

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin banyaknya audiens yang beralih ke internet untuk mencari informasi menyebabkan situs web *outlet* berita menjadi lebih kuat. Hal ini berakibat pada munculnya tugas baru bagi jurnalis (Adornato, 2017, p. 24). Menurut Foust (2017, p. 2), masa depan berita *online* memiliki banyak kesempatan yang beragam bagi pengguna. Berita daring ini memungkinkan pengguna untuk melihat bentuk baru dari berita dan informasi di setiap waktu di sepanjang hari tidak peduli dimanapun mereka berada. Organisasi berita daring ini juga berhubungan dengan audiens mereka dengan cara yang lebih personal, bahkan menjadikan audiens sebagai bagian dari proses jurnalistik.

Kebiasaan konsumsi berita publik sedang mengalami perubahan mendasar: *mobile* dan sosial (Adornato, 2017, p. 38). Riset konsumsi media yang dilakukan oleh Remotivi pada Juni 2017 terhadap 300 mahasiswa Gen Z pada 30 kampus di Jakarta menemukan fakta bahwa pola konsumsi media didominasi oleh penggunaan aplikasi tukar pesan seperti WhatsApp dan LINE, juga *news feed* Facebook dan LINE Today. Hal ini berarti, platform *website* sebagai penyebaran media *online* bukan satu-satunya media penyebaran informasi lagi (Putranto, 2018, para. 6).

Jurnalisme masa kini telah berubah. Dengan menggunakan satu perangkat seluler, jurnalis dapat memproduksi dan berbagi konten di berbagai platform, baik itu di media sosial, seluler, situs web, dan TV. Namun, perubahan ini bukan hanya tentang jurnalis yang memproduksi konten di berbagai platform. Jurnalis diharapkan berinteraksi dengan khalayak—bertemu mereka di ruang tempat mereka menghasilkan informasi. Interaksi ini, didorong oleh teknologi baru, membentuk kembali bagaimana hubungan jurnalis dengan khalayak dan bagaimana berita diproduksi (Adornato, 2017, p. 22).

Audiens kini berada di pusat media sosial. Audiens dapat melakukan hal-hal aktif di media sosial tanpa batasan. Selain itu, interaktivitas menciptakan percakapan dua arah. Misalnya, ketika seseorang menulis *tweet* di sebuah akun perusahaan atau jurnalis, ada harapan bahwa lawan bicara akan merespons seketika, persis seperti percakapan (Adornato, 2017, p. 27).

Lalu, apa artinya ini bagi jurnalisisme? Jurnalisme telah bergeser dari percakapan satu arah ke percakapan dua arah yang kemudian mendefinisikan ulang bagaimana jurnalis melaporkan dan berinteraksi dengan audiens. Jurnalisme harus mulai dipandang sebagai percakapan, bukan ceramah atau pelajaran. *Outlet* berita tidak dapat mengabaikan audiens yang aktif di perangkat seluler dan media sosial. Jurnalisme sebagai percakapan adalah aksi bersama dengan pergeseran hubungan jurnalis-audiens (Adornato, 2017, p. 27).

Sekarang, media dengan basis digital menyediakan ruang dan kesempatan unik bagi jurnalis untuk menyampaikan cerita dan terlibat dengan audiens di perangkat seluler dan media sosial. Misalnya saja seperti *Vice*, *The Huffington Post*, dan *The Village Green*. Ruang redaksi ini membuka peluang bagi jurnalis muda yang memiliki keterampilan *mobile and social media* yang sangat penting untuk strategi media digital (Adornato, 2017, p. 87).

Jurnalis harus beralih ke media sosial untuk berbagi berita terbaru, mengikuti percakapan dan pembahasan *online* tentang berita tersebut, dan menanggapi orang-orang yang menjangkau mereka. Kini, keterampilan yang dibutuhkan jurnalis saat ini di redaksi berita sudah melampaui satu atau bahkan dua platform (Adornato, 2017, p. 28).

Hal ini juga didukung oleh Wendratama yang menyebutkan bahwa kecakapan yang diperlukan oleh jurnalis di era digital berbeda. Mereka memiliki tuntutan lebih untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jurnalis media daring harus mampu menggunakan berbagai alat multimedia untuk mendukung penyampaian cerita (Wendratama, 2017, pp. 6-7).

Penelitian Oscar Westlund (2013, p. 23) telah menunjukkan bahwa media berita lama sedang bergerak untuk memastikan jurnalisme berkembang pesat dalam dunia media yang berubah dengan cepat ini. Layanan media seluler baru akan terus diciptakan, dan sementara orang akan menggunakannya dengan cara yang melampaui imajinasi kita saat ini, layanan ini pada akhirnya akan diterima begitu saja dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena *mobile* dan *social journalism* ini juga terjadi di Indonesia. Beberapa media *online* mulai menggunakan media sosial sebagai platform

penyebaran informasi mereka. Beberapa diantaranya adalah *The Jakarta Post*, *Vice*, *Tempo.co*, *detik.com*, *Kompas.com*, *Harian Kompas*, dan masih banyak lagi.

Di antara beberapa media tersebut, *Kompas.com* termasuk salah satu yang mempraktikkan *mobile* dan *social journalism* dengan cukup ekstensif. *Kompas.com* yang telah berdiri dan terus berkembang sejak tahun 1995 terus membuktikan kredibilitasnya lewat nilai-nilai yang dianutnya. *Tagline* Jernih Melihat Dunia milik *Kompas.com* memosisikan dirinya sebagai “media yang selalu menyajikan informasi dalam perspektif yang obyektif, utuh, independen, tidak bias oleh berbagai kepentingan politik, ekonomi, dan kekuasaan.” (Kompas.com, n.d., paras. 2-6).

Pada platform media sosialnya, *Kompas.com* membuat konten yang bukan hanya duplikat dari situs media *online*-nya, tetapi memproduksi konten yang sama sekali baru. Berita media *online* dijadikan sebagai acuan, tetapi konten yang dihasilkan muncul dalam kemasan berbeda.

Perlahan, *Kompas.com* menggunakan platform lain sebagai penyebaran informasi dan beritanya. Mulai dari Instagram, Twitter, LINE, Youtube, dan yang paling terakhir dikembangkan, TikTok. Dari beberapa platform tersebut, *Kompas.com* tidak hanya menyajikan informasi terkini dalam bentuk berita *hard news* yang menjadi identitas media daring, tetapi juga berita utuh dalam berbagai perspektif. Perkembangan dinamis *Kompas.com* akan membawa budaya konsumsi media pada era baru yang menggunakan berbagai platform baru sebagai medianya.

Penggunaan TikTok sebagai media baru memberikan potensi yang tinggi karena dinamika audiens yang pesat pada platform tersebut. Penulis menilai, pengembangan platform ini sebagai tempat penyebaran informasi akan memberikan perkembangan luar biasa pada dunia jurnalisme. Menawarkan informasi kredibel dan objektif pada platform yang terbilang baru akan menarik audiens yang selalu membutuhkan informasi terbaru.

Setelah mencari tahu dan mempertimbangkan nilai-nilai dan kredibilitas *Kompas.com*, penulis menilai bahwa *Kompas.com* merupakan media yang berimbang dan objektif dalam penyebaran kontennya. *Kompas.com* tidak segan untuk mencoba platform-platform baru untuk berkembang, contohnya ketika *Kompas.com* mencoba mengembangkan diri ke platform TikTok.

Berdasarkan pengalaman penulis dengan Kompas Gramedia Group selama ini, penulis juga tahu bahwa nilai, visi, dan misi Kompas Gramedia mengimplementasikan elemen dan prinsip jurnalistik yang selama ini hanya dipelajari secara teori oleh penulis, terlebih lagi di bidang yang baru-baru ini mulai dieksplor, *mobile journalism*.

Maka dari itu, penulis ingin merasakan secara langsung bagaimana *video journalist* bekerja mengembangkan platform TikTok di *Kompas.com*. Ketika penulis mendengar adanya kesempatan di media *Kompas.com*, penulis tidak ragu untuk mengambil kesempatan tersebut. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar penulis bisa merasakan pengalaman dan mempraktikkan ilmu yang selama ini dipelajari di media yang penulis anggap kredibel.

Laporan ini akan membahas bagaimana *Kompas.com* menerapkan alur kerja *video journalist* secara kredibel untuk jurnalis divisi multimedia di platform TikTok dan Youtube serta menerapkan kaidah-kaidah jurnalistik. Melalui praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis, penulis akan menjalani proses dengan sebaik mungkin dan menambah pengetahuan penulis terkait dunia kerja jurnalistik yang belum pernah penulis ketahui sebelumnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan mata kuliah *Internship* sebagai mahasiswa Jurnalistik di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yang juga dilaksanakan dengan tujuan-tujuan berikut.

1. Menambah pengalaman kerja dan wawasan mengenai kerja jurnalistik secara langsung di media nasional.
2. Mempraktikkan ilmu-ilmu jurnalistik yang selama ini dipelajari secara teori dalam kegiatan belajar mengajar di Universitas Multimedia Nusantara, salah satunya pada mata kuliah *Introduction to Journalism, Mobile Journalism, TV Journalism, Interview and Reportage, dan Feature Journalism*.
3. Melatih kemampuan penulis sebagai pembuat konten jurnalistik, mulai dari pra produksi hingga pasca produksi yang layak ditayangkan di media nasional.

4. Melatih penulis dalam memanfaatkan waktu sebagai jurnalis di era digital.
5. Mendalami teknis penggunaan *Mobile Journalism* sebagai perkembangan di dunia jurnalistik.
6. Mampu mendalami isu yang penting bagi publik dan dapat disajikan secara menarik.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini penulis laksanakan selama kurun waktu 81 hari kerja efektif yang terhitung dari tanggal 25 Agustus 2020 hingga 24 November 2020. Posisi *video journalist* merupakan bagian dari Diagram Internship Program Kompas yang memiliki sistem bekerja dari rumah (*work from home*). Oleh sebab itu, jam dan hari kerja penulis bersifat fleksibel dan berdasarkan arahan supervisor. Sehingga hari kerja tiap minggunya bervariasi, Waktu kerja magang penulis berkisar antara 6-10 jam sehari karena jam yang fleksibel. Biasanya dimulai paling awal pada jam 09.00 hingga maksimal jam 21.00 WIB jika pada hari itu terdapat target konten yang cukup banyak.

Dengan kondisi pandemi yang ada di Indonesia, penulis tidak melakukan liputan langsung ke lapangan. Sehingga hanya mengandalkan sumber-sumber yang ada di internet, liputan secara daring, juga arsip perusahaan.

Selama periode magang, penulis mengambil satu mata kuliah yang diwajibkan untuk menjalankan proses pembelajaran *online* setiap hari Kamis pukul 08.00-11.00 WIB, yaitu Seminar on Final Project Proposal. Namun, karena proses pembelajaran *online* dan tidak mengganggu jam kerja, maka pada hari tersebut penulis masih bisa bekerja seperti biasa setelah mengikuti pembelajaran *online*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang ini, terdapat serangkaian prosedur yang harus penulis jalankan. Pertama-tama, penulis memang sudah menargetkan ingin melakukan kerja magang di *Kompas.com*. Penulis mulai mempersiapkan CV dan Portofolio semenarik mungkin untuk nanti dikirimkan melalui *e-mail* perusahaan. Setelah mencoba mengirimkan ke berbagai media melalui *e-mail* dan tidak kunjung mendapat kabar, pada akhir bulan Juli, penulis melihat ada dua program magang yang disediakan oleh Kompas. Ada *Diagram Internship Program* dan lowongan magang untuk bagian *Harian Kompas*. Penulis mendaftarkan diri pada kedua lowongan tersebut. Reporter edukasi di *Diagram* dan *video journalist* di *Harian Kompas*. Setelah beberapa lama tidak ada kabar dari kedua program itu, penulis mulai mencoba untuk mengirimkan beberapa CV ke tiga perusahaan lainnya.

Terdapat panggilan wawancara dari salah satu media yang sebelumnya telah dikirimkan *e-mail* oleh penulis, tetapi penulis masih berharap untuk mendapat pemberitahuan dari program magang di *Kompas*. Akhirnya, penulis mendapat pemberitahuan tentang konfirmasi lolos seleksi berkas di *Diagram Internship Program* pada 10 Agustus 2020. Dengan pengalihan bagian ke *video journalist*. Penulis kemudian menjalani rangkaian proses seleksi lanjutan yaitu wawancara dan submisi video seleksi. Pada proses wawancara, penulis diberitahukan bahwa *Kompas.com* sedang mengembangkan platform TikTok, Instagram, Youtube, dan Facebook untuk memproduksi konten. Penulis juga diberitahukan tentang fleksibilitas jam kerja dan sistem kerja tim yang terdiri dari tiga orang. Satu tim ini nantinya akan bertanggung jawab membuat konten dengan target dari program *Diagram Internship*, yaitu 4 video TikTok per minggu dan 5 video Youtube per minggu. Untuk itu, penulis diminta untuk membuat sebuah konten video TikTok yang mengandung informasi sebagai tahap seleksi lanjutan. Akhirnya pada 18 Agustus penulis mendapat pemberitahuan lolos seleksi. Proses penandatanganan berkas memakan waktu 1 minggu, hingga akhirnya proses *onboarding* dimulai pada tanggal

24 Agustus. Pada proses *onboarding* ini, penulis dan mahasiswa lain yang lolos program Internship ini melakukan orientasi dan *sharing* bersama anggota dari *Kompas Gramedia* secara daring. Baru pada 25 Agustus penulis secara resmi memulai magang di divisi *Multimedia & Social Media* sebagai *video journalist Kompas.com*.

Prosedur magang lainnya yang berkaitan dengan administrasi adalah pengisian formulir magang sebelum penulis memulai waktu magang, yang dilakukan secara daring dengan mengisi Google Form berkaitan dengan situasi pandemi. Setelah mengisi formulir tersebut, penulis mendapat Surat Pengantar Kerja Magang dengan nomor surat 106/JR-Intern/UMN/VIII/2020.

Kompas.com kemudian juga mengirim surat penerimaan kerja magang, yang suratnya kemudian digunakan sebagai lampiran untuk mengisi form KM 01 di *myumn*. Penulis kemudian mengisi Form KM 01 – *Final Company* yang ada di *myumn*. Setelah itu, pengisian surat-surat absensi dan KM 03 hingga KM 06 lainnya dilakukan secara digital selama masa magang dilakukan.

Penulisan laporan magang dilakukan oleh penulis secara bertahap mulai dari saat penulis masih memenuhi waktu kerja magang, hingga periode kerja magang selesai pada 24 November 2020.