



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Namun, seiring berkembangnya zaman, proses penyampaian pesan dibawa oleh sebuah media, sebagai perantara pesan. Media massa tersebut diantaranya adalah radio, televisi, buku, majalah, surat kabar, film, perekam suara, dan komputer (Baran, 2009: 4,6).

Namun, semenjak internet masuk, penggunaan *world wide web* menjadi sangat populer karena memungkinkan untuk mengakomodasi grafis, suara, gambar yang bergerak daripada hanya sekedar teks secara *online*. Maka penggunaan internet, membuat media *online* pun akhirnya terlihat lebih menarik untuk dilihat (Cairncross dalam Bucy, 2005: 6-7).

Lebih lanjut, Cairncross menyatakan transformasi internet telah menimbulkan tiga dampak. Pertama, internet telah meningkatkan kekuatan komputer di dunia karena internet memiliki potensi untuk berhubungan antara satu komputer dengan komputer yang lain.

Kedua, internet telah membentuk informasi global yang sangat cepat, sehingga internet menjadi sumber dari berbagai informasi global dalam skala yang besar.

Ketiga, internet telah memberikan peluang bagi industri-industri baru untuk melakukan jasa dan penjualan secara online. Tentu saja di dalamnya, termasuk media online yang digunakan sebagai penyebar informasi.

Dengan adanya dampak besar internet tersebut, media pun akhirnya berkonvergensi, sehingga ketika seorang jurnalis menyampaikan sebuah aspek dari sebuah cerita dengan sebuah medium dan menggunakan media lainnya untuk memperlihatkan aspek yang lain, para jurnalis tersebut telah mencapai level tertinggi dari konvergensi media (Thornburg, 2011: 9,13).

Lebih lanjut, Thornburg juga menyatakan media seperti koran dan majalah cetak telah menyampaikan informasi lewat kata-kata dan gambar.

Kemudian televisi pun muncul dan berita pun disampaikan lewat video dan audio. Namun, dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, jurnalis dapat memilih kategori media yang cocok untuk menyampaikan berita lewat media *online*.

Di Indonesia sendiri, jurnalisme *online* memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Seperti dilansir dari *kompas.com*, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan pengguna internet di tahun 2014 telah mencapai 88,1 juta. Angka tersebut naik dari 71,2 juta di tahun sebelumnya.

Belum lagi potensi dari penggunaan telepon seluler di Indonesia. Berkembangnya *smartphone* atau ponsel pintar jelas memberi pengaruh terhadap mudahnya seseorang mengakses internet. Seperti dilansir dari *okezone.com*, Indonesia menempati urutan teratas dalam penggunaan ponsel pintar dengan waktu pemakaian rata-rata 181 menit per hari di tahun 2014. Salah satu alasan untuk menggunakan ponsel pintar ini adalah mencari informasi yang ada di internet.

Kian luasnya segmen pemanfaatan internet pengguna telepon seluler, yang jumlahnya besar dan terus bertumbuh itu, niscaya akan berbanding lurus dengan tingkat konsumsi berita *online* melalui telepon seluler (Dharmasaputra, 2011: 21).

Media *online* yang hadir pertama kali di Indonesia adalah Republika Online (www.republika.co.id), yang tayang perdana pada 17 Agustus 1994, satu tahun setelah Harian Republika terbit. Di tahun 1996, awak tempo yang “menggangu” karena majalah mereka dibredel rezim orde baru pada 1994 mendirikan *tempointeraktif.com*, yang sekarang telah menjadi www.tempo.co. Selain dua media di atas, generasi media *online* pertama lainnya adalah Bisnis Indonesia, Waspada Online dan Kompas Online (Margianto dan Syaefullah, 2012: 15-17).

Namun, media *online* yang sebelumnya statis pun berubah semenjak *detik.com* muncul. Media ini pertama kali diunggah pada tanggal 9 Juli 1998. Tidak ada media cetak yang mengindukinya. Detik muncul sebagai media *online* otonom. Tanpa dukungan media cetak, seperti media *online* generasi pertama, *detik.com* memperkenalkan model berita baru, yaitu ringkas *to the*

point. Budiono Darsono, sebagai salah satu pendiri media ini, mengenalkan model *running news*, yakni sebuah penyajian berita serial dan konsep ini ternyata diterima di hati pembaca (Margianto dan Syaefullah, 2012: 17-18).

Walaupun setelah Detik berdiri, media *online* sempat terpuruk, namun selepas tahun 2003, situs-situs berita di jagad raya tampil lebih atraktif. Selain itu, munculnya web 2.0, membuat media *online* membuka ruang terjadinya interaksi antar pembaca dan situs mereka (Margianto dan Syaefullah, 2012: 22).

Pemberitaan dalam media *online* pun akhirnya bisa bervariasi, salah satunya dengan pemberitaan multimedia. Thornburg menjelaskan pemberitaan multimedia adalah konvergensi dari berbagai macam media untuk menyampaikan sebuah berita. Cara penyampaian berita yang baik membuat teks digabungkan dengan audio atau media visual untuk memperlihatkan emosi manusia, konflik dan latar secara fisik mengenai berita tersebut (Thornburg, 2011: 194).

Penulis pun mendapatkan kesempatan melakukan kerja magang di salah satu media *online*, yaitu *Liputan6.com*. Penulis pun ditempatkan di departemen multimedia divisi video sebagai seorang *creative*, bagian dari tim kreatif *Liputan6.com*. *Liputan6.com* sendiri memiliki program-program multimedia, seperti *Whoops*, *Intermezo*, *Top Spot*, *Gelagapan*, *Tips*, *Mitos Urban* dan *Kepo*. Program ini pun mencakup *hard news* dan *soft news*, serta disajikan dalam bentuk video.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan kerja magang penulis sebagai seorang *creative* di *Liputan6.com* adalah sebagai berikut:

- 1) Memenuhi persyaratan mata kuliah *internship*
- 2) Mempelajari dan memahami proses praproduksi, produksi dan pasca produksi pembuatan video berita di media online *Liputan6.com*

- 3) Mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan pada masa perkuliahan di lapangan kerja
- 4) Mengetahui suasana dunia kerja khususnya di media *online* sehingga menjadi pengalaman bagi penulis
- 5) Melatih kesiapan fisik maupun mental untuk bekerja secara profesional di media *online*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis diterima sebagai *creative* di *liputan6.com* pada tanggal 20 Februari 2015, namun aktivitas kerja magang penulis berlangsung dari tanggal 9 Maret 2015 sampai dengan 5 Mei 2015. Penulis melakukan kerja magang selama dua bulan (40 hari kerja) seperti yang diminta oleh pihak *Liputan6.com*. Pelaksanaan kerja magang ini pun juga memenuhi syarat waktu pelaksanaan magang dari kampus.

Penulis bekerja mulai dari pukul 09.00 sampai dengan 18.00 setiap hari kerja. Jika ada hari libur nasional pada hari kerja, penulis pun mengganti hari lain untuk memenuhi total hari kerja yang diwajibkan. Walaupun penulis diharapkan datang pada pukul 09.00, namun hampir setiap hari kerja, penulis bisa datang lebih awal satu atau setengah jam sebelum jam kerja. Maka, pembimbing lapangan mengizinkan penulis untuk pulang lebih cepat. Namun, jika penulis masih diperlukan, penulis pun dapat pulang melebihi jam kerja.

Prosedur yang dilakukan oleh penulis pada awalnya adalah membuat *curriculum vitae* dan disebarakan kepada perusahaan-perusahaan media sesuai dengan minat penulis. Penulis sempat mengirim *curriculum vitae* ke berbagai perusahaan seperti, *First Media, Kompas TV, Trans TV, Fimela TV, Heartline FM, Trax FM*. Selain itu, penulis pun mendapatkan rekomendasi dari teman penulis untuk magang di *Liputan6.com*.

Dari berbagai perusahaan tersebut, ada tiga media yang menghubungi penulis, yaitu *Heartline FM*, *Liputan6.com*, dan *Kompas TV*. Penulis diwawancara oleh produser *Heartline FM* pada tanggal 9 Februari 2015 dan diwawancara oleh HRD *Liputan6.com* keesokan harinya, pada tanggal 10 Februari 2015. Walaupun penulis sempat diterima di *Heartline FM*, namun penulis memilih melakukan kerja magang di *Liputan6.com* karena keinginan penulis untuk bekerja di Jakarta. Penulis pun menolak ajakan *interview* dari *Kompas TV* karena penulis telah diterima di *Liputan6.com*.

Setelah diterima, penulis pun mengurus surat magang KM-01 dan KM-02, yang kemudian diserahkan kepada HRD *Liputan6.com*. Mulai dari 9 Maret 2015 hingga 5 Mei 2015, penulis melakukan kerja magang di *Liputan6.com* sebagai seorang *creative*. Penulis menyerahkan surat pengantar diterima kerja magang asli dari *Liputan6.com* kepada bagian administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi kemudian memberikan salinan surat pengantar tersebut kepada BAAK untuk mendapatkan KM-03 sampai KM-07 pada tanggal 27 Maret 2015.

Setelah penulis menyelesaikan kerja magang, penulis melengkapi KM yang dibutuhkan dan menulis laporan kerja magang dengan melakukan bimbingan dan konsultasi kepada Albertus M. Prestianta, S. I.Kom, M.A., selaku dosen pembimbing magang. Setelah itu, penulis mendaftarkan diri untuk ujian kerja magang sebagai pertanggungjawaban atas laporan kerja penulis dengan waktu yang telah ditentukan oleh pihak kampus.