



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Media adalah alat atau sarana yang digunakan masyarakat untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara, 2006, p. 119). Secara umum, media adalah alat, sarana, perantara, dan penghubung untuk menyebarkan atau menyampaikan suatu pesan pada komunikan (penerima pesan). Selain itu, menurut McQuail (McQuail, 1994), media memiliki beberapa fungsi; yakni fungsi informasi, kesinambungan, kolerasi, mobilisasi, dan hiburan.

Selain yang disebutkan di atas, sebenarnya masih banyak fungsi media lainnya seperti fungsi pendidikan, *decoder*, *interpreter*, *encoder*, persuasi, dan pengawasan. Menurut Ketua Dewan Pers Yoseph Adi Prasetyo pada puncak Hari Pers Nasional 2018 di Padang, Indonesia memiliki sekitar 47.000 media massa yang terdiri dari media cetak, radio, televisi, dan media online. Indonesia juga dilaporkan sebagai negara dengan media massa yang paling banyak di dunia. Media massa, seperti yang sudah kita ketahui, merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau masyarakat secara luas sehingga informasi dapat diterima secara serentak.

Terdapat beberapa jenis media massa, yakni media cetak, media elektronik, dan media online. Media *online* merupakan media baru yang penyampaian informasinya dilakukan dengan cara yang berbeda dengan media konvensional. Media *online* membutuhkan perangkat yang berbasis komputer dan memiliki koneksi internet untuk menyebarkan maupun menerima informasi. Dengan internet yang aksesnya tidak terbatas, pengguna internet jadi lebih leluasa dan lebih bebas dalam mengakses media. Istilah media *online* berarti situs berita maupun produk

jurnalistik lainnya yang dipublikasikan melalui jejaring internet. Menurut Adhi Siregar dalam Agung Kurniawan (Kurniawan, 2005, p. 20), media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia* seperti komputer dan internet. Di dalamnya terdapat portal berita, situs *website*, radio *online* (*Podcast*), TV atau video *online*, dan sebagainya yang memiliki karakter masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan khalayak untuk mengakses media tersebut.

Media *online* memiliki beberapa karakteristik yang dapat dijadikan perbandingan dengan media konvensional, yakni kecepatan informasi, pembaruan informasi, timbal balik, personalisasi, kapasitas tidak terbatas, dan *multimedia capability*. Media *online* memiliki keunggulan dalam penyampaian informasi kepada khalayak luas secara cepat dan memiliki keunggulan dalam berinteraksi dengan khalayak ketimbang media konvensional.

Berdasarkan dari *website* KamiBijak (2018), KamiBijak adalah media pertama di Indonesia yang memfokuskan sasaran audiens mereka kepada teman-teman disabilitas, khususnya Tuli. Di bawah naungan MerahPutih Media, KamiBijak juga merupakan media pertama yang mempekerjakan teman-teman Tuli untuk turut ikut dalam proses pembuatan berita dan video sehari-harinya. Setiap harinya, KamiBijak akan memproduksi dua buah video yang berbasis visual (bahasa isyarat dan teks). Menurut Sadiman (Sadiman, 2009, p. 74), video merupakan media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disampaikan dalam video tersebut dapat berupa fakta maupun fiktif. Selain itu, video juga bisa bersifat informatif, edukatif, maupun instruksional. Media video sendiri memiliki beberapa kelebihan. Sadiman (Sadiman, 2009, p. 74-75)

menyebutkan ada beberapa kelebihan media video dibandingkan media lainnya dalam hal menyampaikan informasi, yakni:

1. Dapat menarik perhatian untuk periode yang singkat dari rangsangan luar lainnya;
2. Penonton dapat memperoleh informasi dari ahli maupun spesialis;
3. Menghemat waktu dan rekaman dapat diputar berulang-ulang;
4. Bisa mengamati lebih dekat objek yang sedang bergerak atau yang berbahaya.

Meskipun KamiBijak memiliki hasil produk jurnalistik berbentuk video, KamiBijak tetap memberikan produk jurnalistik berbentuk artikel untuk menemani video yang diunggah pada kolom teks (kotak deskripsi pada *YouTube* maupun *caption* dalam *website* dan *Instagram*). Maka dari itu, penting bagi KamiBijak untuk memiliki seorang *content writer* dan juga videografer. Dari laman Kompasiana, *content writer* menurut (Miladi, 2019) adalah seseorang yang menuliskan konten atau membuat artikel sebuah produk barang atau jasa. Dalam KamiBijak, *content writer* bertugas untuk menuliskan artikel singkat yang nantinya akan dipublikasikan bersamaan dengan video yang akan diunggah pada hari itu.

Selain *content writer*, videografer/*campers (Camera Person)* juga memiliki peran penting dalam media KamiBijak. Kinibisa (2019) mendeskripsikan bahwa videografer adalah orang yang bekerja dalam sebuah tim produksi yang menciptakan produk video. Seorang videografer bertugas untuk membuat konsep, melakukan pengambilan video, dan menyunting video untuk keperluan promosi dan sosial media. Selain harus dapat menguasai pengoperasian kamera dengan baik,

seorang videografer juga harus dapat menguasai perangkat lunak komputer untuk proses pengeditan video dan memiliki kreatifitas yang tinggi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di KamiBijak dengan tujuan untuk mengimplementasikan ilmu jurnalistik yang sudah dipelajari dalam dunia perkuliahan, mendapatkan pengalaman bekerja dalam perusahaan media, dan guna menyelesaikan mata kuliah *Internship* sebagai syarat kelulusan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, penulis juga ingin mengembangkan kemampuann penulis dalam bidang *content writing* dan videografi, sebagaimana sudah diterapkan di beberapa mata kuliah Jurnalistik di Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlangsung dari 7 Agustus 2019 hingga 6 November 2019 dengan jam kerja pukul 09.00 sampai dengan pukul 18.00 setiap hari Senin-Jumat. Kegiatan magang dilaksanakan di Merah Putih Media, Cluster Paramount Hill Golf, Jl. Gading Golf Timur Blok GGT No. 112, Gading Serpong, Tangerang 15810. Adapun prosedur kerja magang yang dilaksanakan ini dimulai dengan prosedur sebagai berikut:

- a. Mengirimkan *Curriculum Vitae* kepada PT Merah Putih Media pada tanggal 2 Juli 2019;
- b. Melakukan *interview* pada tanggal 4 Juli 2019;
- c. Memulai kerja di KamiBijak (PT Merah Putih Media) pada tanggal 5 Juli 2019;
- d. Mengurus KM-01 di Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 7 Agustus 2019;

- e. Menukarkan KM-02 dengan surat keterangan dari perusahaan bahwa penulis sudah diterima untuk melaksanakan program magang di PT Merah Putih Media;
- f. Menukarkan surat perusahaan dengan KM-03 sampai dengan KM-07 pada tanggal 13 Agustus 2019;
- g. Pengisian dokumen seperti kartu kerja magang, formulir kehadiran magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan kerja magang;
- h. Melakukan kerja magang;
- i. Penyusunan laporan kerja magang;
- j. Menerima surat keterangan selesai magang dari PT Merah Putih Media;
- k. Penyerahan laporan kerja magang ke Universitas Multimedia Nusantara dan PT Merah Putih Media;
- l. Sidang kerja magang.