



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

Hingga hari ini, internet menjadi kebutuhan pokok manusia. *Vice President Enterprise Marketing* Cisco, Marie Hattar menyampaikan bahwa dunia sedang mengalami perubahan dan semakin dipengaruhi oleh internet, bahkan perubahannya turut dirasakan oleh generasi asli digital (*digital natives*) (Kustiani, 2011, para. 3). Penelitian *Cisco Connected World Technology Report* 2011 memaparkan satu dari tiga mahasiswa dan profesional muda menganggap internet sama pentingnya dengan kebutuhan dasar manusia seperti udara, air makanan, dan tempat tinggal. Separuh responden menganggap internet sebagai bagian penting dalam hidupnya (Kustiani, 2011, para.2). Dari kebutuhan tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi yang didasari internet turut mempengaruhi cara manusia untuk mendapatkan akses informasi. Keberadaan internet diharapkan mampu menjadi faktor pendukung dari beredarnya informasi. Media memiliki kesempatan untuk menyediakan konten dan informasi yang dapat diakses oleh manusia melalui jaringan internet.

Media dan jurnalisme terus mengalami perubahan dan penyesuaian. Dalam artikelnya Tirto.id mengutip ucapan Budiono Darsono di acara Konvensi Nasional Media Massa 2017 di Ambon, Maluku. “Media memang takkan pernah mati, platformnya saja yang berubah, dulu cetak sekarang *online* (Tirto.id, 2017, para. 3).” Perubahan bentuk dan platform media juga menjadi tantangan bagi perusahaan media. Perusahaan media tentu berupaya untuk mempertahankan pembacanya sembari mengembangkan inovasi baru dalam memproduksi informasi. Seperti yang dilakukan *The New York Times* dalam mempertahankan medianya agar tetap relevan dan penting bagi pembacanya. Artikel yang diterbitkan Remotivi mengenai laporan *The New York Times* berjudul “*Journalism That Stands Apart*” membantu menjelaskan bagaimana platform jurnalisme berubah karena teknologi dan pola hidup pembaca yang

juga berubah karena kemajuan teknologi itu sendiri. *New York Times* mulai mengembangkan agar laporan jurnalistiknya dapat dinikmati dalam berbagai platform secara cepat, entah melalui *newsletter*, suara, video, dan platform lain yang masih dikembangkan (Utomo, 2017, para. 5).

Hal ini berangkat dari kesadaran bahwa saat ini menggapai pembaca dengan laporan berbasis teks saja tidak cukup (Utomo, 2017, para. 5). Kemunculan media daring yang merambah ke dalam ragam *output* seperti video, audio/podcast, website interaktif, dan sebagainya turut memicu perubahan media berbasis cetak untuk ikut melebarkan sayap ke ranah daring. Dalam rapat tahunan *American Society of Newspaper Editors* (ASNE) di Washington DC pada 13 April 2005 lalu, Rupert Murdoch mengatakan media perlu menyadari bahwa orang yang mengakses berita dan informasi akan mengalami perubahan generasi dan pada masa berikutnya orang akan memiliki harapan berbeda tentang berita apa yang akan mereka dapatkan (Allan, 2006, p. 2). Dalam artian, media perlu melihat bagaimana masyarakat mengakses informasi di masa yang akan datang dan perlu mengkaji kembali inovasi yang tepat bagi pembaca agar media bertahan mengikuti perkembangan teknologi. Murdoch turut mengamati bahwa lonjakan krisis media cetak yang sedang menghadapi tantangan tersulitnya juga dapat dijadikan kesempatan bagi jurnalisme untuk melakukan improvisasi dan memperluas capaiannya dengan menciptakan inovasi yaitu beralih ke daring (Allan, 2006, p. 2).

The Jakarta Post didirikan pada tahun 1983 dan merupakan media cetak pertama di Indonesia yang menggunakan Bahasa Inggris. *The Jakarta Post* juga melakukan langkah serupa untuk menyiasati perkembangan teknologi terhadap jurnalisme. Upaya *The Jakarta Post* dimulai dengan mendirikan situs daring pada tahun 1999 yang pada tahun 2012 meluncurkan branding yang terpisah dari *The Jakarta Post* cetak, yaitu *The Jakarta Post Digital*. Langkah *The Jakarta Post* untuk bergerak ke ranah daring bermula dari konten artikel yang juga diunggah di laman web *thejakartapost.com* untuk memungkinkan pembaca yang terintegrasi dengan internet dapat mengaksesnya. Pada 2015, *The Jakarta Post* daring akhirnya membentuk *desk* Multimedia untuk memperkaya *output* di laman web seperti video informatif dan liputan khusus

yang dilengkapi dengan unsur audio-visual. Unggahan video yang terdapat di laman web seperti wawancara khusus dengan Bob Hasan, kondisi abrasi di Pantai Demak, Polusi Jakarta, dan sebagainya.

Kehadiran *desk* multimedia menjadi wajah baru bagi *The Jakarta Post* yang lekat dengan titel media cetak. Dari konten video yang diproduksi oleh *The Jakarta Post*, kebanyakan bersifat *soft news* dan eksklusif. Konten *hard news* cenderung diproduksi ketika isu yang sedang hangat dibahas berlangsung dalam periode yang cukup panjang.

Berangkat dari desk multimedia yang sedang berkembang, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di *The Jakarta Post* daring dan bergabung dengan tim multimedia sebagai *multimedia journalist*. Dengan menjadi *multimedia journalist*, memungkinkan penulis untuk bisa mendapatkan pengalaman kerja di seluruh bagian tim multimedia, seperti menjadi tim riset, penulis skrip, *videographer*, hingga menjadi penyunting video. Sehingga penulis mendapatkan kesempatan untuk ikut serta dalam seluruh alur produksi dari sebuah *output* multimedia di *The Jakarta Post*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dengan mengikuti program Kerja Magang di bagian produksi multimedia yang meliputi pekerjaan seperti *video editing*, *shooting*, *scriptwriting*, *research*, *producing social media content* untuk website thejakartapost.com, penulis bertujuan memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan strata satu (S1). Selain itu, penulis juga memiliki tujuan, di antaranya:

1. Penulis mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja dan berimprovisasi dengan kondisi sebenarnya di lapangan.
2. Penulis dapat mengetahui alur kerja *multimedia section* di thejakartapost.com.
3. Berkontribusi menghasilkan *output* yang termuat dalam website thejakartapost.com dan menambah jam terbang serta pengalaman dalam berkerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu

Kerja magang dijalankan sesuai dengan prosedur yang tertera dalam Panduan Magang Fakultas Ilmu Komunikasi, yaitu masa kerja magang dilaksanakan minimal 60 (enam puluh) hari kerja yang terdapat dalam tiga bulan kalender atau sesuai dengan ketentuan perusahaan. *The Jakarta Post* memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan waktu kerja pada hari Senin sampai Jumat dimulai sejak bulan Agustus hingga November. Namun, penulis memiliki kemungkinan untuk bekerja saat akhir pekan apabila terdapat penugasan yang sangat membutuhkan kerja penulis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Pelaksanaan kerja magang diawali dengan upaya penulis untuk melamar kerja sebagai pekerja magang di *The Jakarta Post*. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) beserta portofolio yang dapat menunjang kemampuan penulis untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya. Berkas tersebut dikirimkan melalui surel ke redaksi *The Jakarta Post* dan *Head of Multimedia The Jakarta Post*. Surel lamaran kerja magang dikirimkan pada tanggal 27 Juni 2019.

Surel lamaran dibalas oleh Bayu Widhiatmoko selaku supervisor penulis dan sebagai *Head of Multimedia* di *The Jakarta Post* melalui aplikasi *WhatsApp* pada 5 Juli 2019. Melalui pesan tersebut, penulis diminta untuk hadir ke kantor *The Jakarta Post* pada 9 Juli 2019 untuk keperluan wawancara. Kemudian, tercapai kesepakatan bahwa periode magang dimulai per 1 Agustus 2019.

Selanjutnya penulis mengurus administrasi magang di universitas dengan mengisi form KM-01 yang menerangkan bahwa penulis berencana melaksanakan kerja magang di *The Jakarta Post*. Setelah disetujui oleh pihak universitas, penulis mengajukan surat

penerimaan kerja magang yang dikeluarkan oleh redaksi *The Jakarta Post*. Kemudian surat tersebut diserahkan ke BAAK UMN untuk ditukarkan dengan form KM-03 sampai dengan KM-07.

Proses kerja efektif dimulai pada tanggal 1 Agustus 2019. Namun jika disesuaikan dengan pengurusan administrasi kampus dan surat yang dikeluarkan oleh redaksi, periode magang mulai terhitung sejak 12 Agustus 2019 hingga 12 November 2019. Selama proses kerja magang, penulis juga menyusun laporan kerja magang yang dibantu oleh dosen pembimbing magang, F. X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A.