

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan media konvensional seperti media cetak, kini semakin tergerus dengan keberadaan teknologi komunikasi. Hal ini lantaran akses teknologi komunikasi yang semakin canggih dengan fitur yang semakin lengkap. Fenomena ini kemudian dikenal dengan istilah media baru, yang menurut Danaher dan Davis (dalam Yesi, P., 2015, p. 206) diartikan sebagai istilah yang mencakup kemunculan digital, komputer, dan jejaring teknologi informasi. Munculnya media baru inilah yang kemudian mendorong perubahan penyampaian informasi dengan internet dan media sosial sebagai alat utama dalam penyampaian informasi (Ascharisa, 2017, p. 32).

Pengguna internet di Indonesia pada 2012 mencapai 63 juta (Liputan 6, 2012). Angka ini terus bertambah seiring dengan perkembangan zaman. Tahun 2020, dari tujuh miliar penduduk di dunia, terdapat sekitar empat miliar pengguna internet. Di Indonesia, dari 272 juta penduduk, terdapat 175 juta pengguna internet (Kemp, S., 2020). Sedangkan, untuk pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta, dengan *platform YouTube* yang paling banyak digunakan (Katadata, 2019, p. 2).

Melihat fenomena ini, media cetak dikatakan dapat terus berjalan bila dapat mengurangi arogansinya dan mengikuti perkembangan teknologi, yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Kusuma, 2016, p. 57). Pernyataan ini semakin nyata dengan runtuhnya media-media cetak besar seperti *Newsweek* di Amerika Serikat, yang telah menguasai ranah pemberitaan selama 80 tahun, dan akhirnya jatuh pada 31 Desember 2012 (Firman, 2018, para. 1). *Newsweek* lalu beralih ke media daring, sehari setelah menyatakan tutup untuk memenuhi kebutuhan pasarnya (Kusuma, 2016, p. 57). Informasi yang sebelumnya selalu dipasarkan secara konvensional, kini bergeser sarana distribusi.

Untuk memenuhi kebutuhan pasar, selain berganti sarana distribusi, logika bekerja jurnalis juga harus diubah dari logika jurnalisme konvensional menjadi logika jurnalisme daring yang memiliki ciri sebagai berikut (Prilani, 2017, p. 517):

1. memungkinkan pembaca untuk lebih leluasa dalam memilih informasi yang ingin dikonsumsi,
2. informasi berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak harus membaca secara runut,
3. membuat audiens mampu menyimpan berita yang dapat diakses kapan pun dan dari manapun di kemudian hari,
4. kemampuan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan langsung,
5. kemampuan untuk menyajikan berita dalam berbagai bentuk, yakni teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya,
6. menyediakan tempat interaksi antara pembaca dengan redaksi.

Setelah mengubah cara berpikir jurnalis, jurnalis pun harus memerhatikan kebiasaan yang dimiliki oleh khalayak dalam mengonsumsi berita di era media baru ini, agar mampu bersaing di dunia bisnis media. Setidaknya terdapat lima karakteristik bagaimana generasi muda, sebagai target pasar media, mengakses informasi (Viranda, Hidayat, & Yudhaprimesti, 2018, p. 63):

1. diketahui bahwa milenial menjadikan media sosial sebagai sumber informasi pertama, dengan persentase sebesar 79 persen,
2. milenial kurang menyukai informasi yang memiliki banyak tulisan atau teks. Hal ini lantaran milenial memiliki minat baca yang tergolong rendah, dengan persentase yang hanya mencapai 20 persen,
3. kegiatan mengonfirmasi ulang sebuah informasi, bukanlah hal yang akan dilakukan oleh milenial. Bahkan milenial tidak akan berpikir dua kali untuk menyebarkan informasi yang belum dipastikan kebenarannya. Hal ini yang kemudian dikhawatirkan rentan terhadap informasi yang tidak benar/ hoaks,
4. loyalitas yang rendah dari milenial kepada media tempat ia mengakses informasi,

5. milenial mengonsumsi informasi yang variatif. Usia 15-24 tahun menyukai topik musik, film, olahraga, dan teknologi. Sedangkan, usia 25-34 menyukai informasi sosial, politik, ekonomi, dan keagamaan.

Menurut Wendratama (2017), video menjadi alat multimedia yang digemari oleh khalayak, lantaran mempermudah khalayak untuk memahami berita. Dijelaskan bahwa bahan penyusunan dalam video adalah gambar bergerak, gambar tidak bergerak, teks untuk narasi, dan suara latar. Teks akan menjadi unsur yang kuat jika gambar yang disajikan kurang bercerita. Dalam menuliskan teks pun ada baiknya terdiri dari (maksimal) dua warna berbeda (pp. 84-85). Hal ini menjadi alasan penguat *platform Youtube*, sebagai *platform* yang paling banyak digunakan atau diminati di Indonesia. Selain itu, ditekankan kembali dalam riset berjudul *Mobile Media: The Convergence of Media and Mobile Communications*, bahwa mau tidak mau, media harus menyesuaikan ketersediaan informasi dengan kecepatan yang diinginkan oleh pengguna dan keakuratan informasi yang menjadi pedoman utama dalam penyampaian informasi oleh media jurnalistik (Nilsson, Nuldén, & Olsson, 2001, p. 38).

Kompas.com, sebagai salah satu media tertua dan termasuk dalam generasi pertama dalam media daring, menunjukkan bahwa *Kompas.com* mampu beradaptasi dengan baik dalam menghadapi perkembangan zaman (Viranda, Hidayat, & Yudhapramesti, 2018, p. 64). Beradaptasi yang dimaksud yakni menyesuaikan diri dengan kebutuhan para pembacanya. Pemenuhan kebutuhan generasi milenial ini diwujudkan dalam kehadiran *Kompas.com* dalam situs web dan *platform* media sosial, seperti *Instagram*, *YouTube*, *Line*, *Twitter*, dan *Facebook*. Selain itu, *Kompas.com* dalam praktiknya juga tetap menjunjung penyajian berita yang utuh dan lengkap.

Melalui kegiatan magang di *Kompas.com* ini, penulis hendak mengetahui bagaimana *Kompas.com* mendapat perhatian generasi milenial dengan penyajian berita yang sesuai dengan pedoman “utuh dan lengkap”, tetapi tetap mengikuti kecepatan yang diharapkan khalayak. Hal ini penulis telusuri melalui produk video yang menurut Wendratama (2017) sebagai alat multimedia yang paling digemari oleh khalayak (p. 84). Untuk mengetahui hal ini, penulis pun mengamati kanal

YouTube Kompas.com, Kompas.com Reporter on Location (Krol), tempat penulis melaksanakan kerja praktik magang. *Krol* pun diketahui sebagai pemilik pelanggan terbanyak dari tujuh kanal *YouTube* yang dimiliki oleh *Kompas.com*, yakni 196.000 pelanggan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilakukan sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan mata kuliah Magang yang diampu oleh penulis. Namun, kegiatan magang ini tidak semata-mata hanya untuk memenuhi syarat kelulusan, melainkan memiliki tujuan lain sebagai berikut:

1. mengaplikasikan kemampuan dengan ilmu jurnalistik yang telah diasah selama masa perkuliahan, khususnya penerapan kemampuan penyuntingan materi video,
2. memahami alur kerja video jurnalis di lapangan secara langsung,
3. mengetahui strategi yang dilakukan *Kompas.com* dalam meningkatkan antusiasme penonton di kanal *YouTube*,
4. melatih ketajaman penulis dalam menentukan sudut pandang isu yang akan diproduksi dan penyusunan cerita dalam penyampaian informasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Pelaksanaan Waktu Kerja Magang

Kegiatan praktik kerja magang terhitung sejak 13 Juli hingga 13 September. Pihak universitas mewajibkan mahasiswanya untuk mengikuti praktik kerja magang selama minimal 60 hari kerja, yang dapat dihitung sejak KM-02 diterbitkan. KM-02 sendiri dapat dipahami sebagai salah satu surat Kerja Magang, yang digunakan sebagai pemenuhan syarat administrasi kampus. Berdasarkan waktu penerbitan KM-02, maka linimasa kegiatan magang penulis yang terhitung secara resmi oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah pada 14 Agustus 2020 sampai 13 November 2020. Dengan demikian, secara

administratif kampus, penulis melaksanakan praktik kerja magang selama 63 hari.

Jadwal kerja yang diterapkan oleh *Kompas.com* adalah setiap hari Senin sampai Jumat, diikuti dengan jadwal piket di akhir pekan serta tanggal merah. Jadwal piket ditetapkan setiap dua minggu sekali, dengan pemilihan hari berdasarkan hasil diskusi peserta magang dengan anggota tim *Kompas.com* lainnya. Jam kerja yang diterapkan oleh *Kompas.com* sama seperti jam kerja jurnalis pada umumnya, tidak seperti jam kantor yang memiliki jadwal tertentu. Waktu mulai kerja tidak diberitahukan secara pasti, tetapi menjadi kesepakatan secara tidak langsung bahwa pukul delapan pagi adalah jam mulai kerja.

Peserta magang setiap harinya akan diberikan penugasan untuk mengolah dua video berita. Waktu berakhirnya jam kerja ditentukan oleh kecepatan pengerjaan kedua video berita tersebut. Selain itu, peserta magang bisa mendapatkan tugas tambahan di luar kewajiban dua video berita, seperti pembuatan *Voice Over* dalam momen tertentu. Contohnya seperti momen meninggalnya pendiri *Kompas Gramedia*, Jakob Oetama. Walaupun terkadang jam malam bisa terpakai untuk informasi yang harus segera disampaikan, tetapi kesehatan para jurnalis tetap menjadi atensi utama. Sehingga, produser tidak akan memaksakan para jurnalis untuk bekerja di malam hari.

Selama periode magang, penulis juga melaksanakan kegiatan perkuliahan dengan mengambil satu mata kuliah setiap hari Kamis pukul 13.00 WIB hingga 16.00 WIB, yaitu mata kuliah Seminar Proposal Tugas Akhir untuk prodi Jurnalistik. Oleh karena itu, setiap hari Kamis penulis diberi keringanan untuk hanya mengolah satu video berita pada pagi hari. Setelahnya, penulis diperbolehkan untuk mengikuti kegiatan perkuliahan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada semester tujuh ini, penulis mengambil mata kuliah Magang. Untuk pemenuhan kegiatan mata kuliah Magang, maka penulis harus mengikuti kegiatan praktik kerja magang dan menyusun laporan magang sebagai syarat kelulusan.

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mendapat pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara prodi Jurnalistik, dalam kegiatan bimbingan umum. Pembekalan ini berisi tentang gambaran umum linimasa pelaksanaan magang, disusul dengan informasi lingkup-lingkup pekerjaan jurnalistik yang dapat mahasiswa pertimbangkan untuk memilih tempat magang. Selain itu, mahasiswa juga diberikan arahan seputar penyusunan portofolio dan daftar riwayat hidup, hingga tata cara pengajuan permohonan magang. Setelah bimbingan umum, tiap-tiap pembimbing akademik mengadakan pertemuan dengan mahasiswa bimbingannya untuk menjelaskan secara lebih rinci seputar kegiatan pelaksanaan magang beserta dengan prosedur-prosedur yang harus diperhatikan oleh mahasiswa, hingga nantinya mahasiswa mendapatkan dosen pembimbing magang.

Setelah menerima arahan dari pihak universitas dan pembimbing akademik, penulis akhirnya mencari referensi dalam pembentukan daftar riwayat hidup dan portofolio yang baik. Setelah itu, penulis juga mulai mengumpulkan portofolio yang selama ini sudah dikerjakan dalam masa perkuliahan. Hasil-hasil tugas tersebut dapat dikatakan layak untuk dijadikan portofolio, lantaran penulis mengingat imbauan dari salah seorang dosen pengampu. Menurutnya, semua tugas yang diberikan harus dikerjakan dengan maksimal, agar nantinya penulis tidak usah bekerja dua kali untuk mengumpulkan portofolio.

Setelah daftar riwayat hidup dan pengumpulan portofolio rampung, penulis melanjutkan dengan penataan portofolio. Portofolio disusun oleh penulis dengan menggunakan situs web. Tujuan

penggunaan situs web oleh penulis adalah mempermudah mereka yang hendak mengetahui karya penulis lebih lanjut. Selain itu, dengan menggunakan situs web, karya akan terlihat lebih menarik dan potensi mengalami kejenuhan ketika menganalisis karya penulis akan semakin kecil.

Selanjutnya, mahasiswa mengajukan permohonan magang ke sejumlah media jurnalistik yakni *Kumparan.com*, *Detik.com*, *National Geographic Indonesia*, *HighEnd Magazine*, dan *Kompas.com*. Kelima perusahaan media tersebut tidak menanggapi surat elektronik penulis, kecuali *National Geographic Indonesia* yang menyatakan bahwa mereka tidak membuka lowongan magang, ketika dikonfirmasi langsung melalui *WhatsApp*.

Selang beberapa hari, penulis mendapat kabar dari seorang kerabat yang hendak keluar dari *Kompas.com*. Ia pun menjanjikan untuk mencari pengganti, jika hendak keluar dari *Kompas.com*. Melalui kerabat tersebut, penulis akhirnya direkomendasikan kepada tim Departemen Sumber Daya Manusia *Kompas.com*. Penulis lalu diminta untuk mengirimkan daftar riwayat hidup dan portofolio kepada anggota Departemen Sumber Daya Manusia, Adelia Galuh, melalui surat elektronik.

Setelahnya, penulis dijadwalkan untuk melakukan wawancara daring bersama Produser *Mobile Journalism* dan video editor *Kompas.com*, pada tujuh Agustus 2020. Wawancara dilakukan berpasangan oleh pendaftar magang lainnya. Selama sesi wawancara, penulis baru mengetahui jika kegiatan praktik magang nanti akan menggunakan konsep *mobile journalism*, karena sebelumnya penulis hanya mendapatkan informasi seputar posisi sebagai *video producer*. Setelah sesi wawancara selesai, peserta magang diberikan tugas untuk memproduksi video menggunakan objek yang ada disekitar penulis sebagai objek utama. Tugas dikumpulkan keesokan harinya dan diulas oleh tim *Kompas.com*. Berdasarkan penilaian wawancara dan

tugas yang diberikan, penulis diterima di *Kompas.com* pada divisi Multimedia, tepatnya di *platform YouTube* pada kanal *Kompas.com Reporter on Location*.

Kegiatan magang dilaksanakan pertama kali pada 13 Juli 2020. Saat penulis melakukan praktik kerja magang, dunia tengah dilanda oleh Virus Corona dan ditetapkan sebagai Pandemi. Oleh karena itu, kegiatan magang pun dilakukan dari rumah. Penulis sempat pergi ke kantor *Kompas.com*, tetapi hanya sekali lantaran situasi dan kondisi yang semakin tidak memungkinkan.

Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Magang, penulis juga harus menyusun laporan magang. Untuk pelaksanaan penyusunan laporan magang, penulis harus melaksanakan bimbingan magang bersama dengan dosen pembimbing magang yang difasilitasi oleh pihak universitas. Pelaksanaan bimbingan magang ini penulis lakukan sebanyak empat kali. Melalui bimbingan magang ini, penulis dapat dengan lebih mudah menyusun laporan magang, lantaran mendapatkan arahan dari dosen pembimbing.

Pemenuhan kebutuhan dokumen yang bersifat administratif seperti KM-03 sampai KM-07 pun tidak luput dari perhatian penulis. Penyerahan dokumen absensi harian dilakukan dalam kurun waktu satu kali dalam dua minggu. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis juga turut menyusun laporan magang yang ditargetkan rampung pada awal Desember 2020.