

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan digital teknologi komunikasi yang kian meningkat membuat pola publik mengonsumsi informasi turut berubah. Menurut riset yang dilakukan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2018, penetrasi internet di Indonesia kini telah mencapai 64,8% dari total seluruh penduduk negara Indonesia. Angka ini setara dengan 264,16 juta jiwa penduduk Indonesia. Digitalisasi membuat masyarakat kini semakin mudah dan cenderung mencari informasi di Internet. Budaya Internet ini semakin kuat dengan hadirnya *search engine* seperti *Google*, *Yahoo*, dan lain-lain yang semakin memudahkan khalayak menemukan informasi yang dibutuhkannya (Romli, 2018, p. 15)

Dalam merespons fenomena ini, media massa turut beradaptasi dan memperluas jangkauan dengan hadir melalui media baru. Media baru dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang dapat memanfaatkan teknologi digital dan bisa menjangkau khalayak yang luas (Mcquail, 2011, p. 152). Kehadiran media baru sendiri tidak berarti menghilangkan media konvensional, tetapi memacunya untuk berkonvergensi ke media digital.

Menurut Paul Bradshaw, salah satu prinsip dasar dari jurnalistik *online* adalah *adaptability* yang berarti harus dapat menyesuaikan diri dalam menyajikan informasi menurut preferensi publik. Dengan hadirnya kemajuan teknologi kini, jurnalis dapat menyajikan informasi dengan berbagai format seperti foto dan

video (Romli, 2018). Mengutip Foust, Romli menjelaskan salah satu keunggulan yang dapat membedakan media digital dengan media konvensional adalah *multimedia capability* (Romli, 2018, p. 20). Hal ini berarti media digital memiliki kemampuan untuk menyajikan informasi dalam berbagai bentuk atau *hypertext*. Kehadiran multimedia seperti video dapat menghadirkan variasi dan melengkapi kebutuhan informasi khalayak di media digital.

Namun, media *online* di Indonesia yang bergerak dalam jurnalisme olahraga masih banyak yang belum menyajikan berita dalam format video. Penggunaan format video dalam memberitakan olahraga merupakan hal yang cukup penting karena khalayak tentunya ingin melihat cuplikan dari pertandingan, dan lain-lain. *Bola.com* adalah salah satu media digital yang bergerak dalam jurnalisme olahraga di Indonesia yang telah bergerak dalam produksi berbagai konten multimedia. Berita dalam format multimedia disajikan dalam kanal video di laman situs *Bola.com*.

Oleh karena itu, penulis ingin belajar dan merasakan langsung alur kerja tim multimedia di *Bola.com* khususnya dalam produksi video melalui kerja magang. Laporan ini ditulis untuk membahas bagaimana alur kerja jurnalistik dalam pembuatan konten video di tim multimedia *Bola.com* dilakukan. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk memperkaya ilmu jurnalistik penulis dan menambah pengalaman penulis terkait produksi konten multimedia di media digital.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada pemenuhan mata kuliah *internship*. Pada program studi Jurnalistik, mahasiswa diharuskan untuk melangsungkan kerja magang di bidang atau posisi yang relevan dengan kerja jurnalistik. Kerja magang memiliki beberapa tujuan antara lain.

1. Menambah wawasan dan pengalaman kepada mahasiswa terkait cara kerja di perusahaan media.
2. Menerapkan ilmu jurnalistik yang telah didapatkan melalui pembelajaran akademik di Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara. Beberapa materi serta mata kuliah yang terkait dengan kerja magang ini adalah *sport journalism*, *video production*, dan *mobile and social media journalism*.
3. Mengasah kemampuan penulis dalam bidang produksi video, baik pada proses praproduksi, produksi, maupun pascaproduksi.
4. Memberikan penulis pendalaman terhadap praktik jurnalisme olahraga di Indonesia.
5. Melatih penulis profesionalitas penulis dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Menurut pihak perusahaan KapanLagiYouniverse, kerja magang dilakukan selama tiga bulan terhitung sejak 3 September 2020 hingga 2 Desember 2020 atau setara dengan 64 hari kerja. Sementara itu, dari pihak Universitas Multimedia Nusantara menetapkan kerja magang selama 60 hari kerja yang berarti berlaku sejak 3 September 2020 hingga 25 November 2020.

Karena sedang berada dalam masa pandemi COVID-19, *Bola.com* menerapkan 4 hari *work from home* dan 1 hari bekerja di kantor redaksi. Namun, sejak masa PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Jakarta, seluruh karyawan diharuskan bekerja dari rumah. Saat menjalankan kerja magang jam kerja penulis menyesuaikan pada proyeksi tugas yang diberikan pada tiap-tiap hari. Penulis datang ke kantor redaksi ketika ada keperluan atau mendapatkan arahan produser untuk datang bekerja di kantor. Seluruh kegiatan yang dilakukan di kantor tetap diharuskan untuk mengikuti protokol kesehatan yang telah ditetapkan. Kantor redaksi *Bola.com* terletak di KapanLagiYouniverse Head Quarter di daerah Gondangdia, Menteng, Jakarta.

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

Sebelum melaksanakan kerja magang di *Bola.com*, penulis menjalankan dan mengikuti beberapa prosedur terlebih dahulu. Pada periode 19 Agustus 2020 hingga 29 Agustus 2020, penulis mengajukan permohonan kerja magang ke beberapa media di Indonesia. Penulis mengajukan permohonan magang dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio melalui surat elektronik.

Pada 25 Agustus 2020, salah satu tim *Human Resources Development* (HRD) dari KapanLagiYouniverse menghubungi penulis untuk menawarkan magang di posisi *creative sales*. Namun, setelah berdiskusi dengan dosen pembimbing akademik penulis, disimpulkan bahwa posisi tersebut tidak relevan dengan program studi jurnalistik. Setelah kembali berdiskusi dengan HRD KapanLagiYouniverse, penulis mendapat undangan wawancara dengan pemimpin redaksi *Bola.com*.

Ketika wawancara, dijelaskan bahwa Bapak Darajatun sebagai pemimpin redaksi mengepalai dua redaksi yaitu *Bola.com* dan *Bola.net*. Pada waktu yang bersamaan, *Bola.com* membutuhkan tenaga di tim video dan *Bola.net* mencari tenaga penulis artikel. Kemudian saat wawancara, penulis diarahkan untuk berdiskusi terlebih dahulu dengan Redaktur Pelaksana *Bola.net* untuk penentuan penempatan posisi magang. Setelah berdiskusi dengan Redaktur Pelaksana, pada 1 September 2020 penulis menerima kabar dari pemimpin redaksi untuk ditempatkan di tim video *Bola.com*. Penulis dijadwalkan untuk mulai kerja magang pada 3 September 2020. Penulis diminta datang ke kantor redaksi sebagai tahap awal pengenalan kerja magang di *Bola.com*.

Prosedur lain yang penulis tempuh dalam praktik kerja magang adalah tahap administrasi Universitas Multimedia Nusantara. Langkah pertama yang penulis lakukan adalah pengambilan mata kuliah *internship* dengan bobot 3 sks pada masa pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) pada 11 Agustus 2020. Selanjutnya, penulis mengajukan KM 01 yang merupakan formulir pengajuan surat magang untuk perusahaan *Bola.com* pada 1 September 2020. Setelah dua

hari kerja, KM 02 yang merupakan surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara dikirim melalui email pada 3 September 2020. Kemudian surat pengantar dari universitas dikirimkan kepada HRD KapanLagiYouniverse untuk mengajukan surat keterangan penerimaan magang dari perusahaan. Pada 11 September 2020, HRD KapanLagiYouniverse mengirimkan surat keterangan penerimaan magang. Dalam kurun waktu kurang dari tujuh hari sejak surat keterangan penerimaan magang keluar, penulis mengunggah data dan surat melalui portal *my.umn* seperti prosedur yang diarahkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.