

BAB I

PENDAHULUAN

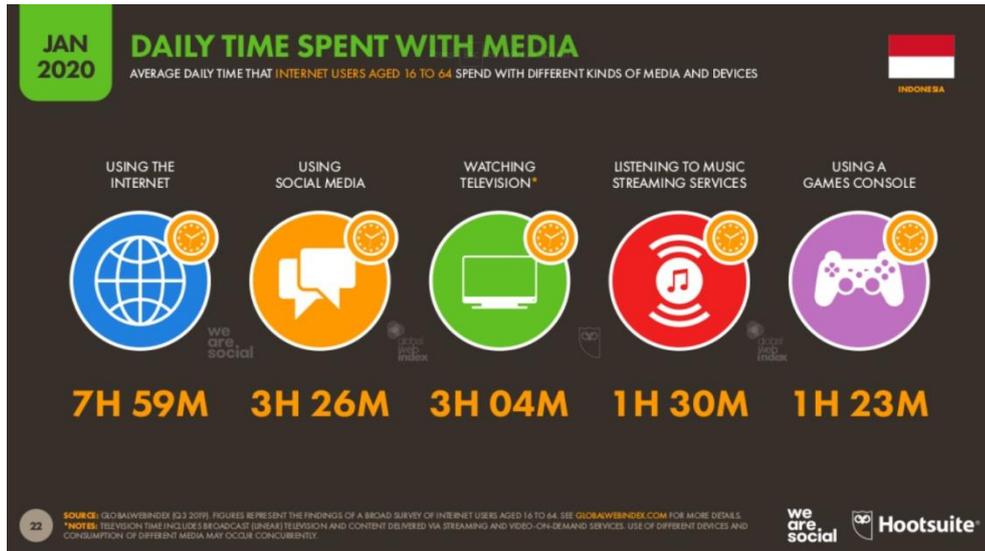
1.1. Latar Belakang

Di era yang serba cepat serta teknologi yang semakin canggih, mengakses informasi serta berkomunikasi sudah menjadi suatu kebutuhan. Media daring merupakan salah satu inovasi dari munculnya media baru berbasis internet. Dengan teknologi, media daring dapat menyampaikan liputan yang lebih mendalam daripada media cetak serta dapat membuka partisipasi khalayak terhadap informasi terutama dalam berinteraksi menggunakan media sosial (Wendratama, 2017).

Menurut Foust (2017) ada beberapa keuntungan jurnalis media daring dengan adanya internet yaitu audiens kontrol, akses waktu dan tempat, nonlinier, tempat penyimpanan dan pengambilan, ruang tak terbatas, kesegaraan, partisipasi audiens, dan kemampuan multimedia (teks, video, audio, dan media lainnya). Dalam konten multimedia, video menjadi salah satu konten visual yang dapat menggabungkan teks, foto, audio maupun grafis untuk audiens. Media visual membantu audiens merasa bahwa mereka adalah bagian dari suatu kejadian, yang pada dasarnya audiens mengalami peristiwa itu melalui layar (Shook et al., 2018).

Televisi menjadi salah satu media penyiaran yang paling besar dalam hal jangkauan dan kemampuannya untuk menyiarkan secara visual (McQuail, 2011). Namun kemampuannya yang sudah lebih dari tiga puluh tahun memberikan informasi visual, mulai tergeser sejak munculnya media baru. Berdasarkan data (Gambar 1.1), pada bulan Januari 2020 pengguna internet berumur 16 sampai 64 tahun di Indonesia dapat menghabiskan waktu selama 7 jam 59 menit lebih lama berselancar di internet dibandingkan menonton televisi yaitu 3 jam 04 menit. Dengan 99% aktivitas yang dilakukan yaitu menonton video secara daring (Kemp, 2020).

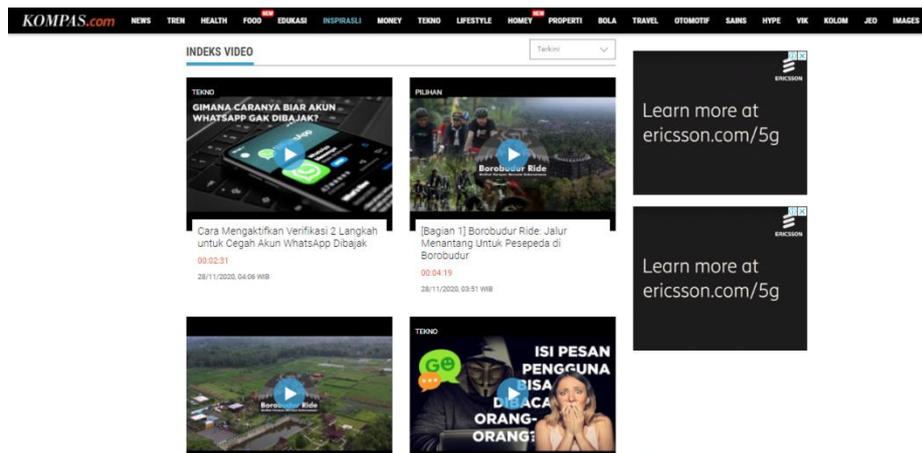
Gambar 1.1 Aktivitas pengguna Internet



Sumber : Datareportal.com

Tumbuhnya aktivitas menonton video secara daring di Indonesia, melahirkan budaya menonton yang pesat. Media arus utama seperti Kompas.com (Gambar 1.2), dan Okezone.com (Gambar 1.3) juga menggunakan video sebagai informasi visual dalam laman maupun sosial media mereka.

Gambar 1.2 Portal Video Kompas.com



Sumber : Kompas.com

Gambar 1.3 Portal Video Okezone.com



Sumber : Okezone.com

Dalam jenis konten media, generasi millennial atau generasi yang lahir sudah mulai terpapar dengan internet, sebagian besar mengkonsumsi berita campuran dari *hard news* dan *lifestyle news*. Mereka juga tertarik dengan konten berita lokal yang relevan (IDN Research Institute, 2020). Oleh karena itu, konten multimedia visual seperti video dan foto juga diperlukan untuk menarik minat pembaca khususnya mereka yang terhubung dengan internet.

Dalam pembuatan video tentu ada tahapan sebelum video tersebut ditayangkan. Menurut Zettl (2011) terdapat tiga tahap proses untuk memproduksi sebuah video yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

Tahap pra-produksi adalah tahap dimana pengumpulan ide dan riset mulai didiskusikan. Tahap produksi adalah tahap proses dari hasil pengumpulan ide tersebut mulai direalisasikan. Terakhir tahap pasca produksi, dalam tahap ini seluruh hasil dari tahap produksi digabungkan melalui tahap pengeditan hasil akhir gambar sebelum nantinya ditonton oleh masyarakat.

Dalam tahap pasca produksi, editor mempertimbangkan hasil video yang sudah direkam untuk dimasukkan ke dalam karya, dibuang atau memilih rekaman yang menceritakan kisah secara lebih efektif (Zettl, 2011). pengeditan sangat penting untuk setiap platform *storytelling* karena memungkinkan editor untuk

menggunakan semua media visual dan audio hingga potensi dan kekuatan terbaiknya. oleh karena itu, dalam seni mengedit terletak pada bagaimana editor merekonstruksi,memadatkan realitas, dan mengatur respon emosional (Shook et al., 2018) sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak.

Editor juga perlu memperhatikan etika dan prinsip-prinsip yang benar karena seorang video editor memiliki kemampuan melebihi juru kamera terhadap apa yang ingin ditampilkan dan kemampuan untuk membangun sebuah makna dari hasil rekaman yang dibuat (Zettl, 2011)

Dalam melakukan kerja magang ini penulis berkesempatan untuk menjadi video editor di salah satu portal media milik perusahaan PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) yaitu Okezone.com. Portal media Okezone.com memiliki beragam konten seperti berita umum, ekonomi, gaya hidup, selebriti, olahraga, bola, teknologi, makanan, dan lainnya. Penulis belajar banyak hal dari kerja magang sebagai video editor di media daring khususnya Okezone.com. Mulai dari belajar teknik membuat naskah video, pengeditan visual dan audio sehingga video yang dibuat dapat tersampaikan dengan baik kepada pembacanya.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Tujuan yang dicapai dari melakukan proses kerja magang ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan ilmu yang sudah di dapat dalam perkuliahan ke dunia kerja.
2. Mengetahui proses alur kerja video editor di media daring khususnya Okezone.com.
3. Menambah pengalaman di dunia kerja khususnya sebagai video editor pada media daring.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di media Okezone.com selama 68 hari kerja, dimulai pada tanggal 24 Agustus 2020 sampai 24 November 2020. Waktu kerja sebagai video editor di Okezone.com adalah setiap hari Senin

sampai Sabtu yang biasanya dimulai dari jam 09.00 – 18.00 WIB. Karena penulis melakukan kerja dari rumah atau *work from home* akibat pandemi covid-19, jam kerja berubah menjadi lebih fleksibel.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang, berikut ini beberapa prosedur yang penulis lakukan.

Pertama-tama, penulis mencari informasi terkait perusahaan yang sedang membuka lowongan magang yang sesuai dengan jurusan dan menyiapkan CV serta dokumen lainnya yang diperlukan untuk mendaftar. Selanjutnya, setelah menyiapkan data yang diperlukan penulis mengirim email ke beberapa perusahaan media di sekitar Jakarta. Pada tanggal 5 Agustus 2020, penulis mencoba mengirim e-mail ke Okezone.com dan tiga hari kemudian mendapat tanggapan serta kontak pihak Okezone.com untuk informasi lebih lanjut.

Kemudian, pada tanggal 10 Agustus 2020 penulis melakukan wawancara daring via teks dengan Redaktur Pelaksana Multimedia, Bapak Mohammad Saifulloh. Setelah mengikuti tahapan wawancara, penulis dinyatakan diterima untuk melakukan kerja magang di Okezone.com sebagai video editor dan mulai melaksanakan magang pada 24 Agustus 2020.

Sebelum melakukan magang, penulis datang ke kantor Okezone.com Rabu, 19 Agustus 2020 untuk melakukan *briefing* serta melengkapi berkas seperti CV, surat mahasiswa aktif, dan surat pengantar magang yang diperlukan perusahaan untuk nantinya dapat dibuatkan surat penerimaan dari perusahaan.

Selanjutnya, penulis mulai melaksanakan kerja magang. Karena adanya arahan pemerintah terkait kapasitas kantor selama pandemi covid-19, seluruh kegiatan kerja magang yang penulis lakukan semuanya dikerjakan dari rumah (*Work From Home*) dari awal masuk hingga selesai masa magang sesuai dengan arahan dari Bapak Mohammad Saifulloh selaku Redaktur Pelaksana Multimedia di Okezone.com.

Setelah penulis mendapatkan surat penerimaan dari perusahaan, penulis mulai menyiapkan form berkas laporan magang seperti form kehadiran kerja magang, form laporan realisasi kerja magang, dan form penilaian kerja magang yang nantinya diperlukan untuk membuat laporan serta penilaian dari perusahaan.

Setelah kerja magang selesai, terakhir penulis membuat laporan dan menyiapkan beberapa berkas yang diperlukan oleh universitas. Untuk pembuatan Laporan, penulis dibimbing oleh Dr. B. Guntarto, M.A. selaku pembimbing magang yang membantu mengarahkan pembuatan laporan untuk nantinya dipertanggung jawabkan pada sidang magang.