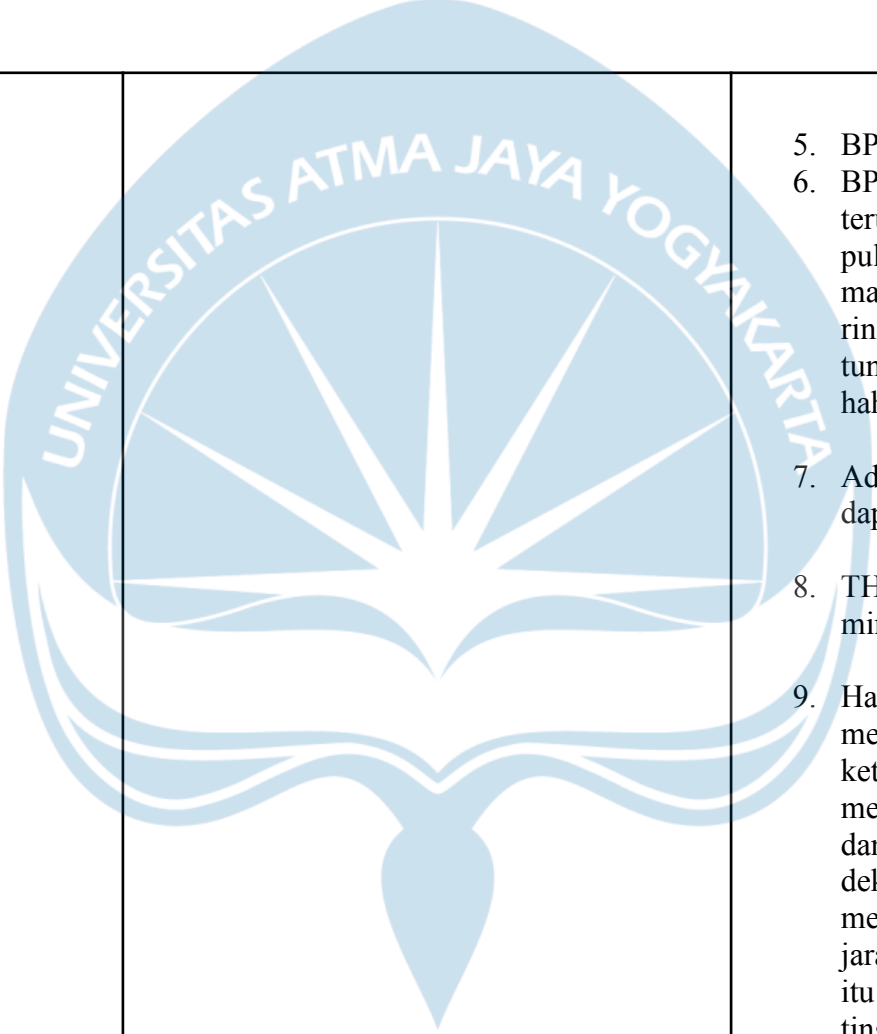
				<p>nyetir banget, gitu.</p> <p>6. Kalau untuk menjaga, ya kamu tetep kerja jurnalistik. Maksudnya ya kalau ada isu tetep wawancara pihak-pihak atau narasumber yang memang kompeten untuk menjawab, jadi nggak bisa sembarangan narasumber bisa jawab. Misalnya nih, misalnya ada pembunuhan atau kasus mutilasi atau penemuan mayat gitu, siapa sih yang jadi jujukan? Yang pasti polisi kan? Karena mereka yang bisa ngomong dan bisa jelasin, karena mereka adalah narasumber yang kompeten, misalnya kayak gitu. Terus misalnya soal minyak goreng langka nih, narasumbernya siapa? Bisa jadi ke pedagang, bener nggak sih di pasar ini langka, misalnya jawabannya iya, kita lanjut lagi ke Disperindag, distribusinya seperti apa, ketersediaanya bagaimana, jadi untuk kerja jurnalistik ya masih sama kayak cetak. Cuma karena sekarang media onlinenya masih kenceng itu</p>
--	--	--	--	---

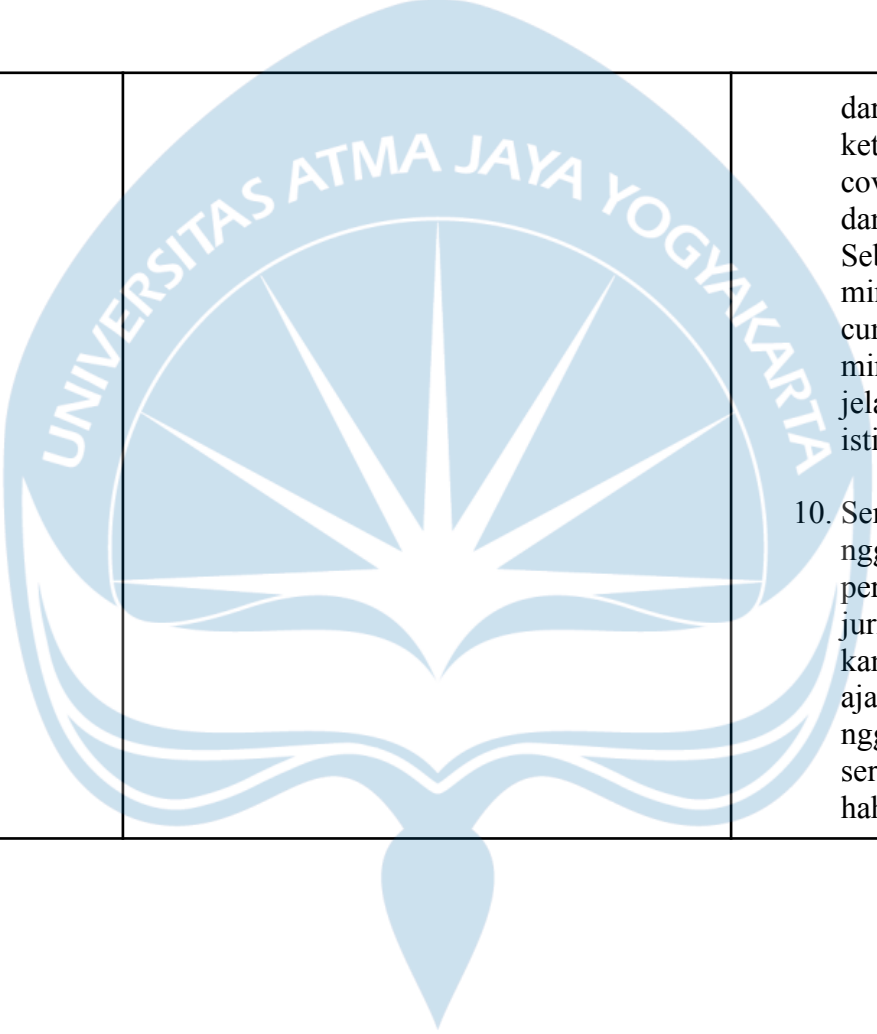
				<p>yang membedakan lebih ke beritanya nggak yang panjang gitu nggak. Jadi misal soal minyak goreng tadi bisa dipecah nih, dari sisi pedagang dulu bisa dibikin sendiri, dari sisi Disperindag dibikin sendiri, atau bisa digabung tapi nanti angle nya berbeda, tapi tetap mengacu pada omongannya narasumber.</p> <p>Nah untuk berita pandangan mata itu tetep, tetep bisa dibikin, tapi nggak semuanya. Jadi misalnya untuk, misalnya peristiwa kebakaran gitu, kita belum ada narasumber yang belum bisa diwawancara, nah biar kita bisa ngejar kecepatan beritanya, kita bisa bikin berita pandangan mata. Jadi nanti isinya, kebakaran ini menurut pantauan terjadinya jam berapa, yang kebakar apa aja, aktivitasnya apa aja. Misalnya, terlihat ada mobil pemadam kebakarannya ada 5, terus masyarakat yang di sana seperti apa. Itu bisa jadi berita pandangan mata. Tapi, nanti itu juga harus</p>
--	--	--	--	---

				<p>dikomplitin, dari misalnya dari petugas pemadam kebakarannya, polisinya, atau korbannya jika berkenan diwawancarai.</p> <p>7. Terus kalau untuk jumlah produknya, kami dibebani 1 jurnalis, 5 berita, 2 foto, kalau dulu ada raw video, tapi sekarang udah diganti dengan live FB 3x dalam sehari. Durasi 2-3 menit, tapi kalau untuk peristiwa penting ya tergantung penonton. Kalau penonton sampai ratusan biasanya agak lama. Kalau ada yang nanya biasanya ya dijawab sebisanya. Kalau nggak bisa jawab, biasanya cuma jelasin peristiwanya aja, karena untuk live ini, terutama kalau peristiwa kan ngejar kecepatan ya. Jadi pandangan mata dulu aja, sama info tipis-tipis yang sudah ada.</p> <p>Nah, kalau untuk cetak dulu maksimal kirim sih sekitar jam 8. Tapi ya tergantung peristiwanya juga. Kalau memang berita besar, jam berapa pun ditungguin kalau</p>
--	--	--	--	---

				<p>untuk cetak. Kalau online kan jam berapa aja bisa.</p> <p>8. Aku nggak ada kewajiban untuk mencari berita <i>advertorial</i>, tapi nggarap. Jadi misalkan ada kerjasama iklan ya itu nanti kita nggarap, tapi ada formnya sendiri, yang sudah dikasih sama redaksi, nggak langsung ke jurnalis. Jadi kita tahu, mana yang iklan dan mana yang nggak.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksploitasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jadi aku satu tahun kontrak, habis itu aku langsung diangkat jadi pegawai tetap. 2. Soal jam kerja memang nggak ada jam kerja yang pasti, dan itu sudah disampaikan sejak awal, sejak wawancara sebelum jadi jurnalis. Kita udah dikasih tahu kalau jadi jurnalis itu nggak ada jam kerjanya, nggak yang kantoran juga, yang penting target beritanya terpenuhi, itu aja sih. Jadi kita kerja sewaktu-waktu, misal jam 9 ada teroris ditangkap, ya mau nggak mau

			<p>kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya?</p> <p>6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan?</p> <p>7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja?</p> <p>8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)?</p> <p>9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)?</p> <p>10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja?</p>	<p>kita kerja gitu. Tapi itu kan sesuai desc nya masing-masing sih itu, kecuali kalau misal ada peristiwa besar, itu nanti ada yang lintas desc gitu sih.</p> <p>Jadi durasi kerja nggak mesti sih. Kadang tergantung agenda, atau pas dapat jatah garap iklan. Seringnya aku keluar rumah jam 10 an kadang jam 11. Sebelum jam 5 udah kelar. Nggak mesti sih. Biasanya aku menyesuaikan sama agenda atau iklannya. Tergantung narsum juga. Kalo lama ya bisa nyampe sore atau malam.</p> <p>3. 6 hari kerja, 1 hari libur.. milih hari apa libur, tapi sekarang banyak yang liburnya sabtu atau minggu aja. Nah biasanya kalau tanggal merah kita masuk, tapi nanti akan ada libur pengganti dan itu milih sendiri harinya apa.</p> <p>4. Kalau untuk gaji sudah di atas UMR sih yang jelas.</p>
--	--	--	---	---

				 <p>5. BPJS Kesehatan dapat</p> <p>6. BPJS Ketenagakerjaan juga dapat, terus nanti ada tunjangan untuk pulsa, bensin, gitu-gitu sih. Kalau makan kayaknya iya, aku lupa rinciannya. Jadi ada gaji pokok plus tunjangan gitu. Banyak printilannya, hahaha.</p> <p>7. Ada bonus tahunan dapat, gaji pokok dapat.</p> <p>8. THR dapat dan biasanya dikasih 2 minggu sebelum lebaran.</p> <p>9. Hak cuti lancar sih, kalau cuti sakit, melahirkan, menikah, dll sudah ada ketentuannya sih. Kalau untuk cuti melahirkan itu kemarin aku 3 bulan dan aku ambilnya diambil deket-deket lahiran. Kalau menstruasi tuh ada, tapi sebenarnya jarang dipakai karena nggak sesakit itu sih. Kalau misal libur sakit ya tinggal bilang aja “saya sakit” sudah selesai. Kalau misal sakitnya lebih</p>
--	--	--	--	--



				<p>dari 2 hari nanti dimintai surat keterangan sakit sih. Aku pernah ijin covid langsung disetujui kantor juga, dan aku libur 2 minggu lebih. Sebenarnya malah kantor nggak minta surat keterangan waktu itu, cuma aku inisiatif aja sih langsung minta ke Puskesmas, untuk lebih jelas sampai kapan aku harus istirahat, gitu.</p> <p>10. Serikat pekerja itu sebenarnya aku nggak ikut, karena jujur aku nggak pernah ke kantor. Dan memang jurnalis tuh nggak ada kewajiban ke kantor, jadi yang penting berita terbit aja. Alasan nggak bergabung serikat nggak ada sih, nggak tau juga ada serikat pekerja atau enggak hahaha.</p>
--	--	--	--	---


Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Empat
Media : B
Jabatan : Jurnalis Muda


Tanggal : 3 September 2023
Jam : 11.00-12.14 WIB
Durasi : 1 jam 14 menit
Tempat : Dunkin Donuts (Kafe)

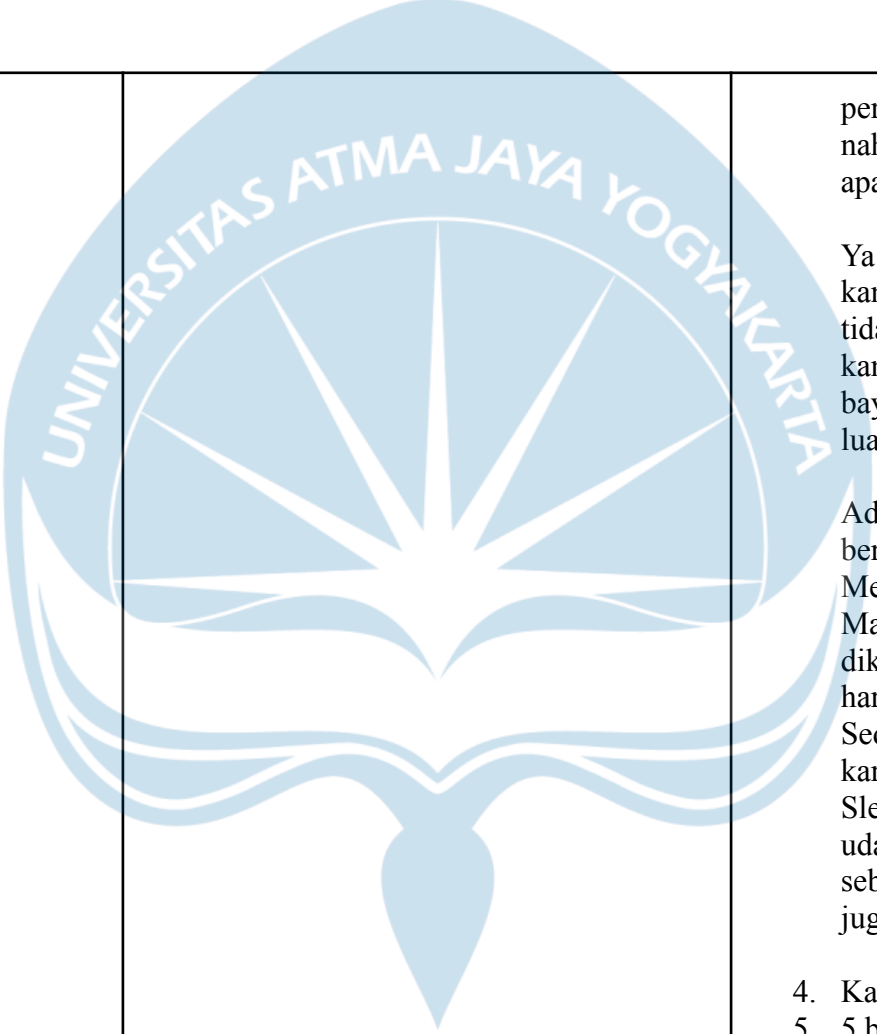
No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak B (d disesuaikan) hingga lahir berupa media digital?	-
2.	-	Data Diri	1. Apa jabatan Anda saat ini? 2. Sudah berapa lama bekerja di Media B (d disesuaikan)?	1. Jurnalis Muda di desk pendidikan 2. Kalau di Media B aku udah 3 tahun, iya ini masuk 3 tahun. Tapi kalau secara generalis aku sudah 8 tahun, sejak tahun 2016. Sebelumnya di Media C tapi yang cetak, nah kalau kayak di Media C itu wartawan <i>onlinenya</i> cuma satu, tapi kalau dicetaknya memang banyak. Mereka itu kan manajemen mereka belum kayak kami, kalau di Media B kan jelas, jurnalis cetak dan <i>online yo kuwi</i> , kalau mereka kan nggak, masih sendiri-sendiri. Jadi yang <i>online</i> ya ngerjain <i>sak</i> DIY.

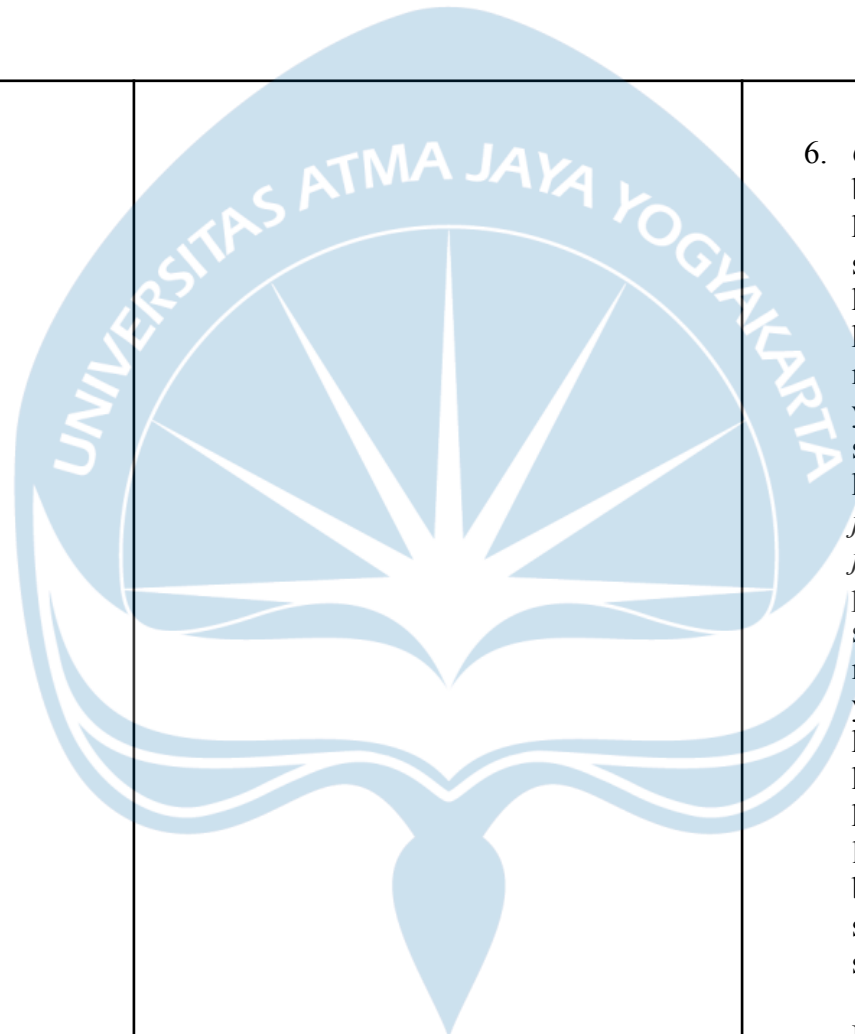
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media B (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya? 3. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 4. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 5. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 6. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media B yang mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi? 7. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari? 8. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di Media B, aku tuh sehari harus <i>nggarap</i> 5 berita, Mbak. Terus Live Facebook itu 3, nanti ku kasih ini deh blanko KPI ku. Ya isinya cuma berita 5, foto 2, Live FB 3, gitu aja sih. Di Media B itu kan kita merujuk pada yang Jakarta ya, jadi Media B Jogja bagaimanapun menginduk ke Media B Jakarta. Jadi secara sistem yang harus diadopsi ke 50 Media B lain yang ada di seluruh Indonesia. Itu kenapa KPI kita, berita 5, Live FB 3, foto 2 gitu karena ya kita merujuk pada satu sistem yang lain. 2. Selama 3 tahun di Media B ini, emang aku fokusnya pendidikan. Cuma baru banget nih, aku dipindah Klaten. Nah, bedanya nanti gini, kalau di pendidikan itu, kita liputannya lebih banyak tentang pakar. Makanya aku punya banyak banget nih kontak, misalnya pakar pendidikan dalam arti mulai dari TK, SD, SMP, SMA, sampai universitas. Biasanya aku juga yang liputan kalau misalnya seleksi nasional bersama itu aku. Nah, di pendidikan itu biasa
----	-------------	-----------------	--	---

				<p>liputan tahunan, SPBP, SNBT, dan tentu saja indepth reporting tentang seragam, jadi jual beli seragam di sekolah kan nggak boleh. Nah aku biasanya <i>nggarapi</i> tentang kayak gitu.</p> <p>3. Transisinya gini, lebih ke transisi KPI ya. Karena dulu waktu di Media C aku nggak perlu mikirin hari ini harus sekian berita dan tidak ada penilaian atau evaluasi khusus gitu. Kalau sekarang ada Mbak, kita kalau KPI-nya jelek dipindah tuh ke tempat yang jauh selain rollingan reguler. Kayak ini kan aku rollingan reguler, nah tapi ada juga yang <i>teka-teka</i> dirolling, itu karena dia KPI-nya <i>basicnya</i> buruk aja. Nah, itu yang bikin aku kayak bingung, karena kan untuk mendapatkan satu berita itu, berita berkualitas ya, itu sulit dan butuh analisa. Apalagi di pendidikan, nggak mungkin kita setiap hari agenda gitu. Misalnya, kalau Mbak Flo dari UAJY ya, kan kemarin ada ospek, tapi kan nggak mungkin</p>
--	--	--	--	--


			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst.	<p>beritanya gitu-gitu doang. Harus ada yang nilai beritanya, kalau cuma sekedar ospek juga kampus lain juga ospek, gitu lho. Itu sih, jadi aku “<i>hoekkk</i>” juga sih awal-awal ini, tapi kemudian ya idealisme harus sedikit luntur supaya KPI-nya bisa terpenuhi itu. Kalau nggak gitu, <i>nganu</i> Mbak, industrinya itu masih belum sehat. Secara keseluruhan tuh industrinya belum sehat, bagaimana di lapangan sering, satu daerah kan luas ya, hmmm misalnya gini deh misalnya kemarin PPP tiba-tiba mengadakan jumpa pers, mencalonkan Ganjar. Itu jumpa persnya nggak di Jakarta, tapi di Sleman. Terus bayangin, di Sleman itu jurnalis Media B Jogja hanya ada 1, kalau kayak gitu kan dia harus <i>nggarap</i> PPP, harus <i>nggarap</i> yang lain. Capek kalau misalnya kita tidak berjejaring dengan teman-teman jurnalis lainnya gitu. Secara jurnalistik kan nggak ideal, bahwa kita minta berita ke yang lain itu kan tidak boleh, tidak ideal. Nah, teman-teman</p>
--	--	--	--	---

			 <p>mengakalnya dengan minta berita yang lain, tapi dia minta konfirmasi nih. Jadi berita sudah selesai, terus “OH OK” kita konfirmasi ke narsumnya, kira-kira ini boleh nggak dikutip. Somehow itu nggak ideal sih, karena belum ini aja. Jadi bukan minta bocoran, tapi sudah berita jadi atau rekaman. Jadi semacam menyadur tetapi dikonfirmasi dan banyakan gitu sekarang. Kadang kayak ada satu kejadian gitu, misalnya aku belum bisa ke sana gitu, ya aku nyadur dari teman-teman dulu. Kayak eee “kira-kira aku aman nggak ya kalau buat” “aman-aman, udah ini aja, nggak apa tadi aku juga bilang ada Media B kok tapi belum nyampai”, gitu.</p> <p>Atau misal <i>by phone</i> ke narasumber, biasanya tuh “Pak di sini ada Media B dan ini, ini, ini” di sebutin tuh semua. Nah nanti aku boleh tuh nyadur, tapi kalau aku nggak disebutin ya itu baru nggak bisa dan butuh konfirmasi. Kecuali kalau pas</p>
--	--	--	---

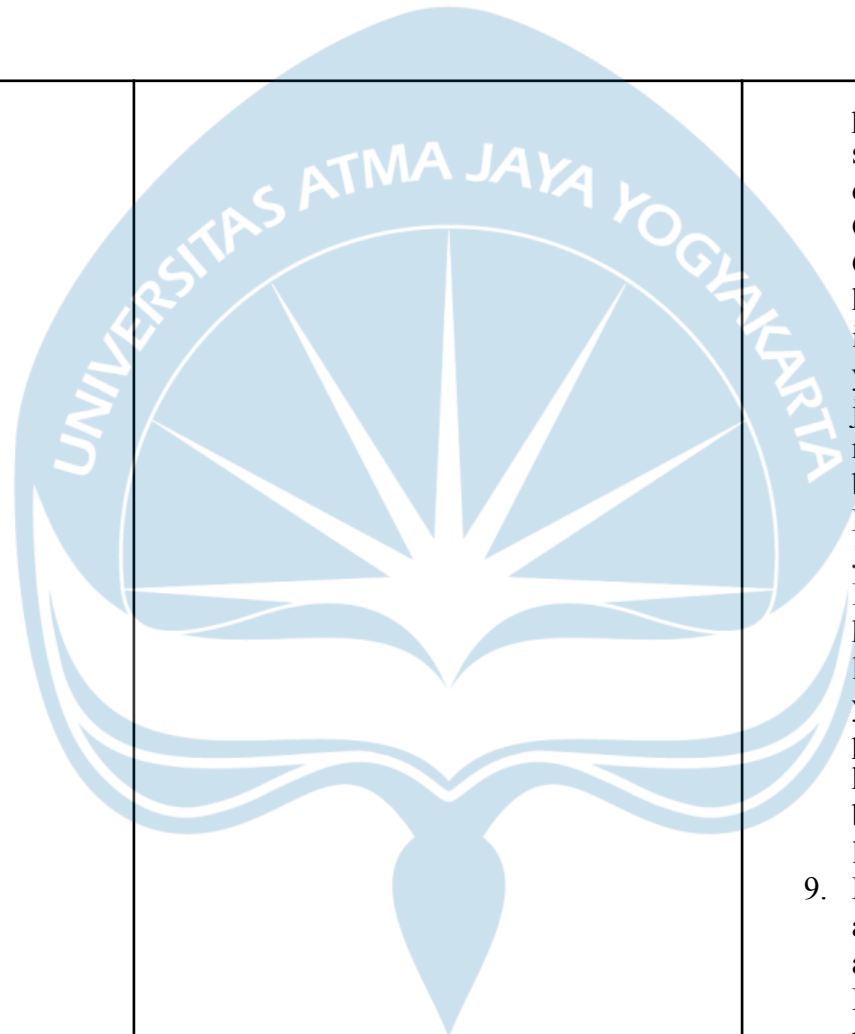
			 <p>perkenalan “Di sini ada banyak, Pak” nah “banyak Pak” itu ya udah nggak apa, sadur aja.</p> <p>Ya karena tidak ideal itu tadi, karena kan idealnya satu wilayah itu paling tidak ada 2 atau 3 orang lah. Cuma kan perusahaan nggak sanggup bayarnya. Padahal Sleman itu kan luas banget.</p> <p>Ada satu hal yang aku inget banget, berita, di Sleman itu adalah jurnalis Media B Jogja itu rumahnya di Magelang, Mbak. Malem-malem dikabari ada berita mutilasi, dia harus langsung ke Sungai Bedog. Sedangkan malem itu aku sibuk, karena sebenarnya aku bisa backup Sleman juga, cuma dia duluan yang udah bales di grup. Karena sebenarnya aku pontang-panting juga, Mbak.</p> <ol style="list-style-type: none">4. Kalau aku libur setiap hari Minggu.5. 5 berita, 3 Live FB, dan 2 foto itu wajib, Mbak. Harus.
--	--	--	---



				<p>6. <i>Online</i> tuh biasanya gini, untuk berita-berita yang <i>breaking news</i>, kayak misalnya mutilasi ini ya secepat mungkin, pada saat itu juga, karena kita tidak terpaku sama waktu kan, 24 jam kan <i>online</i> tuh. Tapi misal kayak kemarin, analisa pakar, ya sebagai jurnalis pendidikan dan sering ngobrol sama pakar kan aku harus memetakan dulu nih, “<i>iki janjane jawabane logis ra sih jawabane si pakar iku</i>”. Jadi ya paling 2 jam setelah itu, 3 jam setelah itu, biasanya akan baru bisa muncul gitu. Jadi tidak ada deadline yang pasti sih, Mbak. Beda sama koran, kalau koran kan jam 7 malem, harus sudah masuk. Kalau ini kan kita nggak atau kayak kemarin aku liputan di Malioboro, bahkan aku baru bisa ngerjain, satu ngerjain siang, setelah itu baru bisa ngerjain semuanya baru mulai jam 6 sore kok.</p> <p>Kita ada ketentuan, 5 berita itu hanya boleh ada 1 isu yang bisa jadi 2</p>
--	--	--	--	--

			 <p>berita. Jadi misalkan kayak kemarin, aku nanya “bagaimana nih nasib Demokrat dan PKS setelah NasDem mencalonkan Anies dan Cak Imin?”. Nah, itu kan <i>plot twist</i> banget, nah itu aku untuk menulis tema itu hanya boleh 2. Sisanya ya itu tadi, yang Malioboro, ya itu tadi patokannya untuk 1 isu yang sama hanya boleh 2, karena jangan sampai 5 itu isinya cuma mecah-mecah aja, gitu. Biasanya aku mematuhi itu, tapi kalau aku capek banget ya <i>teka</i>, misalnya ada Agus Yudhoyono di UGM gitu, yaudah beritanya, 1) Agus Yudhoyono datang, 2) Agus Yudhoyono mengatakan tentang demokrasi ini, 3) Pandapat Agus Yudhoyono tentang ini, 4) tentang ini, gitu sih. Jadi semua tentang Agus Yudhoyono gitu.</p> <p>7. Jadi gini, aku masuk tuh 2020. Lalu, setahun kemudian ada anak baru, dia sekarang ditempatkan di Bantul. Kemudian, setahun kemudian, berarti 2022 nambah ada anak baru</p>
--	--	--	---

				<p>lagi, berarti nambah 2 ya. Nah, sekarang setelah rollingan ini, sudah banyak desas desus pada mau resign. Jadi kayak, ada yang masuk, tapi ada yang keluar juga, gitu lho. Kalau di Media B, nggak melakukan efisiensi. Kalau dari pusat memang harus ada efisiensi, cuma kemudian di Media B karena mereka keluar duluan karena ada pekerjaan bagus misalnya, jadi ya aman aja sih kita ya. Meskipun Media B sudah mengajukan 3 nama untuk diefisiensikan. Tapi sebenarnya temen-temen pengennya udah di cut aja sih, hehehe. Jadi sekalian aja ayok di PHK, tapi nggak di PHK PHK, jadi ya udah. Kalau di PHK kan dapat pesangon, makanya itu tarik ulur mereka aja, gitu lho.</p> <p>8. Jadi yang nentuin topik itu ada yang namanya Manajer Liputan. Nah, jadi Manajer Liputan ini, mau liputan apa atau harus liputan apa, tapi biasanya ya tidak terlalu sulit ya karena kita sudah tahu flow kerjanya kan. Paling hanya penegasan, misalnya kapan sih</p>
--	--	--	--	---



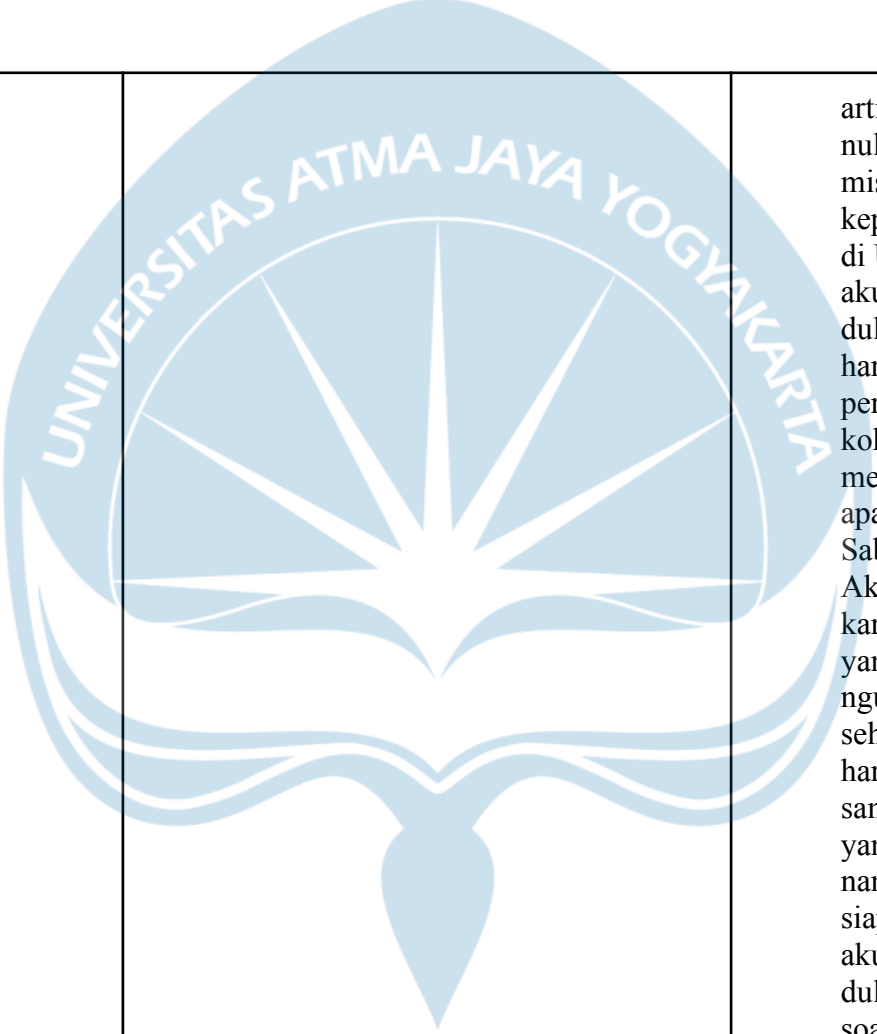
				<p>pelaku mutilasi yang di Pakem, yang sebelumnya yang perempuan itu disidangkan, atau bagaimana update Girisubo penembakan yang di Gunungkidul, itu itu aja sih. Jadi, dia hanya menentukan update hari ini, ini ini ini. Nah sisanya sih ya. Itu kan yang liputan yang online, tapi kan juga ada juga yang cetak nih. Nah manajer produksi yang dicetak, itu bisa jadi nggak mau ambil yang itu. Bisa aja nih misalnya tiba-tiba dari Jakarta, kayak kemarin yang Cak Imin dan Anies Baswedan. Malem kan ya? Malem itu, yaudah berita lokal nggak bisa dipakai, harus itu yang dipakai. Berita lokal kepakai pun ya hanya seberapa gitu. Kecuali kalau di nasional nggak ada yang bagus, yaudah berarti pakai yang lokal.</p> <p>9. Kalau yang nggak ditentukan, karena aku orang lapangan Mbak, jadi pasti aku tahu. Bahkan <i>somehow</i>, Manajer Liputan aja nggak tahu, karena dia nggak di lapangan. Tapi secara garis besar, aku tahu, aku paham apa yang</p>
--	--	--	--	--

				<p>aku mau gitu. Misalnya gini, dulu aku tahun 2021, aku pernah angkat anak-anak adopsi yang ada di Belanda dan sebenarnya mereka anak-anak Jogja. Ceritanya adalah aku melihat iklan di ICJ, kok ada orang Belanda yang mencari orang tuanya di Jogja, tapi kok <i>kerep</i>, jadi tak hubungi lah itu yang punya organisasi.</p> <p>10. Algoritma Google, nggak menentukan. Jadi kalau aku selalu berpikiran gini, sebagai jurnalis, aku itu kan manusianya, kalau algoritma Googlenya, kan sebenarnya ngikutin manusianya. Kayak misalnya, Rektor UGM dilantik, Prof. Eva dulu pertama kali dilantik sebagai rektor UGM pertama perempuan, gitu misalnya. Itu kan jadi <i>trending topic</i> di Google, nah yang bisa jadiin itu trending topic di Google kan siapa kalau bukan aku, bukan temen-temen ku, bukan jurnalis-jurnalis ini. Yang membuat Google Trend itu ya kita-kita ini. Tapi mungkin iya kita</p>
--	--	--	--	--



				<p>melihat sebagai patokan, “oh yang lagi rame ngomongin tentang bola yang baru ngeluarin jersey baru” itu ramai kan? Nah itu, ramai di Google tapi awalnya dari berita, jadi kita running terus untuk tetep masuk ke ramai-ramainya itu sih.</p> <p>11. Kalau kayak misal tadi nyadur, aku nggak memungkirin kalau aku kadang minta temenku, kalau aku nggak bisa kesana karena aku masih harus <i>nggarap</i> iklan. <i>Garapan</i> yang sangat tidak enak itu adalah <i>menggarap</i> iklan ya, hehehe. Jadi aku harus minta tolong temenku, tapi gimana supaya tetep nilai jurnalistiknya ada atau etikanya tetep ini. Ya aku telpon narasumbernya, “Pak tadi sudah diwawancara X ya, atau Y ya? Saya boleh nggak wawancara lagi?”, kadang kalau narasumbernya dah kenal sama aku malah “nyadur X wae, nyadur Y wae.” nanti aku tanya lagi “boleh nih?” lalu “boleh <i>pada wae</i>”. Karena dia sudah baca beritanya, X, Y atau aku sudah kasih</p>
--	--	--	--	--

				<p>link beritanya, gitu dia akan oke. Karena biasanya mereka akan ngomong “<i>kesel aku ngomong meneh, pada wae</i>”. Menghubungi Itu untuk menghindari adanya persengketaan kalau dia tidak merasa diwawancarai oleh mediaku. Ya tapi pengalaman sih, Mbak. Kalau anak baru ya pasti “siapa kamu?” gitu kan. Dan kalau nggak konfirmasi tuh ada rasa takut juga, misal kena sengketa atau “diceng-cengin” narasumbernya “<i>ra wawancara kok ana beritane</i>”, gitu. Dan sebagai jurnalis aku sangat menjunjung tinggi relasi itu tadi, karena hanya dengan relasi, Mbak kita bisa kayak gini, bener.</p> <p>12. Bahkan sehari kita nggarapin iklan doang itu pernah. Iklan itu kan macem-macem, luarannya bisa podcast video atau artikel koran. Jadi gini, biasanya sebelum jadi podcast tuh ada iklannya dulu di bawah, di halaman 1 paling bawah. Baru kemudian podcast, nah podcastnya itu juga harus bisa punya luaran</p>
--	--	--	--	--

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst.	<p>artikel cetak dan online. Ya yang nulis siapa? Ya aku. Ada juga iklan, misalnya BPKBN, misalnya kepalanya ke sini, ke UGM. Padahal di UGM juga ada Menteri. Ya udah, aku tetep harus ngedahuluin iklan dulu. Iklan itu harus diduluin, harus, harus, harus itu, Mbak. Justru ya, aku pernah kok, mungkin Mbak tahu kok. Seniman Joko Pekik itu meninggal, aku yang utamakan tuh apa, Mbak? Iklan Mbak. Jadi di hari Sabtu tuh yang kerja cuma 3 orang. Aku nggak bisa ke Panti Rapih, karena aku harus nggarap iklan. Nah, yang di Bantul biar temenku yang ngurusin, tapi kan padahal seharusnya yang di Panti Rapih harus ada beritanya dulu dong. Aku sampai bilang ke temen-temenku yang wartawan, “Aduh, boleh ya nanti dikirimi wawancara dengan siapa pun itu. Nanti biar transkripnya aku. Tapi yang penting ada beritanya dulu. Aku nggak bisa kesana, soalnya aku masih nggarap iklan.” Terus ada yang komen, lagi genting</p>
--	--	--	--	---

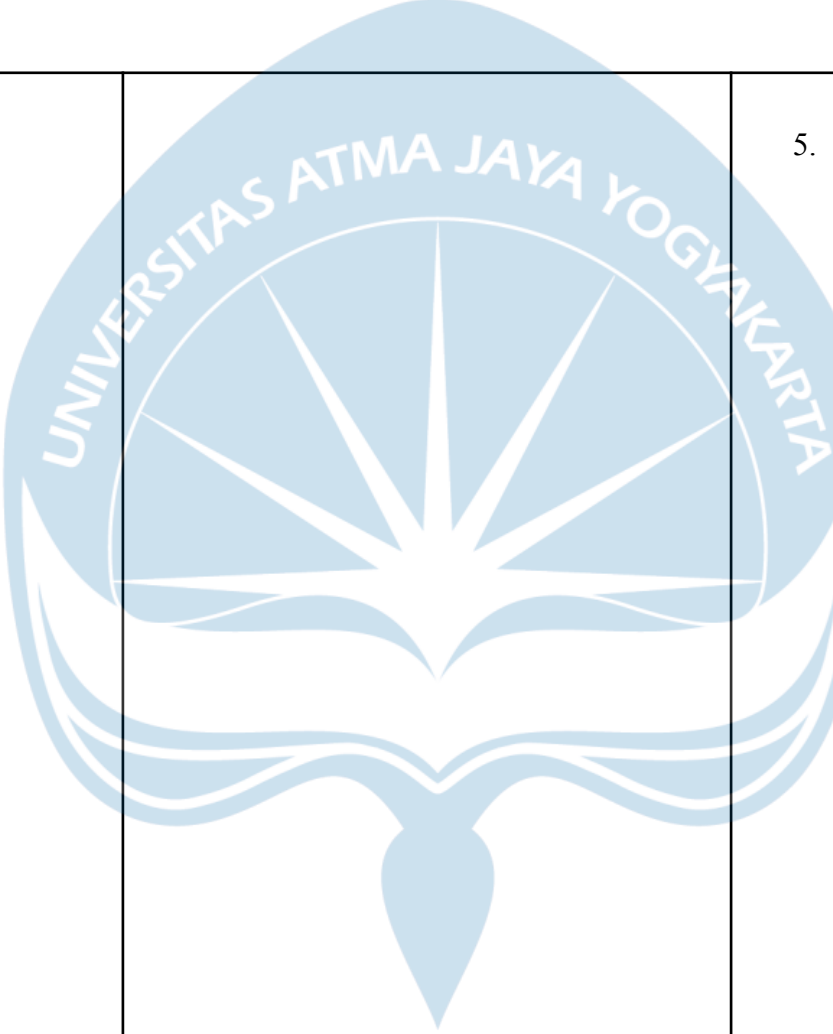
				<p>gini malah kamu nggarap iklan? ya aku jawab “ya menurutmu?” Iklan tuh harus didahulukan, mau gimana pun, iklan itu harus didahulukan. Sedih ya.</p> <p>13. Aku sehari tuh bisa nggarap iklan malah bisa 1, 2 lah. Yang nyariin AE, atau biasanya press realease aja, nanti aku yang nggarap. Nah, balik lagi ke yang podcast itu kan luarannya juga perlu artikel. Kalau dari podcast kan yang wawancara bukan aku ya, jadi aku nggak bisa nulis dengan menentukan angle sendiri. Padahal aku butuh angle sendiri. Jadi yaudah deh.</p> <p>Oh iya jangan dipikir iklan itu selalu, by on the form. Maksudnya, kadang nih ya redaksi, dia menyuruh jurnalis untuk liputan orang yang sering ngiklan. Jadi belum tentu dia bayar itu. Misalnya, ada 1 orang anggota DPRD dia sering ngiklan, malah dia yang menghidupi Media B lah istilahnya. Dia kan lagi masa</p>
--	--	--	--	---



				<p>kampanye sekarang, gini “Bos, tolong ya jurnalis Media B 1 kesini.” . Kayak kemarin aku disuruh ke Ledok Tukangan yang di Malioboro itu. Jalane mblusuk, untung aku naik Gojek. Ternyata dia itu cuma mau meresmikan jalan yang digarap secara padat karya. Nah, dan diapun mintanya diwawancara pakai video, Mbak. Dan itu nggak bayar, ya dia nggak bayar ke kantor. Ya hanya karena dia yang “menghidupi” kantor aja. Aku kan bawa kamera, tripod, dan mic eksternal, lalu dia “Mbak, nanti saya jalan dari situ”. Jadi itu awalnya jalan rusak, terus diurusin sama partainya dia, untuk ngeluarin daerah pemilihan dia yang jalannya rusak. Kenapa harus dibenerin? Karena akses itu menjadi penting untuk peningkatan perekonomian kota, gitu. Nah, dia maunya <i>dishoot</i> pas dia turun di jalanan itu, panas-panas begini, Mbak. Dan dia tahu kalau berita itu akan tayang di Media B. Jadi dia berlagak layaknya <i>host</i> dan dia</p>
--	--	--	--	---

				bilang juga kalau dia dari PDI, nyebutin partainya. Oiya, untuk video ini tidak masuk dalam KPI kantor ya, jadi hanya memenuhi permintaan bapak X dari partai PDIP ini saja. Ya, kampanye terselubung.
4.	Neoliberalisme	Fleksplorasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan? 7. Apakah Anda mendapat bonus 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahun 2020, kontrak kerja itu ada, tapi kan PKWT (Perjanjian Kerja dalam Waktu Tertentu), itu jadi posisinya aku bukan karyawan tetap. Jadi ya aku karyawan PKWT. Jangka waktunya, itu kan sebenarnya kalau dari undang-undang kan 3 tahun, tapi sampai sekarang belum ada kejelasan bagaimana-bagaimananya sih. Yaudah, kira-kira itu. 2. Seminggu tuh tertulis, 8 jam kerja, cuma kan kalau di redaksi nggak bisa begitu. Jadi mereka bikin surat kontrak sama kayak yang di luar redaksi, gimana sih ya aku juga baru nyadar malah. Biasanya nih ya, kalau aku, karena aku nggak mau kerja 24 jam, aku tuh nggak mau kehilangan diriku karena kerja, jadi biasanya katakanlah jam 8 udah nulis, tapi jam 4 harus sudah selesai. Atau misalnya

			<p>sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja?</p> <p>8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)?</p> <p>9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)?</p> <p>10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja?</p>	<p>kalau aku mau bersantai di pagi hari, ya aku baru mulai nulis jam 1 siang, nanti selesai jam 8 malam. Itu sudah termasuk liputan lapangan karena aku nggak mau ngoyo. Jadi aku kerja sesuai ongkos aja. Biasanya jam 8 pagi itu ada di mailing list kalau kalau masih kosong ya nanti aku isi. Jadi nggak ada tuh cerita aku kerja sampai jam 12 malam, kecuali ada <i>occasion</i> tertentu. Misal ada iklan, acaranya jam 5, ya aku dari pagi nggak kerja. Aku kerjanya mulai sore, nggak mau aku pagi siang sore kerja. Aku nggak mau kerja terlalu <i>over</i>, tapi juga nggak kurang, jadi ya cukup.</p> <p>3. Intinya masa kerjanya 6 hari di redaksi, jadi kalau di redaksi nggak ditulis untuk jam kerjanya.</p> <p>4. Kalau upah pokok ya? Belum sesuai UMR sih, kalau upah pokok plus tunjangan baru di atas UMR. Tapi kalau cuma upah pokok, belum sih. Upah pokok Rp 1,3 juta lalu tunjangannya Rp 1 juta.. jadi total Rp 2,3 juta. Untung aku punya banyak</p>
--	--	--	---	---




				<p>relasi, hehehe.</p> <p>5. Aku nggak mau ngoyo, kasihan badanku. Ya kita memang dapet BPJS, tapi kan ya Mbak tahu sendiri di negara kita gimana, ya bisa dipakai, ya bagus. Hanya saja kalau sakit keras yang sedih siapa? Ya temen-temenku, ya keluargaku, ya orang-orang terdekatku. Kantor <i>mah</i> bisa cari lagi. Kita dapet BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan, lalu untuk JHT juga dapet. Jauh lebih baik dibandingkan ketika di Media C ya. Kalau di Media B ini kan aku jelas ya dibayarnya, setiap tanggal 25, lewat Bank BPD, ada tunjangan, dan kita punya NPWP, jadi bayar pajak. Kalau dulu waktu aku di Media C nggak. Lalu di Media C itu bayarannya per berita, nggak ada gaji pokok kayak aku sekarang, uangnya kadang ada kadang nggak. Kaget ya? Jadi gini, bisa aja dalam kurun waktu 3 bulan, karyawan Media C itu nggak gajian, karena nggak ada duitnya. Dari perusahaan, perusahaan itu kan udah nggak <i>settle</i></p>
--	--	--	--	---



				<p>Mbak, nama doang besar, jadi hidup segan mati tak mau. Apalagi iklan, iklan zaman sekarang kan sulit. Jadi, belum tentu tuh 3 bulan tuh mereka bisa gaji, dan gajinya harus ngambil di loket keuangan, untuk menghindari pajak itu tadi, kayaknya sih hehehe, jadi ya manual. Itu bayaran per berita, karena dicetak dulu di zamanku (3 tahun lalu), kalau yang kecil itu per berita Rp 10.000, kalau agak besar Rp 25.000, kalau di halaman depan Rp 45.000, nah kalau ada fotonya, fotonya doang Rp 50.000. Jadi kalau halaman depan dan ada fotonya, berarti ya Rp 95.000. Itu rasa-rasanya bisa ideal kalau bisa ideal, tapi kan gini, Media C lho cuma berapa halaman, sedangkan jurnalisnya banyak, Bantul ada 2 jurnalis padahal mereka cuma ada 1 halaman, itu katakanlah 1 halaman Rp 500.000 untuk 2 jurnalis, kalau dipangkas karena iklan jadi Rp 250.000 untuk 2 orang. Nah tapi kalau diilangin, karena iklannya lebih menarik, ya nggak</p>
--	--	--	--	---

				<p>gajian dia hari itu. Nah, kalau yang <i>online</i> cuma ada 1 orang, untuk mengcover se-DIY, dan dia setahu aku gaji tetap Mbak. Jadi memang ada perbedaan manajemen dalam satu PT.</p> <p>6. Aku dapet HP XIAOMI Redmi A, untuk kerja dari kantor, tapi nggak aku bawa sekarang. Lalu pulsa Rp 80.000/bulan, tapi transport itu ya udah masuk gaji itu. Tapi gini Mbak, biasanya kayak misal orang-orang Universitas X itu, pasti akan mengeluarkan uang transport untuk para jurnalis, itu pasti begitu. Nah, kayak Universitas X nih, mereka punya 5 jurnalis yang biasa mereka undang ke acara-acara mereka, kayak mereka wisuda seribu sekian, nah itu kita dapat uang transport. Kalau <i>nggak</i> diterima malah kita yang <i>dimarahin</i> dan besok lagi nggak diundang, karena memang mereka harus mengeluarkan uang itu, nanti kan tercatat dikeuangan mereka. Begitu juga imigrasi, kadang</p>
--	--	--	--	--

			 <p>ngasih uang aja, kadang ngajak makan juga. Kadang ada juga tuh misal guru, aku ada kenalan 1 guru di Sleman yang seneng banget sama liputanku, karena aku gampang, “Mbak aku pengen ini masuk di beritanya Media B gimana ya?” ya aku jawab, “oh iya Bu, bisa, gampang nanti <i>tak</i> wawancara”. Dia seneng dan pengen ngasih apresiasi, tapi bingung mau ngasih apresiasi apa, jadi duit, kalau duit kan gampang, tinggal transfer aja. Jadi sampai sekarang sih aku nggak minta uangnya, hanya ya pada mengapresiasi itu. “Mbak maaf ya ini cuma untuk beli pulsa.” tapi Rp 500.000, kan bisa untuk beli pulsa 5 bulan. Itu tadi bagian dari relasi.</p> <p>Universitas Y itu, tiap lebaran, walau aku nggak lebaran mereka tetep ngasih parcel. Jadi nggak dapet uang tapi dapet parcel yang nominalnya Rp 500.000 gitu. Begitupun dengan Universitas X, biasanya minta kami untuk ngambil parselnya langsung ke</p>
--	--	--	---

				<p>kampus.</p> <p>Kalau sejauh ini aku nggak lapor ke kantor ketika sudah menerima itu semua, karena aku nggak nggarap berita yang aneh. Beritaku itu <i>harmless</i> dan kesepakatan dengan teman-teman, kalau beritanya <i>harmless</i> ya nggak usah ngomong. Kecuali kalau misalnya, ada kasus orang ini bermasalah lalu manggil kita jurnalis dan ngasih duit, itu biasanya sih kalau nolak. Aku langsung nolak. Sebanyak apapun yang dia kasih, aku akan tolak. Daripada kamu tidak nyaman dengan beban moralnya mending kamu tolak, karena mereka ngeluarin duitnya itu nggak sedikit lho, Mbak. Kayak gitu per jurnalis bisa dapet sejuta, sejuta setengah, dua juta.. tapi daripada nggak enak ya mending aku tolak. Nah, kalau beritanya <i>harmless</i> dan bentuknya adalah apresiasi aku terima.</p> <p>7. Nah, biasanya bonus tuh ada, lima ratus ribu, sejuta dua juta, tiga juta.</p>
--	--	--	--	---

				<p>Tapi tahun ini, sampai sekarang belum ada bonus.</p> <ol style="list-style-type: none">8. THR kami dapet Mbak, 1x gaji.9. Cuti sama sih kayak yang lain, dapat 12 hari kerja atau kita bisa pakai pengganti hari libur juga, Mbak. Misal 17 Agustus, itu bisa diganti dihari lain. Jadi kalau anak-anak redaksi tuh biasanya jatah cuti utuh, atau kalau kepakai ya paling sehari dua hari, karena load kerjanya cukup banyak, tapi ya enakya karena nggak harus ke kantor, bisa kerja dari rumah meskipun secara fisik tetap capek, tapi yang penting emosional ku tetap waras karena tidak perlu melihat drama di kantor.10. Aku nggak gabung AJI, PWI nggak. Aku nggak suka, aku free aja Mbak. Aku bukan orang yang suka di organisasi yang kemudian kita harus menentukan ideologi seperti apa. Karena kan di AJI atau PWI punya idealismenya gini gini gini. Tapi aku punya idealisme ku sendiri dan aku nggak mau diatur hanya karena isi otak aku berbeda. Misal kalau sama
--	--	--	--	--

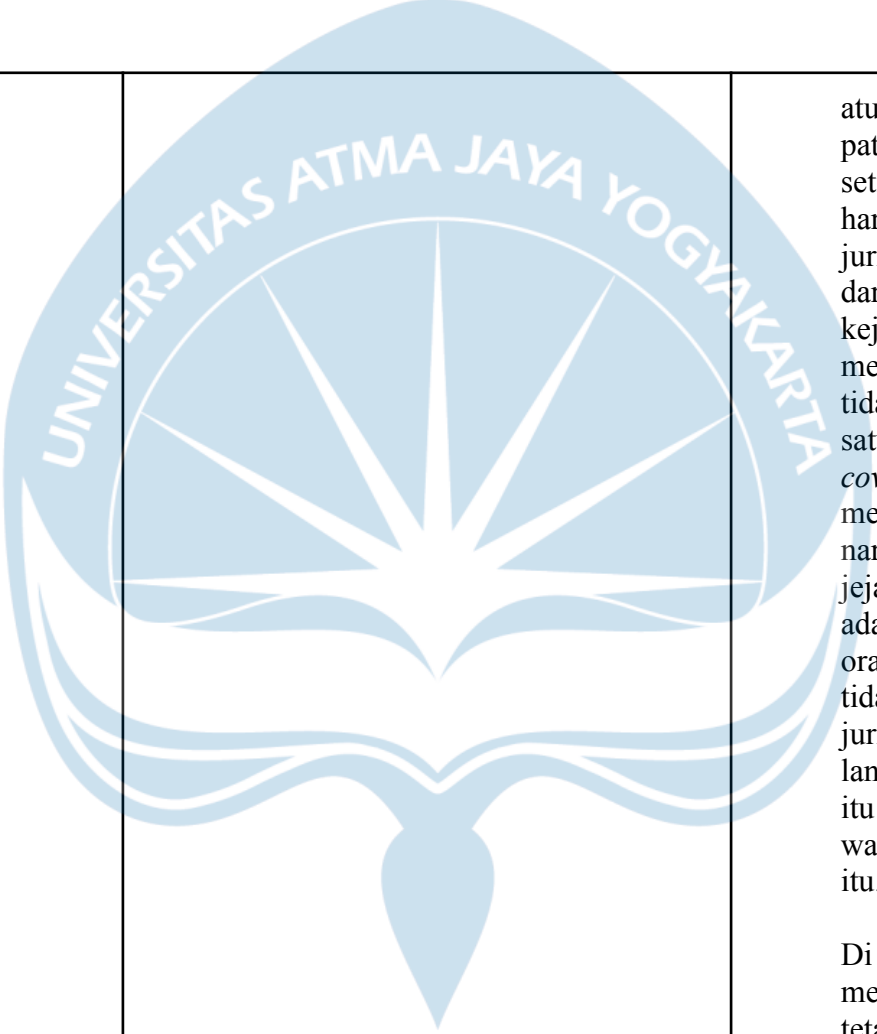


				<p>AJI kan kayak seolah harus menggempur pemerintah. Ya aku nggak bisa, kalau aku mau kayak gitu ya susah, karena menurutku ada sisi di mana pemerintah perlu untuk diapresiasi, di mana ya perlu di gorok juga. Nah, kalau di PWI aku nggak tau, tapi aku nggak mau aja intinya, karena pemikirannya ya beda aja. Soalnya menurutku, ketika kamu kerja jurnalistik, ya kamu harus mematuhi etika jurnalistik, bukan etika organisasi.</p>
--	--	--	--	--

Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Lima
Media : C
Jabatan : Redaktur

Tanggal : 28 Agustus 2023
Jam : 20.00 WIB
Durasi : 30:15
Tempat : Telepon via *WhatsApp*

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak Media C hingga lahir berupa media digital?	-
2.	-	Data Diri	1. Apa jabatan Anda saat ini? 2. Sudah berapa lama bekerja di Media C?	1. Redaktur (Mengedit berita teman-teman reporter) 2. Saya sudah bekerja di Media C Online selama 14 tahun sejak tahun 2009.
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media A (d disesuaikan) hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya?	1. Sekarang arah kita sudah berubah karena adanya tren media-media online yang masih bisa dibagi-bagi seperti media <i>mainstream</i> seperti portal berita atau komunitas, ataupun YouTube yang kurang jelas. Namun sebagai wartawan kami dibekali dengan etika adanya

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the fan shape.	<p>aturan-aturan yang harus kita patuhi sebagai wartawan. Dalam setiap berita yang kami produksi harus berpegang pada kaidah jurnalistik dan tidak bisa keluar dari itu, ada suatu perkara atau kejadian kita tidak mungkin menulis misal korupsi misal kita tidak bisa hanya mengambil dari satu sisi saja, kita harus bisa <i>covered both side</i> dengan mengonfirmasi dengan narasumber lain. Misal ada jejaring komunitas di Facebook, ada kebakaran SPBU. jika kita orang awam atau wartawan yang tidak memegang kaidah jurnalistik mungkin akan langsung tulisa saja tapi ternyata itu hanya editan, namun kalau wartawan kami tidak bisa seperti itu.</p> <p>Di Media C walaupun sudah menggunakan media online kami tetap menggunakan <i>slow journalism</i> dan tidak asal-asalan</p>
--	--	--	---	--

				<p>karena pembuatan berita sangat ketat.</p> <p>2. Jumlah jurnalis di Media C cukup naik turun, dinamika di media lain juga sepertinya seperti itu. Ketika kami ada kekosongan posisi di satu tempat kami juga akan mencari yang pengganti untuk mengisi posisi kosong tersebut.</p>
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 2. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 3. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 4. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media C yang mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi? 5. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari? 	<p>1 & 2 Media C Online lebih dituntut dinamis jadi itu hanya eksidental saja, artinya tema-tema yang diangkat dan yang membutuhkan rapat dan koordinasi hanya beberapa saja. Untuk yang sehari-hari kami jalan sendiri karena itulah adanya redaktur yang menyaring topik berita.</p> <p>3. Itu adalah tugas kami sebagai redaktur, jadi kami harus lebih jeli untuk membaca dan memonitor algoritma Google dan Meta. Kalau sampai ke bawah reporter tidak sampai kesana karena kalau reporter hanya isu lokal. Kalau kita memonitor itu kita ikuti tapi</p>

			<p>6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)?</p>	<p>tidak selalu kita ikuti dan mengikuti ritme kita, hanya untuk mengimbangi berita-berita yang sedang tren saja.</p> <p>4. Kami masih sangat menjaga kualitas produk jurnalistik. karena semua mata di jogja melihat Media C jadi kalau kami tidak hati-hati akan merugikan konsumen.</p> <p>5. Media C Online menargetkan jurnalis minimal membuat 4-5 berita dengan mengirimkan foto-foto kejadian, namun jika tidak ada foto kejadian maka petugas di kantor memiliki tugas mencari foto-foto pendukung berita.</p> <p>6. Tidak diwajibkan, jadi <i>advertorial</i> boleh dilakukan ataupun tidak. Tapi untuk jurnalis yang bisa memasukan <i>advertorial</i> akan mendapatkan persentase 20% dari transaksi iklannya dan sisanya akan masuk ke kantor.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksplorasi	<p>1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani?</p>	<p>1 & 2 Ke kantor? Oh Ada perjanjian kontrak kerja di awal.</p>

			<ol style="list-style-type: none"> 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan? 7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja? 8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)? 9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, 	<p>2 & 3 Dalam sehari kami bekerja 8 jam dengan sistem shift pagi siang sore dan malam. Kemudian dalam satu minggu kami bekerja 6 hari kerja dengan libur di hari minggu.</p> <p>4. Lho nggak usah dijawab ya, lewati lewati.</p> <p>5 & 6 Untuk BPJS kami sudah dicover dengan BPJS ketenagakerjaan dari perusahaan, tidak ada BPJS kesehatan.</p> <p>7. Eeee ada.</p> <p>8. THR ada diterima sebelum lebaran (H-7 Lebaran)</p> <p>9. Hak cuti kami ada 7 hari, saya tidak pernah mengambil jadi tidak tahu. Tapi tidak boleh lebih dari 3 hari berturut-turut, maksimal 3 hari.</p>
--	--	--	---	---


			<p>dll)?</p> <p>10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja?</p>	<p>10. Kalau di asosiasi wartawan saya ikut, Saya tergabung di PWI sejak masuk di Media C karena pengurus-pengurus PWI kebanyakan dari Media C jadi kami dalam tanda kutip diwajibkan masuk kesana. Pertama karena memang wajib, kedua karena kebutuhan kami karena wartawan jika 2 tahun tidak mengikuti asosiasi nanti tidak ada yang mendukung kita dalam menjalankan tugas-tugas jurnalistik itu.</p>
		Pertanyaan tambahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah di kontrak kerja tertulis waktu kerja? 2. Diawal, berapa tahun sampai diangkat menjadi pegawai tetap? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ini wajib menjawab? Kalau untuk kontrak tidak detail membahas sedetail itu. 2. Duh, yang jelas lama. ini jawabannya buat apa? jangan sampai jawabannya jadi bumerang untuk saya. Nggak usah dijawab aja ya, saya nggak usah jawab. Nggak enak saya.

Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Enam
Media : Media D
Jabatan : Pimpinan Kantor Wilayah / Koordinator Bisnis

Tanggal : 29 Agustus 2023
Jam : 12.00 WIB
Durasi : 01:28:29
Tempat : Kantor Media D

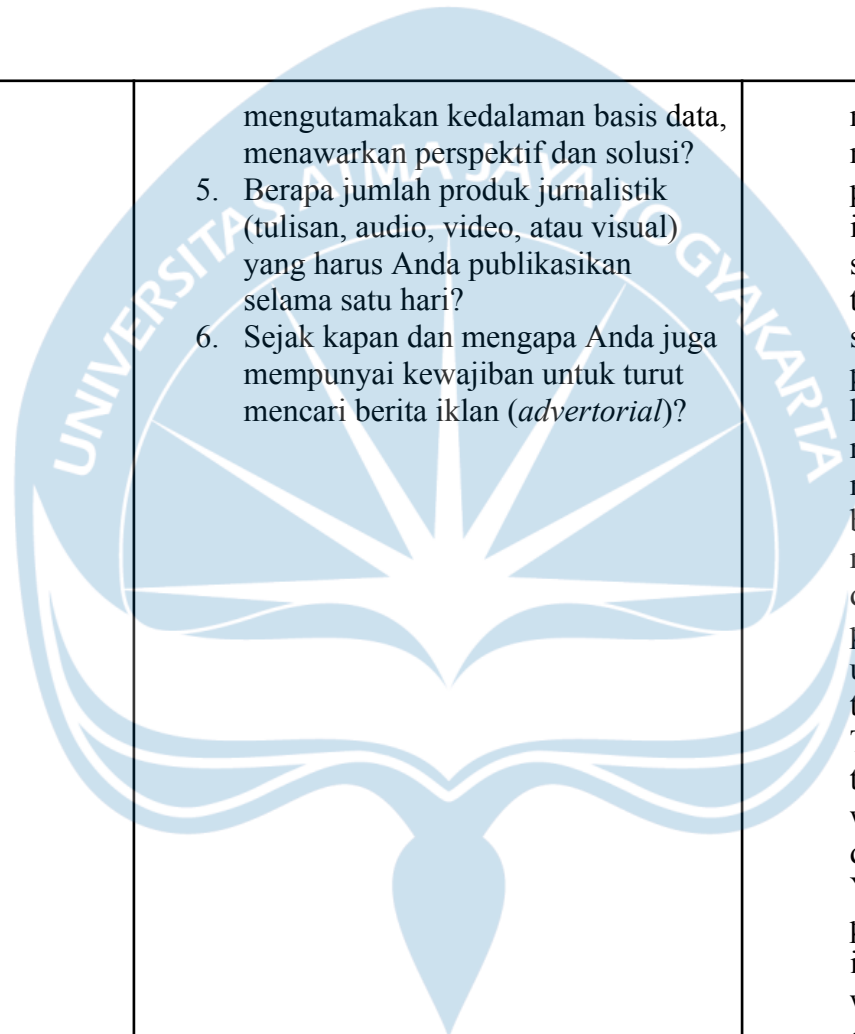
No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak Media D hingga lahir berupa media digital?	(Dijelaskan pada poin kapitalisme)
2.	-	Data Diri	1. Apa jabatan Anda saat ini? 2. Sudah berapa lama bekerja di Media D?	1. Secara ke-organisasian sekarang saya menjadi koordinator bisnis, istilah kami sebagai pimpinan kantor jadi kami memiliki kantor-kantor dan daerah, saya untuk Wilayah Kedu Utara meliputi Kabupaten Magelang, Kota Magelang, Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo. Istilahnya saya sebagai koordinatornya. Secara profesi saya sebagai wartawan.

				<p>2. Saya sudah hampir 13 tahun bekerja di Media D sejak tahun 2010 sampai sekarang.</p>
3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media D hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mengalami masa transisi, dimana <i>core</i> bisnis kami memang awalnya dicetak yakni koran. Sebenarnya sudah lama kami bermain di <i>Website</i> atau internet. Media D sendiri sudah mulai memiliki <i>website</i> sejak tahun 1995 bahkan sebelum adanya media online besar seperti Detik. tapi waktu itu teknologi belum cepat dan belum potensial sehingga pemanfaatannya biasa-biasa saja dan formatnya tentu berbeda. Dulu koran difoto atau di <i>scan</i> kemudian di unggah di <i>website</i>. Dalam perkembangannya memang kami secara pribadi tidak langsung diterjunkan ke digital karena <i>core</i> bisnis kami lebih ke cetak atau koran, namun seiring berjalannya waktu teknologi semakin maju, kemudian sudah ada instruksi untuk adanya kontribusi di media

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the fan shape.	<p><i>online</i> dan cetak antara tahun 2011 -2012. Waktu itu sudah ada keinginan dari perusahaan untuk melakukan konvergensi media tidak hanya koran tapi juga <i>website</i>, Radio televisi dan media sosial. Semua harus kita cakup termasuk <i>offlinenya</i> seperti pendidikan (institut) dan <i>event organizer</i>. Itu adalah bagian transformasi kami dari <i>core</i> bisnis cetak ke semua platform media. seiring berjalannya waktu, tahun 2018 atau 2019 di wilayah Kedu Jogja kami ingin menggenjot di sektor digital media sosial, di tahun 2018 kami gencarkan membuat akun <i>instagram, twitter, TikTok</i>, sampai <i>YouTube</i>. Sekitar tahun 2019 kami mulai bergerak semua media sosial hingga saat ini. Terutama saat pandemi hal ini sangat dibutuhkan. Hingga kami membentuk tim digital tersendiri khusus membawahi <i>website</i> dan media sosial.</p>
--	--	--	---	--



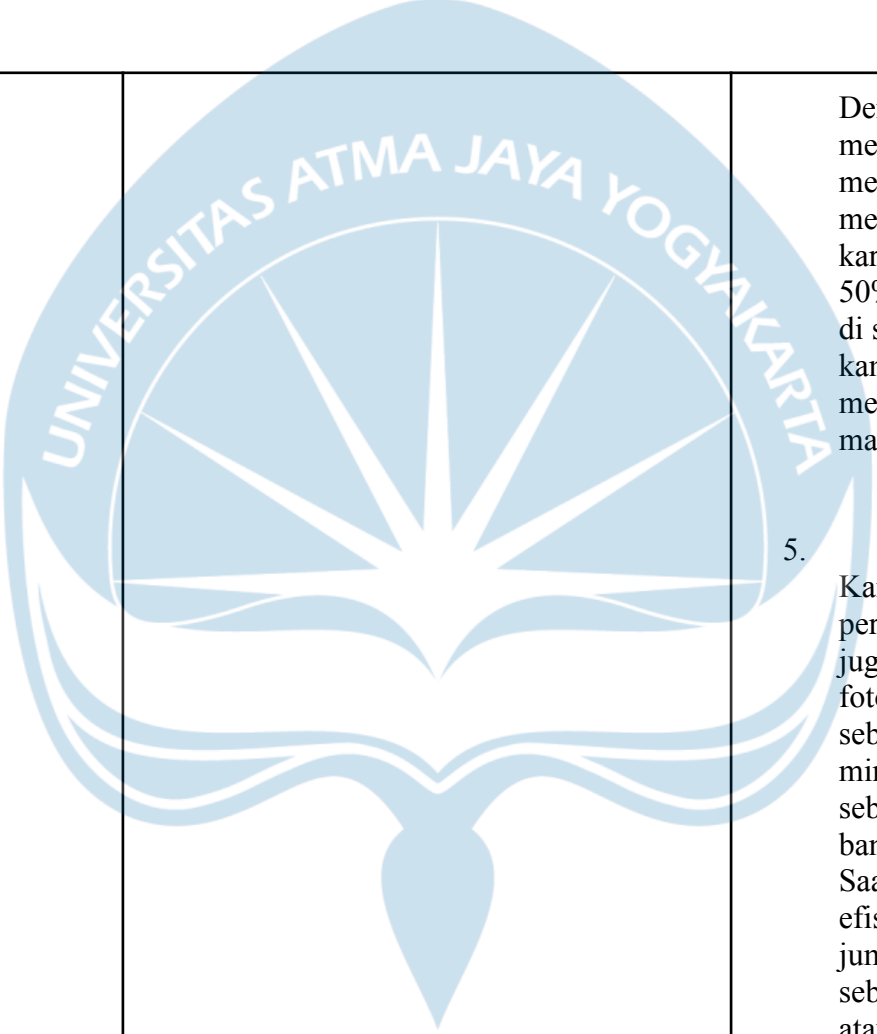
				<p>2. Semakin berkurang karena banyak faktor, paling besar tentu karena pandemi. Dari segi bisnis saat pandemi industri media merosot tajam termasuk kami. Langkah yang kami ambil adalah efisiensi SDM dan tidak menambah wartawan. Tetapi kami imbangi dengan perkuat <i>skill</i> SDM. Dulu wartawan Media D hanya dikenal memproduksi koran, Namun saat ini ditambah menjadi website dan kontribusi media sosial, sehingga wartawan kami saat ini bisa merambah ke berbagai platform.</p>
			<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan?2. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan?3. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda?4. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media D yang	<p>1 & 2</p> <p>Untuk dapur redaksi masih sama dengan adanya rapat redaksi, namun lingkupnya yang tidak semuanya dirapatkan atau tidak semua diikuti rapat. Rapat redaksi hanya dilakukan di tingkat pimpinan. Untuk di bawahnya seperti kepala biro dan wartawan daerah tidak setiap hari</p>



			<p>mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi?</p> <ol style="list-style-type: none">5. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari?6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)?	<p>melakukan rapat karena mengikuti hasil rapat tingkat pimpinan. Seperti kemarin ada isu zonasi atau kampanye di sekolah kami pasti mendapat tugas meliput karena Jogja sebagai lumbung para pakar pendidikan dengan banyaknya kampus besar, yang melakukan rapat pimpinan di pusat lalu membentuk kerangka liputan baru ditugaskan ke biro masing-masing di Jogja ditugaskan untuk mencari pakar pendidikan dari kampus ternama untuk mengomentari isu tersebut.</p> <p>Tapi adakalanya tidak perlu rapat, tapi berdasarkan inisiatif wartawan itu sendiri. Misalnya dia melihat isu lokal di Yogyakarta tentang politik atau pendidikan, dia melakukan inisiatif sendiri mencari data dan wawancara lalu ditulis dan dikirimkan. Penentuan topik tanpa rapat lebih banyak karena</p>
--	--	--	---	---

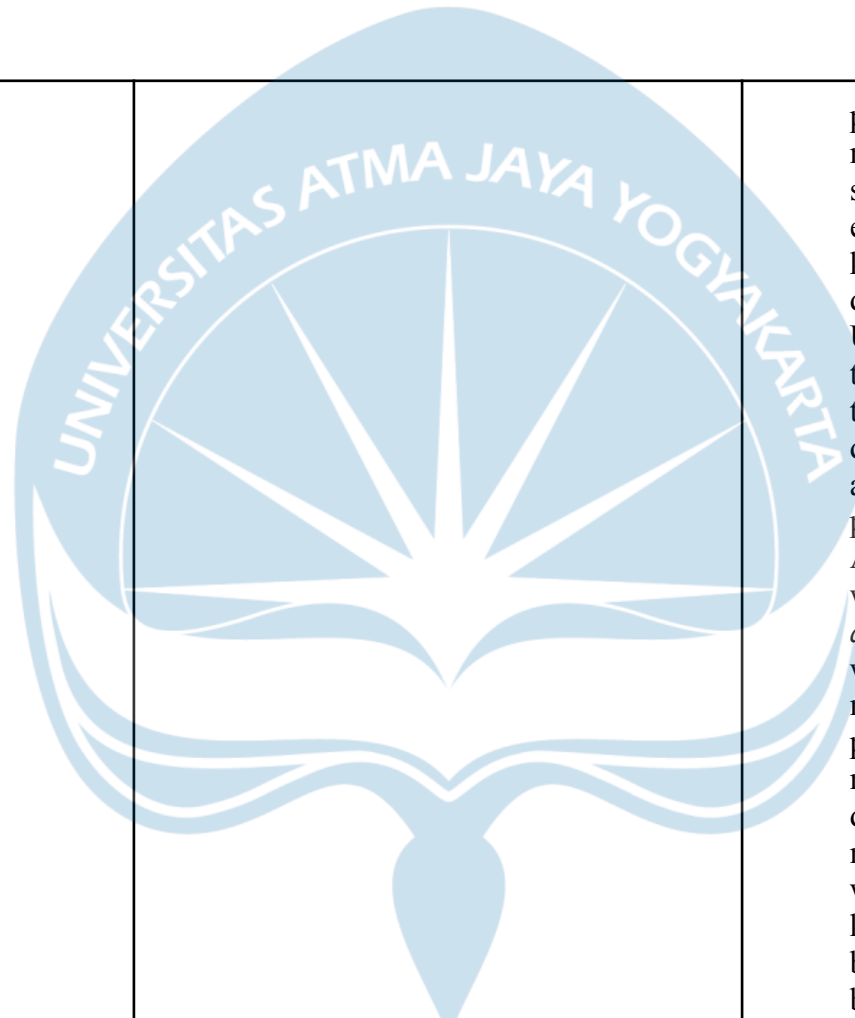
				<p>kemampuan wartawan sangat menentukan. Kalaupun butuh data lintas daerah hanya perlu koordinasi saja dengan menugaskan wartawan lain.</p> <p>3. Baru disadari betul belum lama sebenarnya, ketika tahun 1995 mulai ada website kami mengalir apa adanya, kemudian di tahun 2011 sudah mulai didorong untuk lebih bisa lebih aktif lagi untuk menghidupi digital, dan baru disadari betul ketika pandemi karena transformasi dari cetak ke digital seolah-olah dipercepat sekian kali lipat dengan adanya pandemi kemarin dan itu semua dirasakan oleh industri media. Mengalami kemerosotan tajam tentu pasti namun kami bangkit bersama dan dari perusahaan mencanangkan bahwa kami harus melakukan transformasi yang lebih cepat lagi untuk menuju digital. Koran memang tidak</p>
--	--	--	--	--

				<p>ditinggalkan tapi kami berfokus untuk beralih ke kebutuhan digital hingga 70%-80%. Sehingga kini kami berpikir bagaimana kami membuat digital berkembang lebih cepat lagi didukung dengan adanya media sosial. Memang kebutuhan digital sangat mempengaruhi cetak, namun ini adalah bagian dari perkembangan digital yang harus kami ikuti. Dulu Koran jua sempat diwanti-wanti akan habis saat munculnya koran dan TV tapi hingga kini tetap eksis. kami menyikapinya dengan bijaksana dengan tetap memanfaatkan perkembangan media digital yang kredibel untuk menopang kebutuhan media kita. Perkembangan digital kami juga sangat pesat, di tahun 2022 kemarin kami mendapatkan rekor muri pengunjung tercepat atau terbanyak di Indonesia dalam kurun waktu satu tahun setelah pandemi kemarin.</p>
--	--	--	--	---



				<p>Dengan adanya Google ini cukup membantu dan kami harus memanfaatkan hal tersebut, meskipun share bisnisnya kecil karena 50% dikuasai google dan 50% sisanya dibagi dengan media di seluruh dunia. Mau tidak mau kami harus terjun kesana dan memanfaatkan dengan lebih maksimal.</p> <p>5. Kami mewajibkan foto-foto peristiwa kejadiannya, tapi kami juga kadang ada yang tidak ada fotonya. Untuk semua jurnalis sebenarnya sama, dikami sehari minimal 2 berita setelah pandemi, sebelum pandemi kami lebih banyak lagi yaitu 3 berita perhari. Saat pandemi kami melakukan efisiensi dengan mengurangi jumlah halaman. Saat ini ada 16 sebelumnya kami bisa sampai 24 atau 20 pernah sampai 30 halaman. Hal ini tentu</p>
--	--	--	--	--

				<p>berpengaruh ke jumlah <i>space</i> yang tersedia. Karena ada website kami tidak sama, karena dalam sehari perlu ada 5-10 berita perhari. ketika banyak berita tapi yang ditayangkan di cetak cukup 2 maka sisanya akan di <i>publish</i> di <i>website</i>.</p> <p>6. Untuk urusan <i>advertorial</i>, periklanan dan bisnis di pemerintahan masih sangat mengandalkan cetak dan digital masih relatif kecil. Karena mungkin ada kelebihan dan kekurangan masing-masing, mungkin anggapannya sesuai dengan yang kami rasakan ketika pemerintah ketika berurusan bisnis dan periklanan dengan cetak <i>onlinenya</i> akan mengikuti, kemudian alasan lain masih suka beriklan di media cetak karena dapat dipegang dan dilihat fisiknya dibanding dilihat di <i>handphone</i>. Untuk sektor</p>
--	--	--	--	---



				<p>pemerintahan masih sangat mengandalkan cetak tapi di sektor swasta seperti otomotif, elektronik, teknologi dan komputer tentu sudah bermain di digital.</p> <p>Untuk advertorial wartawan kami tidak dituntut untuk mendapatkan target advertorial, karena yang dituntut untuk mendapatkan advertorial adalah bagian periklanan dan eksekutif. Akan tetapi tuntutan untuk wartawan adalah di komunikasi <i>advertorialnya</i> lebih cepat karena wartawan lebih banyak relasi dan mitra yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk menggaet mitra. Misal wartawan dekat dengan pemerintahan Sleman, maka pintu pertamanya adalah wartawan tersebut yang sudah kenal kemudian dilemparkan ke bagian periklanan untuk melobi bisnis.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksploitasi	1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda	1. Kontrak kerja ada, kemudian setelah sekitar setahun atau dua

			<p>tangani?</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan? 7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja? 8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)? 9. Apakah Anda mendapat hak cuti 	<p>tahun secara alamiah kontrak menjadi wartawan tetap.</p> <p>2 & 3</p> <p>Kelihatannya normatif, Dulu masih 6 hari kerja Senin sampai Sabtu dan Minggu libur. Tapi untuk wartawan jadwalnya terbalik, di hari Sabtu libur dan Minggu masuk. Namun kini sudah berubah ke 5 hari kerja. Tetapi secara pelaksanaan di lapangan, namanya wartawan kadang kami tidak memiliki waktu tetap dan fleksibel. Mereka juga diberi kelonggaran oleh perusahaan untuk mengatur jam kerjanya sendiri tanpa ada patokan waktu seperti pegawai-pegawai yang lain asalkan produksi beritanya lancar dan koordinasi dengan pimpinan jelas.</p> <p>Rata-rata jam kerja wartawan kami 8 jam per hari dari jam 7 atau 8 sampai jam 3 atau 4, tapi tidak harus ke kantor dan selama</p>
--	--	--	---	---

			<p>(sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)?</p> <p>10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja?</p>	<p>8 jam perhari itu tidak tepatok dalam artian wartawan tidak terpantau secara analitik terkait jam kerja. Karena absennya wartawan adalah dalam bentuk berita yang disetorkan dalam sehari untuk di cetak dan <i>online</i>.</p> <p>4. Kebijakan kantor yang pasti untuk karyawan yang sudah lebih dari satu tahun minimal UMR daerah awal masuk, untuk yang kurang dari satu tahun seperti magang dan honorarium dibayar sepantasnya di bawah UMR.</p> <p>5 & 6 BPJS sudah <i>discover</i> semua oleh perusahaan yakni termasuk BPJS kesehatan dan ketenagakerjaan untuk pekerja dalam durasi setahun, Tetapi untuk pegawai yang baru bekerja kurang dari satu tahun belum bisa mendapatkan cover BPJS karena</p>
--	--	--	---	--

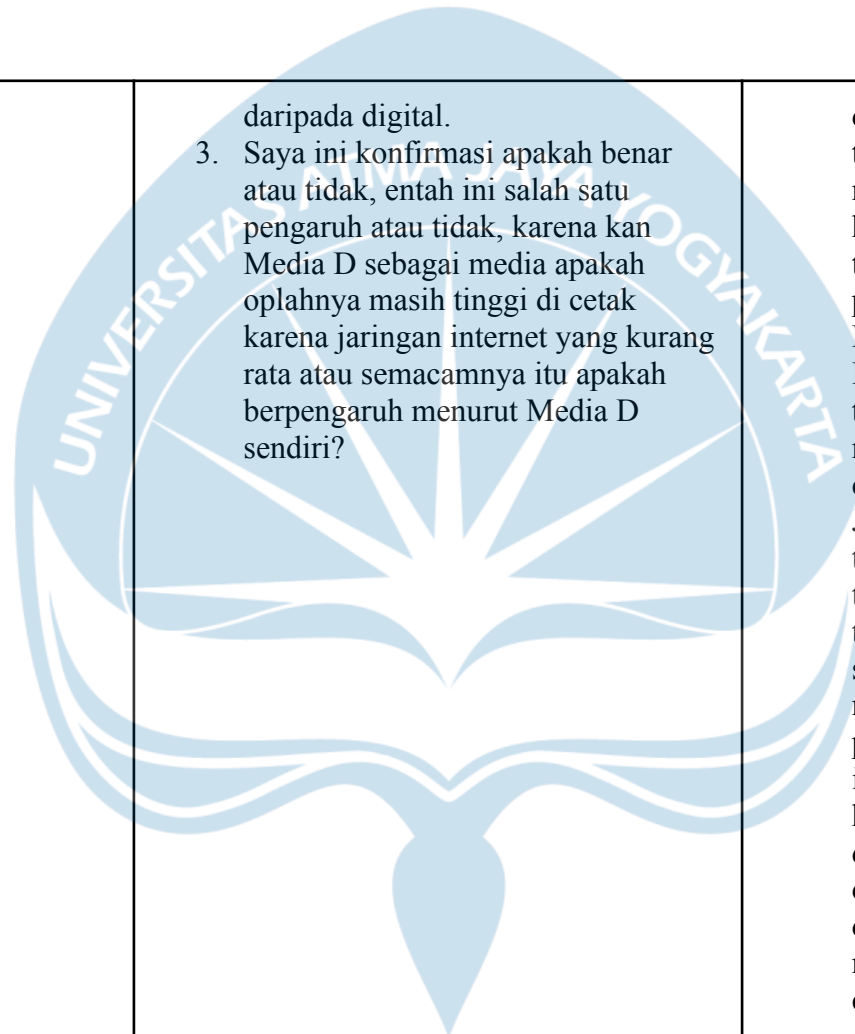
				<p>dianggap masih sebagai magang atau pekerja kontrak.</p> <p>7. Bonus kepada pegawai tentu ada, sebelum pandemi bonus perusahaan cukup lancar namun setelah pandemi karena adanya efisiensi membuat semua jenis bonus dihilangkan untuk mempertahankan perusahaan. Namun kini kami perlahan-lahan mendapatkan bonus kembali walaupun belum sebesar saat sebelum pandemi dan juga belum diberikan secara rutin per bulan atau pertahun.</p> <p>Selain itu ada juga bonus prestasi tetapi tidak diberikan kepada semua pegawai. Ada standar mutu atau prestasi untuk pemberian bonus sesuai bidang masing-masing, misal wartawan dianggap berprestasi ketika adanya peningkatan produksi berita stabil dan meningkat dan bagian sirkulasi pengiriman</p>
--	--	--	--	---

				<p>koran dianggap berprestasi ketika tidak ada hambatan berarti sampai ke tempat pelanggan, kemudian di bidang admin lancarnya keuangan. Masing-masing divisi memiliki penilaian masing-masing dan sudah diterapkan mulai tahun 2018 kemudian sempat terhenti saat pandemi dan mulai lagi tahun 2021 atau 2022.</p> <p>8. THR disamaratakan seluruh pegawai dan dibagikan H-7 Idul Fitri.</p> <p>9. Hak cuti ada dan diberlakukan sesuai regulasi cuti 12 hari kerja, tapi untuk wartawan dihitung setahun sekitar 12 hari kerja. Namun ada juga yang tidak mau mengambil cuti tapi diganti dengan libur saja selama sehari atau dua hari (dengan tetap mengirimkan berita sesuai target) karena wartawan bekerja 24 jam sehari dan memiliki hak untuk</p>
--	--	--	--	--


				<p>libur tapi untuk bagian lain bisa menggunakan hak cuti.</p> <p>10. Sebelum tergabung di PWI saat awal masuk tahun 2010 saya membentuk komunitas daerah bernama Wartawan lereng tidar, Karena saat awal tugas di Magelang sebenarnya sudah ada PWI tapi tidak aktif dan baru aktif sekitar tahun 2016 dihidupkan lagi lalu saya langsung tergabung di situ. Pada tahun 2015 tidak ada lagi nama organisasi wartawan yang terdaftar di Dewan Pers dan dijadikan satu forum menjadi PWI di seluruh kedu untuk menjaga ketertiban ditambah dengan adanya ujian dan segala macam.</p> <p>Alasan tergabung dengan PWI adalah karena kami hidup tidak seorang diri dan butur berserikat dengan orang lain, ketika tidak ada PWI pun ada kesadaran untuk keterikatan dengan sesama</p>
--	--	--	--	---

				<p>profesi wartawan. Keorganisasian akan lebih diperhatikan dibandingkan berjalan sendiri-sendiri dan ketika ada masalah ada temannya. Kami membutuhkan organisasi untuk masuk terkoneksi ke narasumber pemerintahan ataupun swasta. Ketika kami ditanya ditanyai oleh instansi PWI sudah legal dan bisa di cek di Dewan Pers dan sudah mengakar ke daerah dan tidak dipandang sebelah mata. Secara ekonomi, politik dan sosial memiliki banyak manfaat tergabung kedalam organisasi.</p>
		Pertanyaan tambahan	<p>1. Apakah semua jurnalis Media D tidak sekedar menulis tapi juga harus bisa memotret atau video?</p>	<p>1. Iya, jurnalis itu satu paket, khususnya jurnalis tulis harus satu paket dengan foto. Pola seperti itu sudah lama karena tidak semua di daerah memiliki jurnalis foto dan bahkan tidak semua media punya jurnalis foto. sehingga jurnalis yulis harus punya skill memotret, ya foto sederhana juga tidak apa-apa</p>

				<p>yang penting sesuai dengan ilmu fotografi jurnalistik. Kami sempat punya jurnalis foto di Jogjakarta dalam kurun waktu 3-4 tahun dalam perjalanan jurnalis foto juga dituntut menulis, mungkin di media lain juga sama. Karena <i>timingnya</i> bisa lebih cepat jurnalis foto dibanding jurnalis tulis, misal dalam sebuah peristiwa mungkin jurnalis foto mendengar informasi & sampai ke lokasi lebih dahulu jadi dia bisa merekam kejadian dalam bentuk foto dan tulis.</p>
		Pertanyaan Tambahan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya ingin menanyakan terkait 70-30 persen proporsi. Ketika 30% dicetak tentu saja oplahnya menurun drastis, sedangkan di sisi lain ketika ingin mendigitalisasi sesuatu tentu tidak murah dan pendapatan dari Google sedikit yang diterima. Bagaimana cara Media D menghidupi itu? 2. Untuk secara pencarian advertorial ketika di pemerintahan itu jauh lebih mudah ketika menawarkan dicetak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Betul, jadi yang 70% itu istilahnya adalah pemikiran kita. Karena kami <i>imagenya</i> orang koran ya, orang cetak sama seperti HR dan koran koran tua. Tapi sekarang kan tidak dengan perintah dari CEO, kamu memang orang koran tapi pemikiran kita juga harus digital dan core bisnis kita akan fokus ke digital. Pemikiran kita harus 70%





			<p>daripada digital.</p> <p>3. Saya ini konfirmasi apakah benar atau tidak, entah ini salah satu pengaruh atau tidak, karena kan Media D sebagai media apakah oplahnya masih tinggi di cetak karena jaringan internet yang kurang rata atau semacamnya itu apakah berpengaruh menurut Media D sendiri?</p>	<p>digital tapi koran memang juga tidak dilupakan karena ya memang menjadi penopang hidup juga. Meskipun oplah juga turun gara-gara kemarin pandemi, tapi di level kita, Media D, di level Jawa Tengah bahkan Indonesia kita yang paling stabil, turun iya, tapi tidak sebesar media lain yang bahkan <i>collapse</i>, contoh di wilayah lain seperti di Jakarta itu banyak yang <i>collapse</i>, tapi kami di wilayah Jateng dan termasuk Jogjakarta oplah turun tapi kita yang paling stabil sekarang. Sehingga ini tetap menjadi penopang kehidupan perusahaan karena yang digital ini meskipun sangat besar tapi hasilnya cukup kecil karena tadi dikuasai <i>google</i>. Sehingga dua-duanya memang harus jalan dan sekarang ini yang menghidupi perusahaan masih di cetak. Tapi meski begitu memang digital ini potensinya sangat besar kedepannya, sehingga kami</p>
--	--	--	--	---


			 <p>The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, set within a circular frame. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the sunburst.</p>	<p>benar-benar harus beralih kesana dengan harapan suatu hari penopang utamanya nanti di digital bukan lagi di cetak seperti saat ini.</p> <p>Kenapa saat ini penopangnya masih di cetak, karena saat ini kami masih bermain di wilayah daerah ya. Di wilayah daerah itu bisnisnya masih di manual atau cetak. Mungkin ada semacam kebiasaan, atau sampai kepada regulasi itu cetak memang masih besar disana. Contohnya saja di wilayah pemerintahan itu masih mengandalkan cetak. Kalau untuk informasi pemberitaan mungkin iya di digital, informasi berita segala macam semuanya di digital. Tetapi untuk urusan bisnis perusahaan advertising atau periklanan masih mengandalkan cetak. Di digital itu masih relatif kecil entah persoalan anggaran atau regulasi saya kurang begitu paham tapi yang kita rasakan memang dari</p>
--	--	--	---	--



				<p>sektor pemerintahan itu masih mengandalkan manual yaitu koran cetak. Sehingga untuk literasi digital ke depan itu masih perlu edukasi mungkin teman-teman yang core bisnisnya betul betul murni dari digital, pasti merasakan masuk ke dunia pemerintahan itu kalau untuk advertising atau bisnis itu agak berat. Kalau berita iya kenceng seneng, pasti seneng. Tapi ketika masuk ke periklanan ke bisnis itu, nanti dulu. Karena pasti akan melirikinya ke cetak dulu. Karena mungkin kan ada kelebihan kekurangan masing-masing. Mungkin kalau anggapannya selama ini kami rasakan pemerintah itu ketika berurusan bisnis periklanan dengan cetak pasti <i>onlinenya</i> akan <i>katut</i> tapi kalau di <i>online</i> kan hanya <i>online</i> saja tidak ada bukti fisiknya, cetaknya gitu ya. Mungkin itu salah satu faktornya. Kan masih ada juga yang senang ketika</p>
--	--	--	--	---

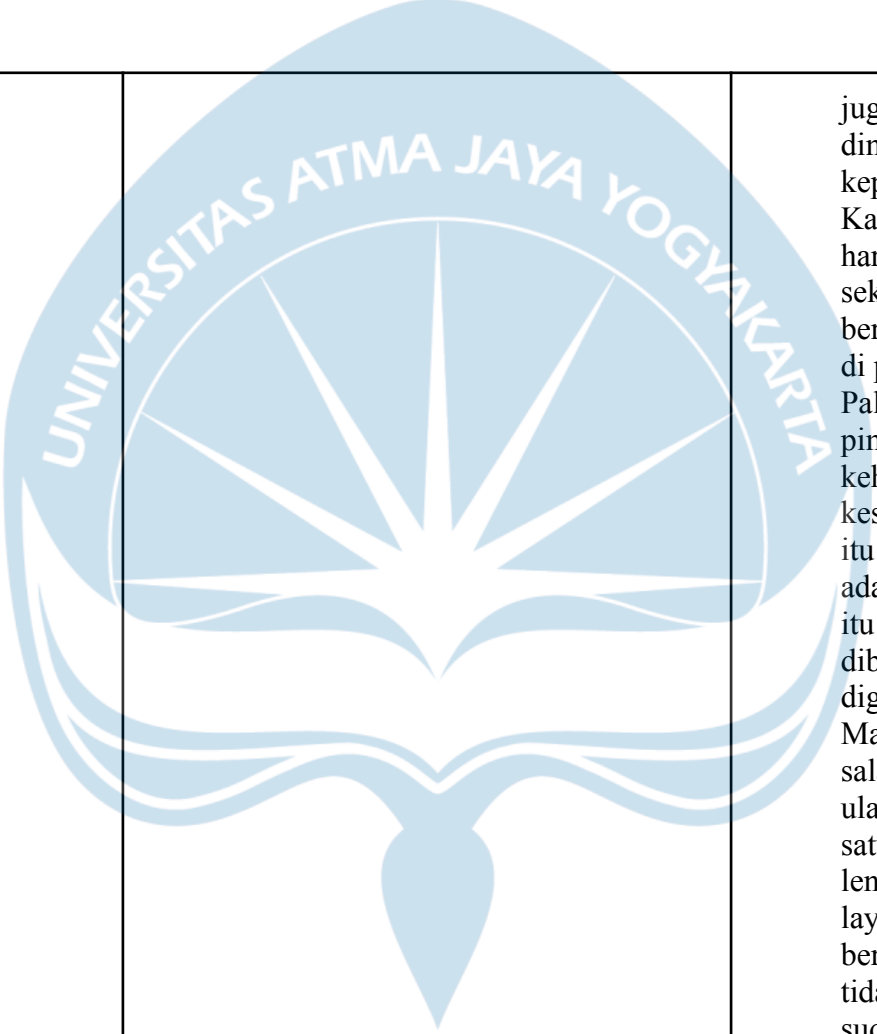
			 <p>The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan-like shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the central graphic.</p>	<p>berita diiklankan di media cetak itu, terlihat terbaca terpegang begitu di koran dibanding dengan pegang HP oh ada iklan disini di pemerintah terutama. Makannya ketika di koran berbeda. “wah ini iklannya masuk ini” yang model seperti ini di online itu hampir minim kecil sekali dan pasti lihatnya asik seperti ini ketika dibandingkan dengan di HP dengan berita biasa mungkin salah satu faktornya itu. Sehingga di sektor pemerintahan masih mengandalkan cetak. Kalau sektor swasta mungkin iya seperti otomotif, teknologi, komputer segala macam itu pasti akan bermain di digital kalau yang kita rasakan itu sekarang. Di otomotif dan elektronik itu hampir sekarang beralih ke digital semua. Sehingga kita menampungnya di website dan medsos kita.</p> <p>2. Betul, itu yang kami rasakan sejauh ini dan entah sampai</p>
--	--	--	---	---

			 <p>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA</p>	<p>kapan. Sejauh ini pemerintahan ketika berurusan advertorial periklanan bisnis itu lebih nyaman masih dengan cetak. Ya kita tawarkan juga digital kami tapi kemudian pasti milihnya ke cetak karena pasti nanti websitenya dapat begitu lho. Apalagi berita, itu pasti ada. Beda ya kalau bentuk iklan yang lain display dan dalam bentuk poster begitu beda. Tapi ketika untuk berita mereka pasti akan cetak dulu karena pasti nanti websitenya dapat. Kalau iklan di website <i>tok</i> nanti korannya <i>gak</i> dapat kan begitu. Istilahnya mungkin <i>bundling</i> gitu ya dapat dua-duanya gitu sih.</p> <p>3. Mungkin perlu riset yang mendalam ya terkait kok masih tinggi, karena yang kami rasakan masih stabil dan khusus di wilayah Jawa Tengah dan Jogjakarta kami yang paling tinggi. Mungkin salah satu faktornya tadi kenyamanan.</p>
--	--	--	---	---

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, set within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the fan shape.	<p>Kemudian masih orang-orang lama generasi sebelum milenial kalau di usia mungkin yang rata-rata sudah diatas 35 tahun itu masih sangat setia dengan cetak, dengan koran. Usia dibawah 35 tahun sekarang setianya di digital. Dan itupun tidak setia banget dengan salah satu brand. Generasi kita sekarang, generasi Z atau milenial, kan generasi yang tidak setia beda dengan koran kan itu generasi yang sangat setia. Pengaruh ke usia itu jelas, kemudian ke institusi itu apa ya ketika ditanyai itu ya ada faktor pimpinan. Misal di sebuah institusi pendidikan ada rektor dan dekan, kalau dilihat usia rektor dan dekan kan 40an ke atas ya. Ya itu mereka lebih nyaman megang koran karena mungkin terbiasa dengan jurnal dengan apapun yang bersifat <i>paper</i> kertas, meskipun sekarang pasti juga dituntut untuk digital.</p>
--	--	--	---	--




				<p>Sehingga kebijakan dibawah itu ya tetap berlangganan. Entah itu dibaca atau tidak oleh mahasiswanya yang generasi Z, generasi milenial yang pegangnya HP itu ga masalah. Tapi paling engga seusianya pak rektor, pak dekan itu atau bahkan pak dosen yang berusia 35 tahun keatas dia pasti akan pegang entah seminggu sekali atau dua hari sekali. Dan ketika kami bertemu dengan beberapa klien kami di kampus itu juga merasakan seperti itu, meninggalkan koran ternyata agak susah. Meskipun mungkin staff-staffnya muda-muda mungkin generasi sekarang, tapi pimpinannya usia 40 tahunan keatas itu masih di meja itu harus ada koran apapun korannya media lokal Jogja atau nasional ataupun regional Jawa Tengah pasti ada karena ada pak dekannya atau kepala humasnya itu pasti ada. Di pemerintahan</p>
--	--	--	--	---

			 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a large, light blue watermark centered in the background. It features a stylized sunburst or fan shape with multiple rays emanating from a central point, all enclosed within a circular border. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a semi-circle above the fan shape.	<p>juga sama begitu, kepala dinasnya atau bahkan sampai kepala daerahnya itu pasti ada. Kadang bahkan <i>dimeetingnya</i> harus ada papan baca, walau sekarang itu sudah sangat berkurang papan baca di sekolah di pemerintahan sudah gak ada. Paling nggak ada di mejanya pimpinan-pimpinan dan juga di kehumasan itu pasti ada. Jadi kesetiaan mereka dengan koran itu masih terjaga dengan baik dan ada anggapan juga bahwa koran itu paling kredibel untuk berita dibandingkan dengan di dunia digital yang bisa berubah-ubah. Maksudnya berubah-ubah tu salah sedikit-dikoreksi-<i>upload</i> ulang begitu kan? Atau bahkan satu bacaan berita itu tidak lengkap jadi bacanya harus 2 3 layer atau bahkan berita berikutnya, kalau koran kan tidak. Sekali pegang selesai baca sudah lengkap komprehensif begitu kan dan unsur</p>
--	--	--	---	---



jurnalistiknya sudah pasti ada semua. Kalau web kan tidak berita ini bombastis begitu kan ternyata hanya satu pihak saja, mau konfirmasi berikutnya harus baca selanjutnya atau berita berikutnya. Itu mungkin untuk generasi tua itu kurang nyaman. Kalau generasi sekarang sih iya ya tapi untuk generasi tua itu dianggap kurang nyaman. Sehingga anggapan pertama ketika membaca ini tidak lengkap itu dianggapnya berita tidak benar. Jadi membaca koran itu dianggap lebih komprehensif dan lengkap. Itu mungkin beberapa alasan yang perlu juga penelitian sebenarnya atau mungkin ada lembaga sendiri juga yang meneliti itu, kalau dari internal kami memang tidak pernah secara komprehensif meneliti itu, hanya sample sample saja dari di daerah “kok pelanggan mu di sana setia kenapa” begitu. Rata-rata sih alasannya seperti

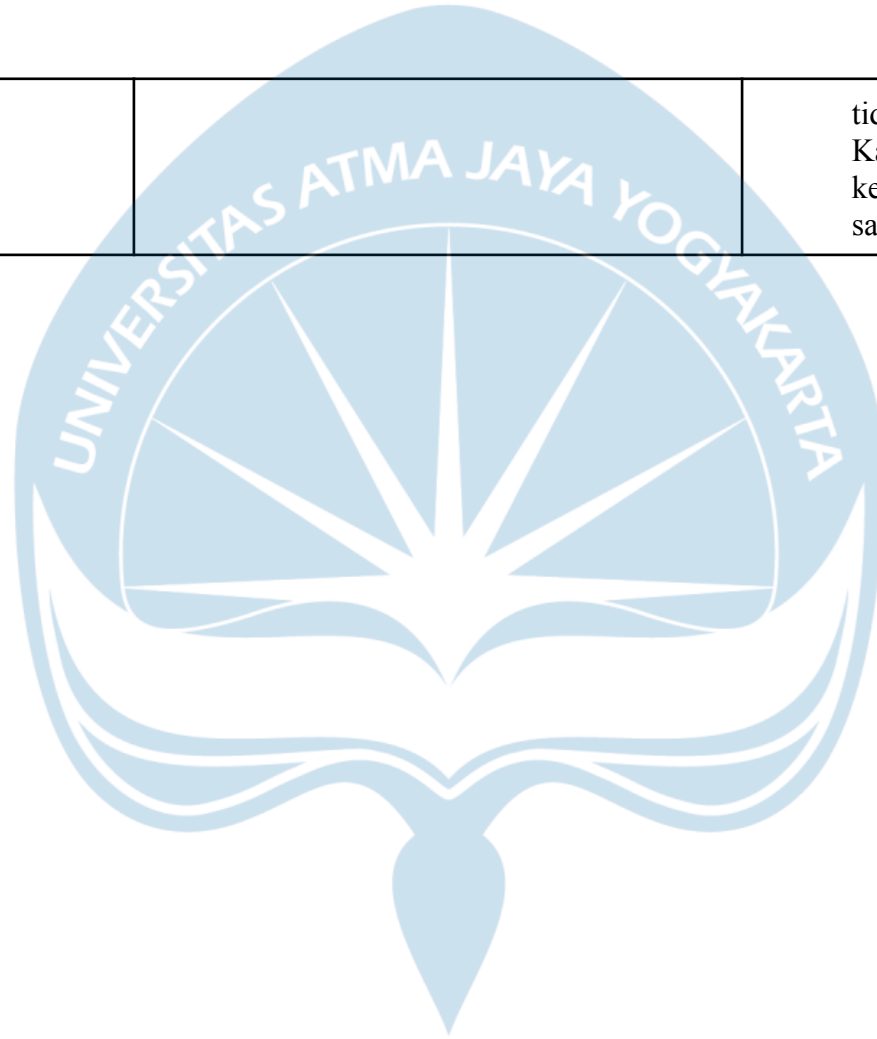
				<p>itu. Ada juga yang hanya pelengkap saja yang penting di sekolah ada, karena memang tuntutan di sekolah juga kan memang literasi media harus tinggi sekarang. Mungkin salah satu parameternya di sekolah lengkap tidak, semua sekarang di digital semua perpustakaan kosong ga ada buku. Minimal di perpustakaan harus ada buku pasti ada majalah dan koran. Mungkin salah satu penilaiannya literasi disitu. Kan regulasi ya kan mempengaruhi ketika regulasinya membebaskan perpustakaan tidak ada koran tidak ada majalah mungkin kita akan cepat habis. Kemarin sempat saat pandemi ada regulasi seperti itu, yang membuat kita protes ke pusat karena ada isu dari menteri kesehatan bahwa penyebaran virus corona itu melalui paper. Wah itu sampai pelanggan-pelanggan kita di tingkat bawah tidak mau</p>
--	--	--	---	---



				<p>berlangganan. Itu agak lama, itu secara isu ya, secara regulasi juga ada, sektor pemerintahan itu ada efisiensi besar-besaran dari negara, semua sektor anggaran di efisiensi di alihkan semua ke kesehatan fokus untuk penanganan covid. Sehingga anggaran untuk berlangganan yang dianggap tidak penting seperti koran dan majalah itu dihapus. Hingga satu semester bahkan ada yang sampai satu tahun berhenti berlangganan karena ada regulasi seperti itu sehingga kita sampai protes ke pemerintah pusat untuk jangan dilarang karena kenyataan di lapangan tetap membutuhkan tapi karena ada regulasi kan mau tidak mau mengikuti. Sehingga di tahun berikutnya lebih longgar lagi diperbolehkan lagi pelan-pelan. Anggaran mulai diperbolehkan lagi. Anggaran-anggaran yang tadinya dianggap tidak penting kemudian</p>
--	--	--	--	--

				<p>diperbolehkan lagi seperti salah satunya berlangganan koran. Dulu sempat dilarang betul sama pemerintah dengan alasan efisiensi tadi untuk penanganan covid-19 jadi kita gugat, jangan seperti itu lah namanya mematikan usaha orang lain sedangkan kenyataan di lapangan masih banyak yang membutuhkan. Kita punya serikat terutama di media cetak dengan adanya kebijakan dari pemerintah pusat untuk menghapus berlangganan bahasanya sih bukan <i>to the point</i> berlangganan begitu tidak tapi anggaran-anggaran yang dianggap tidak penting, nah penerjemahannya kan pasti salah satunya yang tidak penting adalah literasi itu, berlangganan media majalah, koran ataupun berlangganan yang lain dan pengurangan seperti yang biasanya beli beli amplop atau pulpen atau ATK yang sekiranya</p>
--	--	--	--	---

				tidak penting itu dihapuskan. Kami coba gugat itu dan kebijakannya dirubah lah jangan sampai kemudian ada larangan.
--	--	--	--	--

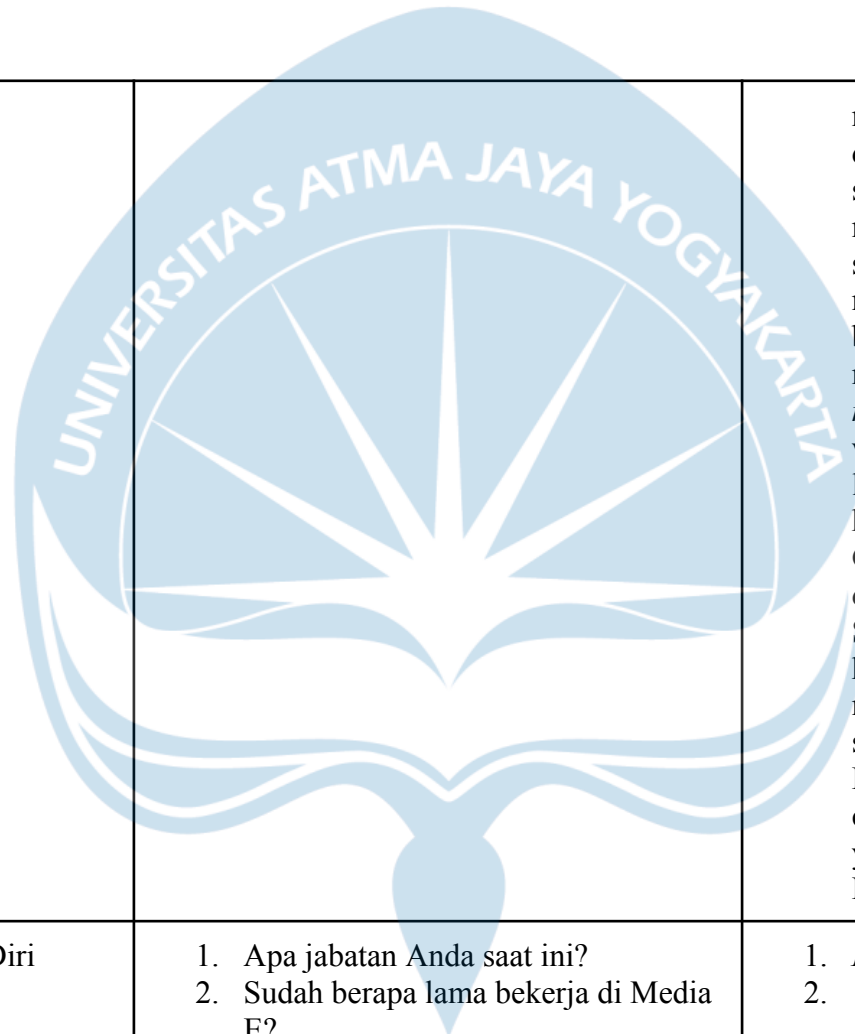


Pewawancara : Elizabeth Florence Warikar
Narasumber : Informan Tujuh
Media : Media E
Jabatan : Manager Online

Tanggal : 31 Agustus 2023
Jam : 15.00 WIB
Durasi : 52 : 00
Tempat : Kantor Media E

No	Teori	Konsep	Pertanyaan	Jawaban
1.	Media	Lembaga Media	1. Bagaimana sejarah perusahaan media massa cetak Media E hingga lahir berupa media digital?	<p>Pada awalnya Media E hanya berupa media cetak saja, namun Pada Tahun 2018, kami melakukan <i>re-launching</i> untuk Media E <i>Online</i>. Sebenarnya Website Media E sendiri sudah ada sejak awal, namun tidak dikembangkan sebagai portal berita yang menginformasikan berita setiap hari tapi lebih mendigitalkan edisi koran.</p> <p>Kemudian, karena saat itu grup Media E mulai fokus pada media online, masing-masing anggota grup Media E diminta untuk membuat website media online. Awalnya kami menggunakan nama</p>


				<p>MediaE.co*, namun karena domain <i>.co</i> tidak diperbolehkan jadi kami melebur dengan Grup Media E sebagai sub-domainnya. Karena dari Grup* memiliki kebijakan untuk menghimpun seluruh Anak Grup* menjadi satu kesatuan sehingga <i>MediaE.Grup.com*</i> menjadi nama yang terverifikasi di Dewan Pers.</p> <p>Setelah mulai mengembangkan video di platform Instagram, kami mulai mengembangkan media sosial YouTube dengan nama Media E Channel, saat itu di YouTube tidak hanya <i>news</i> tapi ada juga konten-konten recek untuk mengimbangi seperti tutorial menggambar untuk anak-anak (<i>Media E Kids</i>) oleh salah satu kartunis Media E. Setelah itu konten kami mulai berkembang lagi dan merambah ke membaca berita dalam bentuk Podcast, karena kami</p>
--	--	--	--	---



				<p>melihat tren podcast sedang naik di Spotify, kemudian kami lihat sepertinya kalau hanya membaca berita kurang menarik sehingga kami membuat konsep mewawancarai wartawan yang bertugas dan meminta mereka menceritakan kisah <i>behind the news</i> mereka, misalnya ada wartawan olahraga yang ikut liputan ke Kediri saat terjadi kerusuhan dan satu bis dengan Gonzales hal itu diceritakan dan dikemas dengan menarik. Seiring berkembangnya podcast kami, bahkan dosen MMTC menjadikan podcast kami sebagai bahan penelitian karena Pada Tahun 2018-2019 sebelum covid, media cetak pertama yang memiliki <i>podcast</i> adalah Media E.</p>
2.	-	Data Diri	<ol style="list-style-type: none">1. Apa jabatan Anda saat ini?2. Sudah berapa lama bekerja di Media E?	<ol style="list-style-type: none">1. <i>Manager Online</i>2. 15 Tahun sejak tahun 2008


3.	Kapitalisme	Ekosistem Media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Anda menyikapi perubahan yang terjadi dalam ruang redaksi ketika beralih ke digital? 2. Apakah jumlah jurnalis di Media E hingga lahirnya media digital terus menurun? Jika iya, menurut Anda apa penyebabnya? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralihan dari cetak ke <i>online</i> terjadi sekitar tahun 2016 akhir hingga tahun 2017, kami melakukan <i>trial and eror</i> kemudian melakukan <i>relaunching</i> pada 5 Oktober 2018. Kalau dikatakan <i>culture shock</i>, iya, karena di media cetak kami dituntut <i>deadline</i> sedangkan media <i>online</i> kami dituntut <i>realtime</i>, selain itu perubahan yang lain di media <i>online</i> sekarang adanya posisi <i>content writer</i> yang pekerjaannya cukup berbeda dari kaidah jurnalistik yang ada, contohnya seperti <i>content writer</i> tidak menulis artikel jurnalistik dengan prinsip 5W+1H, tidak mengharuskan adanya narasumber dan hasil tulisannya hanya berupa <i>essay</i> atau opini. <p>Terkait media <i>onlinenya</i> sendiri, awalnya untuk website saya tidak mampu untuk mengejar <i>pageviews</i> seperti Media B</p>
----	-------------	-----------------	--	---

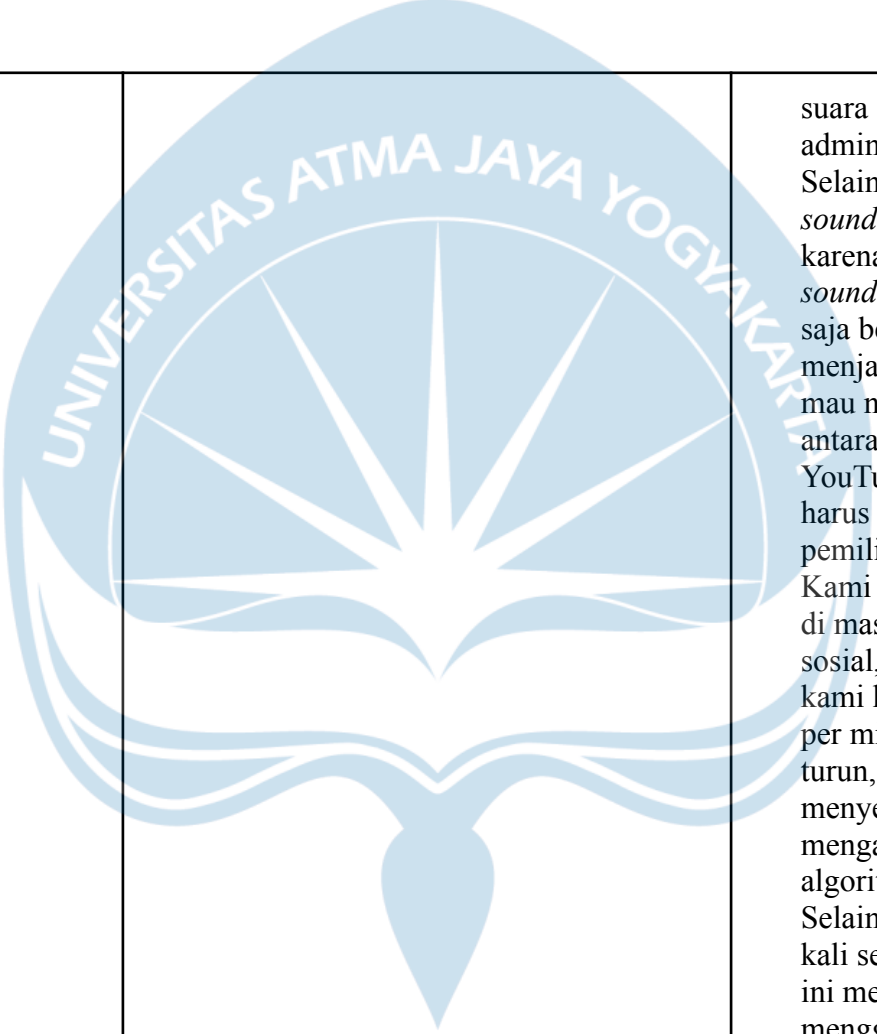
				<p>ataupun Media C, jadi masih dengan direktur yang lama, kita coba pendekatan lain lewat video, karena kami lihat saat kami post video di media sosial seperti instagram lebih banyak yang <i>like</i> dan menonton dibandingkan <i>caption</i> berita dan foto. Namun, pembuatan video bukanlah bidang kami karena kami lebih cenderung ke penulisan dan pembuatan video lebih condong ke bidang <i>broadcasting</i> yang membuat kami harus belajar ulang dengan mengikuti pelatihan <i>online</i> dan membaca literasi mengenai cara membuat video, karena sebelumnya dari pusat (Grup)* tidak ada SOP untuk kerja pembuatan video dan media online, sehingga kami membuat SOP sistem sendiri terkait bentuk video (video <i>news</i> dan video konten), standar pengambilan gambar (<i>landscape</i> atau vertikal; <i>longshoot</i> atau pendek). Kami</p>
--	--	--	--	--



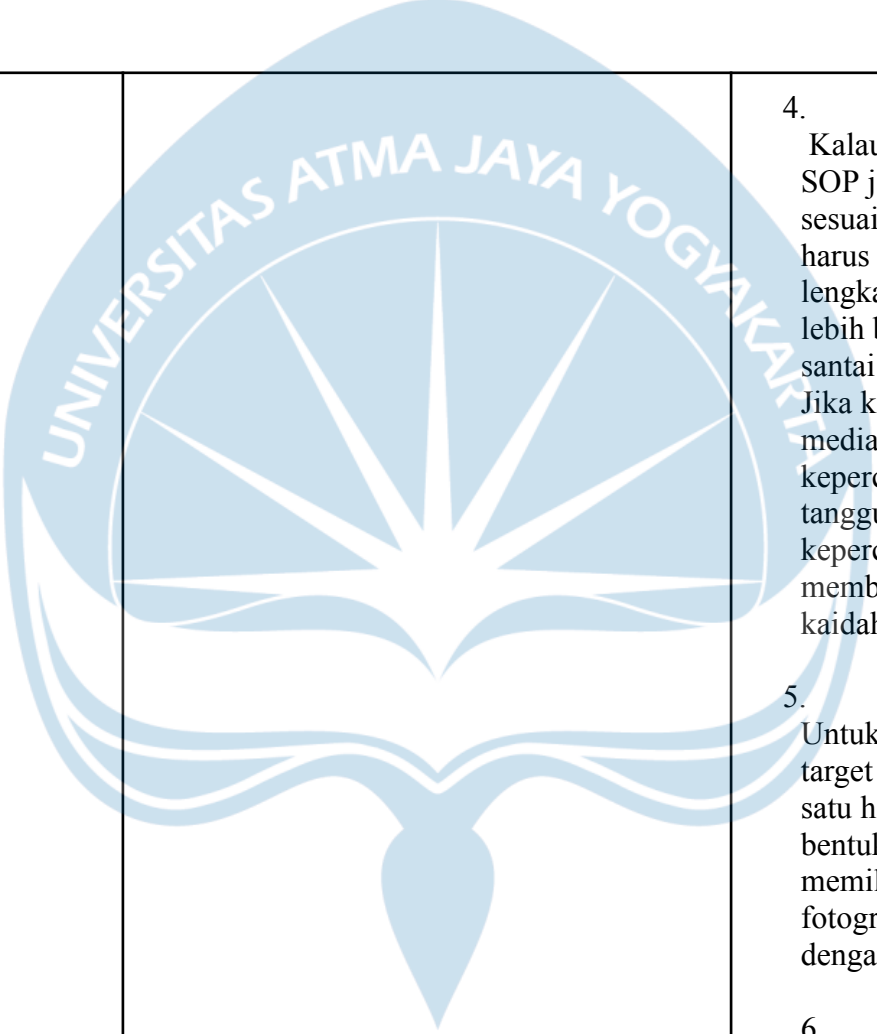
				<p>seringkali mengirim konten via WhatsApp hal ini membuat kualitas video menjadi turun karena sudah terkompres oleh WhatsApp. Jadi dulu kami sempat menggunakan Telegram, Selain itu kami sebagai wartawan dan videografer seringkali terkendala sinyal sehingga cukup lemot. Dengan kendala ini kami memutuskan untuk tetap berkirim video melalui WhatsApp dengan dengan meningkatkan kualitas video saat proses <i>editing</i>. Dengan ini kami membuat SOP pengiriman materi vidio seperti adanya minimal durasi video dalam satu <i>frame</i>. Untuk proses <i>editing</i> kami juga membuat SOP sendiri seperti <i>font</i> yang dipakai dan penulisan judul untuk video <i>news</i>.</p> <p>2. Untuk sekarang ini, dengan adanya pergantian direktur dan kebijakan baru wartawan cetak juga berperan sebagai wartawan <i>online</i> dimana misal dalam sehari</p>
--	--	--	--	---

				<p>minimal ditargetkan menulis berita maka 1 atau 2 diantaranya harus dikirimkan siang hari baru kemudian sisanya baru dikirimkan untuk yang cetak. Saat ini jumlah jurnalis kami ada sekitar 20 orang dan 2 orang fotografer.</p>
			<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana cara Anda menentukan topik liputan? 2. Bagaimana cara Anda memperoleh topik liputan? 3. Bagaimana peran algoritma platform <i>distributed media</i>, seperti Google dan Meta memengaruhi pemilihan topik liputan Anda? 4. Bagaimana Anda menjaga kualitas produk jurnalistik Media E yang mengutamakan kedalaman basis data, menawarkan perspektif dan solusi? 5. Berapa jumlah produk jurnalistik (tulisan, audio, video, atau visual) yang harus Anda publikasikan selama satu hari? 6. Sejak kapan dan mengapa Anda juga mempunyai kewajiban untuk turut mencari berita iklan (<i>advertorial</i>)? 	<p>1 & 2 Para jurnalis di lapangan dapat mencari topik berita sendiri ataupun menulis sesuai penugasan kantor. Jurnalis biasanya sudah dibagi sesuai <i>job desc</i> nya sendiri-sendiri seperti ada yang di meliput tentang pendidikan, ekonomi atau di daerah-daerah.</p> <p>3. Terkait media sosial kami mengikuti platformnya, misal Twitter & Facebook yang kami gunakan hanya sebagai alat distribusi <i>link</i> berita. Sementara untuk Instagram, TikTok dan YouTube kami lebih cenderung menggunkaannya untuk</p>

				<p>meningkatkan <i>brand awarness</i> dan mencari uang (pemasangan iklan). Dulu, kami bisa menggunakan satu video untuk 3 platform berbeda, tapi sekarang tidak bisa terutama untuk instagram dan TikTok karena kepemilikan hak cipta lagu yang dipakai berbeda. Misal dalam penggunaan <i>sound</i>, saat kami sudah menggunakan <i>sound A</i> saat <i>upload</i> video di instagram ternyata saat di upload di TikTok lagunya hilang yang membuat seluruh video tidak ada suaranya, hal ini membuat kami harus membuat video dengan sound yang berbeda tiap platform padahal kami berpatokan pada YouTube. Kami biasa mengambil <i>sound</i> video dari YouTube Library, tapi kadang lagu yang ada di YouTube Library <i>free</i> di YouTube dan Instagram tapi tidak di TikTok. Hal ini yang cukup <i>tricky</i> sehingga video editor harus merender 2 video satu dengan suara dan satu tidak, untuk video yang tidak bersuara akan ditambahkan</p>
--	--	--	---	--



				<p>suara sendiri saat di upload oleh admin media sosial di TikTok. Selain itu permasalahan <i>copyright</i> di <i>sound</i> YouTube juga cukup <i>tricky</i> karena saat awal kami menggunakan <i>sound free commercial</i> namun bisa saja beberapa waktu kemudian menjadi berbayar, jadi mau tidak mau nanti akan ada notifikasi pilihan antara video harus di <i>take down</i> YouTube dan diganti <i>sound</i> nya atau harus berbagi <i>adsense</i> dengan pemilik lagu.</p> <p>Kami harus mengikuti aturan main di masing-masing platform media sosial, misal di TikTok, minimal kami harus mengupload 12-15 video per minggu jika tidak algoritma akan turun, dulu kami sempat bisa menyematkan link berita tapi entah mengapa mungkin karena turunnya algoritma jadi menghilang.</p> <p>Selain itu, Instagram kami beberapa kali sempat hampir dihack, dengan ini membuat admin harus sering mengganti password secara berkala.</p>
--	--	--	--	---



				<p>4. Kalau untuk <i>news</i> karena sudah ada SOP jadi pembuatan video harus sesuai dengan SOP yang ada seperti harus ada narasumber dan nama lengkap, untuk video konten bersifat lebih bebas seperti <i>review</i> & liputan santai. Jika kita mengejar <i>clickbait</i>, karena media lebih cenderung kepada kepercayaan kami memiliki tanggung jawab untuk menjaga kepercayaan masyarakat untuk membuat video news yang sesuai kaidah jurnalistik.</p> <p>5. Untuk foto, fotografer memiliki target 3 foto atau peristiwa dalam satu hari dan tidak boleh dalam bentuk foto lepas, karena koran memiliki halaman yang terbatas fotografer harus berkoordinasi dengan wartawan di lapangan.</p> <p>6.</p>
--	--	--	--	---

				<p>Tidak, karena liputan <i>advertorial</i> harus orderan dari tim <i>marketing</i>. Sebenarnya wartawan diperbolehkan mencari iklan tapi biasanya order dari marketing ke korlip, kemudian korlip akan menugaskan wartawan untuk liputan. Jadi untuk <i>advertorial</i> yang mencari tetap dari marketing.</p>
4.	Neoliberalisme	Fleksploitasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada surat kontrak kerja dari perusahaan yang pernah Anda tanda tangani? 2. Dalam kurun satu hari, Anda bekerja berapa jam dalam? Dan apakah terkait jam durasi kerja, tertera pada surat kontrak kerja yang Anda tanda tangani? 3. Dalam kurun waktu satu minggu, berapa hari Anda bekerja? 4. Apakah upah (pokok) yang Anda terima selama ini, sudah sesuai dengan upah minimum yang ditetapkan oleh pemerintah? 5. Apakah Anda mendapatkan jaminan kesehatan, seperti BPJS Kesehatan atau asuransi kesehatan lainnya? 6. Apakah Anda mendapatkan jaminan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Di awal saya masuk administrasinya masih belum sebagus sekarang, jadi dulu tidak ada surat kontrak kerja secara tertulis. Hanya diucapkan secara lisan bahwa saya akan <i>training</i> selama 3 bulan. Setelah 3 bulan tersebut, saya menunggu selama lebih dari 2 tahun dari awalnya 7 orang dalam satu angkatan wartawan hingga tersisa 2 orang yang mendapat surat pengangkatan. <p>2 & 3 Tidak ada, karena di awal wawancara kami sudah dipastikan apakah kami bersedia</p>

			<p>hari tua atau dana pensiun, seperti BPJS Ketenagakerjaan?</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Apakah Anda mendapat bonus sebagai hak atas kerja keras (melebihi durasi kerja normal) selama bekerja? 8. Apakah Anda mendapat Tunjangan Hari Raya (THR) ketika merayakan hari raya (Idul Fitri, Natal, Waisak, Nyepi, atau Imlek)? 9. Apakah Anda mendapat hak cuti (sakit, melahirkan, menstruasi, duka, dll)? 10. Apa alasan Anda bergabung dengan serikat pekerja? 	<p><i>standby</i> 24 jam karena kami media dan <i>based on</i> peristiwa, misal terkait liputan bola yang biasanya di hari sabtu atau minggu, sementara kami jam kantor hanya sampai jumat (dulu sebelum pandemi di hari sabtu kami masuk setengah hari) tapi untuk kerja jurnalistik mereka tetap harus liputan di hari libur yang kemudian akan di tukar hari liburnya, misal mereka liputan bola di hari sabtu nanti mereka bisa mengambil libur di hari selasa atau rabu.</p> <p>4. Ya upah kami sesuai dengan UMR Sleman.</p> <p>5 & 6 Ada jaminan kesehatan menggunakan BPJS, kemudian untuk JKM hari tua juga menggunakan JHT, ada juga yang menggunakan Manulife.</p> <p>7 & 8</p>
--	--	--	---	--

				<p>Ada, baru kemarin kami menerima bonus pendidikan biasanya di bulan juni atau juli tapi ini mundur di bulan agustus, biasanya kami dapat bonus THR, bonus pendidikan dan bonus akhir tahun sambil acara <i>gathering</i>.</p> <p>9. Terkait cuti kami mendapatkan hak cuti 12 hari tapi tidak ada cuti besar. Untuk cuti melahirkan selama 3 bulan. Sebenarnya di Media E kami jarang mengambil cuti jika tidak benar-benar terpaksa.</p> <p>10. Secara pribadi sebenarnya saya tidak tergabung dalam AJI atau PWI, namun nama saya tercantum dalam PWI karena saat UKW Madya saya bergabung ke PWI. Karena di PWI jika bukan anggota harus ikut ujian kesetaraan, jadi saya mendaftar dan mengikuti ujian di PWI. Namun saat saya diminta</p>
--	--	--	--	--

				memperbarui kartu anggota saya tidak kesana.
--	--	--	--	--

**berdasarkan perjanjian dengan narasumber, bahwa nama media akan disamarkan*

