



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

Pola komunikasi masyarakat saat ini sudah mulai berubah. Dengan munculnya internet dan gawai, proses penyebaran sebuah informasi berjalan dengan sangat cepat. Masyarakat semakin mudah mengakses internet untuk membuka peramban dan mendapatkan informasi dari mana saja. Informasi yang dihadirkan tentunya beragam dan dapat berbentuk tulisan, audio serta visual. Dampak dari perubahan masyarakat mencari dan menerima informasi, media yang awalnya didominasi oleh media cetak serta elektronik seperti televisi dan radio mulai beralih *platform* menjadi media *online* dengan basis internet.

Jurnalisme *online* tidak semerta-merta memindahkan informasi atau tulisan dari media cetak ke media *online*. Terdapat beberapa perbedaan dalam mencari, mengolah dan mempublikasikan sebuah informasi ketika media *online* melakukan peliputan. Salah satunya adalah gaya penulisan dalam media *online* tidak memberikan informasi dengan format yang tradisional (Briggs, 2009, p. 53). Media *online* tentu tidak menghilangkan fungsi media massa lama tapi menggabungkan keduanya menjadi satu. Keunikan fiturnya selain berbasis dengan teknologi, media *online* menawarkan kemungkinan yang tidak terbatas dalam memproses serta menyebarkan berita (Santana, 2005, p. 137).

Situs *wearesocial.com* mengeluarkan hasil laporan per Juli 2019 bahwa pengguna aktif internet yang menggunakan media *online* untuk mendapat berita menduduki peringkat pertama sebanyak 82% lalu disusul oleh televisi sebanyak 70%, media sosial sebanyak 52%, media cetak sebanyak 32% dan radio 32%. Hal tersebut menjadi sebuah persaingan antara media *online* dengan media konvensional dan menemukan titik akhir dengan munculnya konvergensi media.

Menurut Sugiharti (2014, p. 88) konvergensi media dapat memudahkan pengguna gawai dalam mencari informasi.

Saat ini konvergensi sudah mulai banyak digunakan dalam media massa dan biasanya memengaruhi praktek kerja jurnalistik. Konsep konvergensi adalah memberikan kesempatan bagi jurnalis untuk dapat memproduksi konten dengan konsep multimedia yang terdiri dari teks, audio, video, dan juga grafis (Hill & Lashmar, 2014, p. 10). Janet dalam Hill & Lashmar (2014, p. 11) memaparkan bahwa konvergensi mengubah fokus jurnalistik untuk dapat memberikan informasi kepada publik dengan tidak hanya satu jalan saja (koran, televisi, dan internet), tapi dengan menggabungkan ketiganya menjadi sebuah produk multimedia.

Multimedia dapat membantu untuk mempertajam pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak karena kelebihan multimedia sendiri adalah menarik indera dan menarik minat. Multimedia menjadi gabungan dari pandangan, suara dan gerakan. Sehingga kegiatan membaca memiliki keunikan tersendiri karena mengubah kebiasaan yang dinamis menjadi lebih menarik disertai bunyi, gambar, musik, animasi, dan juga video (Suyanto, 2003, p. 22).

Multimedia sendiri menjadi salah satu roh dari jurnalisme *online* karena mampu menyajikan informasi dalam berbagai macam format seperti audio, teks, foto, animasi serta video. Multimedia dalam praktik kerja jurnalistik juga diartikan sebagai salah satu proses implementasi dari prinsip interaktivitas dan *hypertextual* (Deuze, 2003, pp. 203-230). Multimedia sendiri menggunakan internet sebagai motor penggerak untuk masyarakat agar bisa mendengar, melihat, membaca sebuah topik dengan sumber yang berbeda pada waktu yang sama. Sehingga multimedia dapat dikatakan sebagai media yang menggabungkan teks, audio dan video yang bisa diakses di mana pun dan kapan pun khalayak berada (Hadi, 2009, p. 73).

Penulis kemudian melakukan praktik kerja magang dengan media yang sudah melakukan konvergensi dikarenakan memiliki potensi yang besar untuk tetap

bertahan di masa kini dan yang akan datang. Selain telah melakukan konvergensi, fokus dari pemilihan tempat praktik kerja magang adalah memiliki rubrik *multimedia* di media tersebut. Maka dari itu, penulis memilih The Jakarta Post lebih tepatnya TheJakartaPost.com dan menjadi bagian dari *multimedia production*. The Jakarta Post sendiri menjadi salah satu perwakilan media Indonesia di kalangan *Asian News Network* untuk mendapatkan informasi dalam taraf internasional. Selain itu, The Jakarta Post menjadi salah satu media tertua di Indonesia yang menggunakan bahasa Inggris dalam penulisan artikel serta video. Penulis kemudian mengajukan praktik kerja magang sebagai *videographer* dan *video editor* dalam rubrik *multimedia*.

1.2 TUJUAN KERJA MAGANG

Program Kerja Magang dilakukan penulis untuk dapat mengetahui praktik kerja di lapangan agar mendapat pengalaman bekerja dalam bidang jurnalistik terutama di media *online* serta memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1). Tujuan lain dari kerja magang ini adalah pengaplikasian kemampuan penyuntingan video dan pengambilan *angle* video yang didapatkan dalam mata kuliah videografi, proses produksi pada mata kuliah TV Journalism, dan teknik mewawancarai narasumber pada mata kuliah *Technic Interview and Reportage*.

Pada program Kerja Magang ini juga penulis berharap dapat mengetahui alur kerja yang dilakukan ruang redaksi dalam rubrik *Multimedia*. Baik dari segi pra produksi, produksi serta pasca produksi.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKANAAN MAGANG

1.3.1 Waktu

Kerja magang mengikuti ketentuan yang dibuat oleh kampus yaitu selama tiga bulan kalender yang ditempuh selama 60 hari kerja. The Jakarta Post memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat bekerja selama lima hari kerja dalam seminggu yaitu Senin sampai Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Pelaksanaan kerja magang diawali dengan mengirim *Curriculum Vitae* (CV) penulis beserta dengan portofolio dan juga posisi yang diinginkan penulis ke alamat surel Bayu Widhiatmoko selaku *Head of Multimedia* The Jakarta Post. Surat lamaran tersebut dikirimkan pada 29 Juli 2019. Selain itu, penulis juga melakukan kontak melalui aplikasi *Whatsapp* di hari yang sama.

Surel lamaran tersebut dibalas pada hari yang sama yaitu 29 Juli 2019 beserta penentuan tanggal untuk wawancara yaitu 2 Agustus 2019. Setelah itu, penulis melakukan pengisian form KM-01 yang berisikan mengenai profil singkat dari The Jakarta Post beserta alamat, nomor telepon dan lain-lain. Surat tersebut berguna sebagai verifikasi tempat magang kepada pihak UMN untuk dapat dinyatakan boleh atau tidaknya melakukan praktik kerja magang.

Setelah disetujui oleh pihak UMN, penulis mulai bekerja sebagai bagian dari *multimedia* di Jakarta Post pada tanggal 12 Agustus 2019. Sebelumnya penulis telah mengajukan permohonan KM-02 yang berisikan surat pengantar kerja magang dari kampus. Kemudian pihak The Jakarta Post juga memberikan surat pengantar magang yang bertuliskan penulis telah resmi melakukan praktik kerja magang dan surat tersebut diberikan kepada pihak BAAK UMN untuk dapat ditukarkan dengan form KM-03 hingga KM-07.

Praktik kerja magang tersebut terhitung selama 60 hari kerja yang dimulai 12 Agustus 2019 hingga 12 November 2018. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis juga menyusun laporan kerja magang yang dibantu oleh dosen pembimbing, Veronika yang akan dikumpulkan kepada pihak BAAK untuk dapat menjalankan sidang magang.