

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi merupakan hal penting dan menjadi bagian dari hidup manusia. Salah satu hal yang dapat dijadikan sumber informasi adalah media massa. Manusia tidak bisa lepas dari peran media massa, bahkan setiap saat (Nurudin, 2007, p. 37).

Tidak dapat dipungkiri peran media massa juga sudah dipengaruhi kehadiran internet. Keberadaan internet membantu masyarakat untuk mengakses media massa lebih mudah. Berkat internet media massa dapat digunakan melalui beragam *platform* seperti *smartphone*, *tab*, dan laptop/ PC, dari mana saja selama memiliki jaringan internet.

Media massa tersebut bisa juga disebut sebagai media daring atau media dalam jaringan. Media-media daring bisa dikatakan sebagai media yang paling digemari banyak orang terutama dalam situasi pandemi COVID – 19. Hal ini dikarenakan karakteristik atau kelebihan media daring yang tak dimiliki oleh media lainnya. Salah satu dari karakteristik media daring adalah *immediacy* atau yang artinya informasi bisa disampaikan secara cepat dan langsung oleh media daring (Iskandar & Lestari, 2016, p. 29).

Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 telah mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu. Total jumlah penduduk Indonesia sendiri saat ini adalah 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7 persen. Dari jumlah keseluruhan, mayoritas masyarakat Indonesia sebesar hampir semua pengguna internet Indonesia atau sekitar 98,5 persen menonton

vido online setiap bulannya. Sedangkan sebanyak 74,3 persen pengguna internet Indonesia menonton video blog (vlog) setiap bulannya (Riyanto, 2021, para. 1).

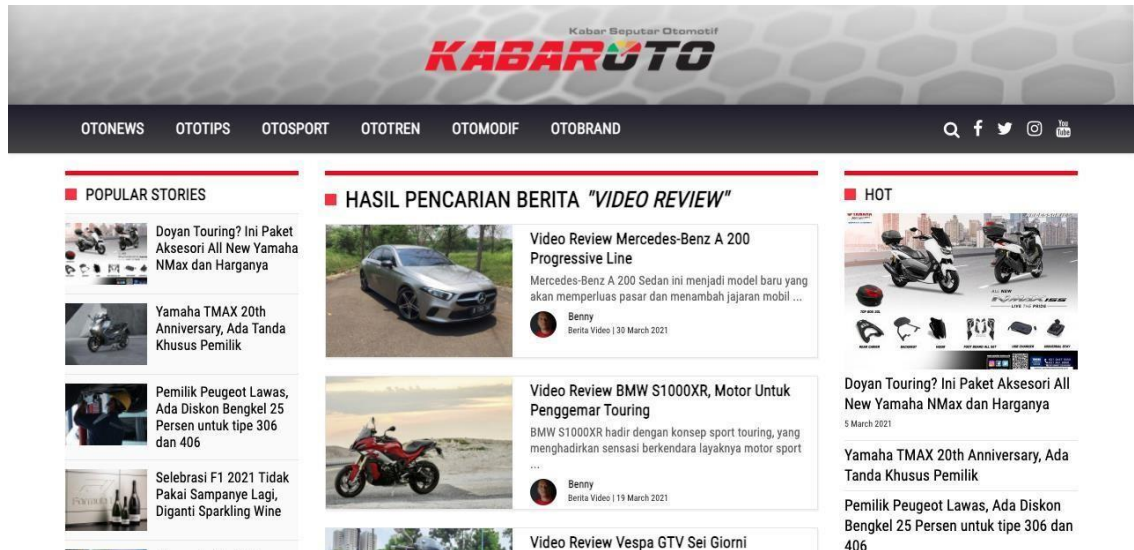
Melihat hal tersebut ini dapat diartikan bahwa media daring mampu menciptakan beragam inovasi yang menarik baik dalam ragam konten, distribusi, ataupun cara memperoleh pendapatan. Salah satunya berita dalam media daring dapat berupa teks, suara, gambar, dan juga video serta komponen lain secara bersamaan. Hal ini juga merupakan salah satu dari karakteristik atau kelebihan media daring yaitu *multimedia capability* (Iskandar & Lestari, 2016, p. 30).

Video yang merupakan salah satu bentuk dari jurnalistik visual juga menjadi bagian dari penyampaian berita. Penggunaan video sendiri sangat sering digunakan di beragam media dan konten, salah satunya otomotif. Melihat pengguna kendaraan di Indonesia semakin banyak tiap tahunnya, membuat konten video otomotif tetap hidup.

Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan populasi seluruh kendaraan di Indonesia lebih dari 133 juta unit per 2019. Sejak dua tahun lalu kenaikan jumlah kendaraan meningkat sekitar 5 persen. Data per 2019 menyebutkan jumlah kendaraan naik menjadi 133.617.012 unit dari sebelumnya 2018 sebanyak 126.508.776 unit. Pada 2019 penambahan kendaraan sebanyak 7.108.236 unit atau meningkat 5,3 persen (CNN Indonesia, 2021, paras. 1-2).

Melihat latar belakang atau karakteristik dari salah satu media milik PT. Merah Putih Media, penulis memilih KabarOto.com. Penulis memilih KabarOto.com dikarenakan ketertarikan penulis dalam bidang videografi dan otomotif. KabarOto.com sendiri memiliki rubrik konten video berupa konten *review* kendaraan beroda dua dan kendaraan beroda empat yang diunggah ke *web* KabarOto.com serta youtube KabarOto.com.

Gambar 1.1 Tampilan Konten Video di Situs KabarOto.com



Sumber: KabarOto.com

Gambar 1.2 Tampilan Konten Video di Youtube KabarOto.com



Sumber: YouTube KabarOto.com

1.2 Tujuan Kerja Magang

Ilmu akademis yang penulis pelajari di perkuliahan sangat membantu dalam melaksanakan praktek kerja magang, namun dirasa belum cukup untuk digunakan dalam dunia kerja nantinya. Penulis melakukan praktek kerja magang sebagai kegiatan akademis di Universitas Multimedia Nusantara.

Tujuan lain praktek kerja magang yang penulis lakukan untuk menerapkan bekal ilmu akademis yang penulis dapat selama perkuliahan. Melakukan praktek kerja magang diharapkan penulis mendapat ilmu praktek videografer di media *online*.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu pelaksanaan kerja magang

Penulis melaksanakan program kerja magang di perusahaan berikut:

Nama Perusahaan	: PT Merah Putih Media
Nama Media	: KabarOto.com
Lokasi	: Paramount Hill Golf Blok GGT No. 112, Paramount Serpong, Pagedangan, Kab. Tangerang, 15332, Banten, Indonesia
Nomer Telepon	: 021-2222-7290
Waktu Magang	: 111 Hari

Kerja magang yang penulis lakukan dimulai dari 7 Desember 2020 sampai dengan 25 Maret 2021 sebagai *videographer* di KabarOto, PT Merah Putih Media. Waktu pelaksanaan praktek kerja magang adalah lima hari dalam seminggu, Senin sampai Jumat. Namun, jika ada penugasan liputan di hari Sabtu dan Minggu, maka akan dihitung sebagai hari kerja.

Waktu kerja magang dimulai sesuai dengan jam kerja karyawan, yaitu pukul 09.00 WIB sampai pukul 18.00 WIB. Namun, pada prakteknya penulis tidak selalu masuk atau pulang sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Tak jarang penulis masuk lebih pagi atau pulang lebih larut jika memang dibutuhkan untuk melakukan peliputan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada prosedur pelaksanaan praktek kerja magang penulis melalui beberapa prosedur hingga dapat melakukan praktek kerja magang. Pada tahap pertama penulis mengumpulkan informasi lowongan kerja magang yang dibuka oleh perusahaan media. Perusahaan-perusahaan yang penulis telusuri adapun seperti televisi dan perusahaan media *online* yang menyediakan lowongan videografer. Penulis mencari informasi tersebut dari laman situs resmi milik perusahaan tersebut, sosial media, dan informasi dari rekan-rekan yang sudah terlebih dahulu melakukan magang dan kerja di perusahaan media.

Penulis juga melakukan pengajuan kerja magang sebagai tahap awal. Penulis mengirim formulir permohonan pengajuan kerja magang beserta dengan *Curriculum Vitae* (CV) penulis melalui *e-mail* HRD PT Merah Putih Media. Penulis mengajukan lamaran kerja magang pada 13 November 2020 pukul 13.12 WIB. Pada 15 November 2020 penulis mendapat balasan dari pihak HRD untuk melakukan wawancara lebih lanjut.

Saat proses wawancara penulis bertemu Joudy Irawan selaku HRD PT Merah Putih Media untuk mendiskusikan *job desk*, regulasi penukaran kertas absensi magang, serta honor penulis. Penulis kemudian bertemu dengan Arie Prijono selaku ketua divisi kreatif yang menaungi tugas

videografer yang sekaligus menjadi pembimbing penulis selama magang di KabarOto.

Setelah wawancara usai dan penulis diterima di KabarOto sebagai videografer, penulis meminta surat pernyataan diterima. Surat pernyataan ini penulis berikan kepada bagian kemahasiswaan prodi ilmu komunikasi. Kemudian penulis mengambil KM 03 sampai KM 07 di laman *my.umn.ac.id*. Lembar-lembar KM ini berisikan kartu kerja magang, meliputi lembar kehadiran kerja magang, lembar realisasi kerja magang, lembar penilaian kerja magang, dan lembar tanda terima penyerahan laporan.

Penulis secara resmi magang sejak 7 Desember 2020 sampai dengan 25 Maret 2021 dengan Gusti Nur Cahya Aryani S.Si, M.A. sebagai dosen pembimbing magang dalam pembuat laporan magang dan akan dipertanggung jawabkan pada saat sidang magang.