

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang turut menghadirkan internet menjadi pendorong utama terjadinya konvergensi media. Data Dewan Pers menaksir bahwa sekitar 43.000 perusahaan media *online* di Indonesia (Artini, 2019, p. 43). Perusahaan media seperti *Kompas*, *Tempo*, *BBC*, *CNN*, dan lainnya berlomba menyajikan berita mereka dalam format digital. *Kompas* tidak hanya menerbitkan berita dalam bentuk cetak, tetapi juga membuka portal berita daring *Kompas.com* yang berisi berita terbaru yang sedang terjadi. Begitu pula dengan hampir semua perusahaan media, kini khalayak dapat menemukan versi berita *online* dari media tersebut.

Di era digital sekarang, informasi mengalir dengan sangat cepat, dan proses penyampaian informasi hanya dalam hitungan menit, bahkan detik (Haryanto, 2014, p. 212). Khalayak yang ingin membaca berita hanya perlu membuka portal berita yang ingin ia baca dan berita terbaru sudah dipublikasikan oleh media tersebut. Hal ini adalah sebuah tantangan tersendiri bagi perusahaan media dalam menyajikan berita yang lengkap, aktual, dan juga ringkas agar masyarakat mau membaca berita yang mereka terbitkan. Dengan memanfaatkan multimedia dan platform media sosial sebagai medium penyebaran beritanya, media harus menyesuaikan berita yang mereka produksi dengan keinginan khalayak. Multimedia berarti menggunakan alat multimedia yang mencakup teks, foto, *slideshow*, video, infografik, animasi, peta, atau tautan (Wendratama, 2017, p. 77).

Hadirnya berita dalam berbagai format merupakan sebuah tuntutan bagi jurnalis untuk memiliki kemampuan lebih luas daripada hanya keterampilan dasar (Ginting, 2019). Jurnalis harus mampu *multitasking* dalam melakukan pekerjaannya. Di era ini, reporter tidak hanya dituntut untuk bisa menulis berita,

tetapi juga menggunakan peralatan seperti kamera untuk memotret atau merekam video.

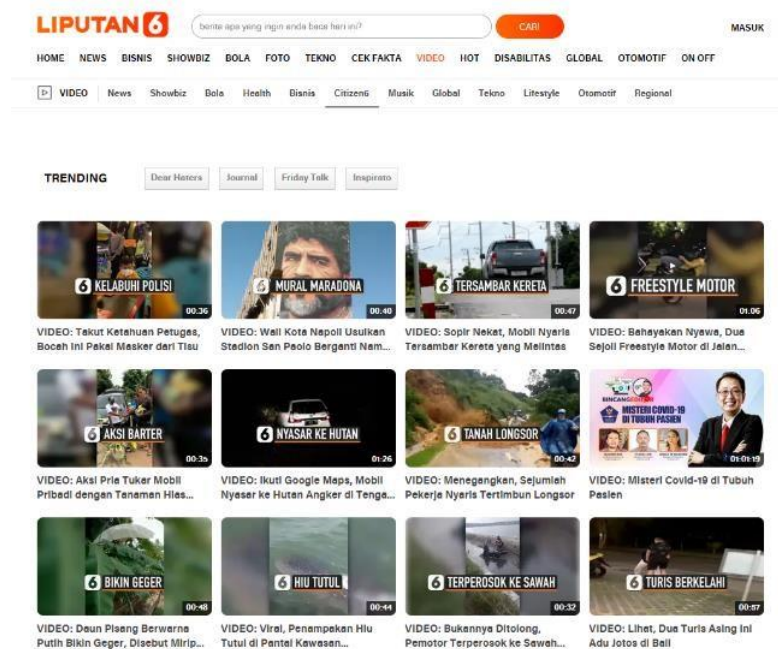
Video merupakan salah satu bentuk *visual storytelling* atau penceritaan suatu kejadian lewat media visual atau gambar. Visual diproses 60.000 kali lebih cepat oleh otak manusia dibandingkan dengan teks dan 90% informasi yang diteruskan ke dalam otak berbentuk visual (Walter & Gioglio, 2014, p. 16). Otak manusia lebih cepat memproses informasi berbentuk visual seperti gambar dan video daripada teks.

Salah satu keunggulan video adalah tersedianya gambar dan suara yang dapat memberikan informasi lebih banyak kepada penontonnya. Heilmann (dalam Hill & Lashmar, 2014, p. 103) berpendapat bahwa informasi yang rumit dapat lebih mudah dijelaskan melalui video karena masyarakat bisa melihat dan mengulangi video tersebut. Video memberikan informasi yang lebih jelas kepada penontonnya karena bisa memperlihatkan visual dari suatu kejadian, tidak seperti teks yang hanya memberikan informasi berupa tulisan.

Konten berbentuk video dapat ditemukan dengan mudah, baik itu di media sosial hingga media daring. Salah satu media sosial yang populer adalah Youtube. Youtube merupakan media sosial yang berbasis video dimana pemilik akun dapat mengunggah video atau menonton video yang diunggah oleh orang lain. Dilansir dari *Kompas.com*, jumlah penonton bulanan Youtube pada 2019 mencapai 2 miliar dihitung dari jumlah penonton yang mempunyai akun Youtube (Clinten, 2019).

Besarnya jumlah penonton Youtube menjadi bukti kuat kepopuleran konten berformat video. Melihat pengguna Youtube yang sangat besar, media arus utama juga memanfaatkan Youtube sebagai salah satu platform untuk menyebarkan beritanya. Konten yang ditayangkan berbagai macam. Mulai dari mengunggah ulang tayangan yang sudah ditayangkan di televisi hingga membuat konten baru yang menarik bagi masyarakat.

Gambar 1.1 Kanal Citizen6 *Liputan6.com*



Sumber: Liputan6.com

Jurnalisme warga, salah satu konten informasi yang didapatkan dari warga juga banyak menggunakan video sebagai alat penyampaian informasinya. Salah satu media yang menyediakan konten jurnalisme warga adalah *Liputan6.com*. Pada Gambar 1.1 terlihat *Liputan6.com* memiliki kanal khusus untuk jurnalisme warga yang disebut Citizen6. Pada kanal tersebut diunggah video-video dari warga yang disunting ulang menggunakan teks untuk melengkapi informasi yang sudah terlihat pada video.

Meski video berita ini sudah sejak lama dilakukan pada media arus utama televisi, media *online* yang tadinya hanya menyajikan berita dalam bentuk teks kini juga membuat video berita. Besarnya minat masyarakat untuk menonton video mendorong media *online* untuk ikut membuat berita dalam format video.

Gambar 1.2 Tangkapan Layar Video *Liputan6.com*



Sumber: Vidio.com

Gambar 1.3 Tangkapan Layar Video *Kompas.com*



Sumber: <https://www.youtube.com/c/mykompascom/videos>

Pada Gambar 1.2 terlihat bahwa video berita berjudul Pertemuan antara Duta WHO dengan Gubernur Sulawesi Tengah ini sudah ditonton sebanyak lebih dari 11.800 kali. Video tersebut diunggah melalui situs *Liputan6.com* dan *Vidio.com*. Sedangkan Gambar 1.3 merupakan tangkapan layar video berita yang dipublikasi oleh *Kompas.com* melalui akun Youtube resminya. Video tersebut sudah mencapai 2.900 penonton. Kedua gambar tersebut memperlihatkan besarnya minat masyarakat dalam menonton berita dalam format video baik melalui media sosial maupun melalui situs resmi media.

Untuk bekerja membuat video berita secara efektif, seorang jurnalis harus mampu merekam video, merekam suara secara efektif, merekam *piece to camera* (PTC) dimana jurnalis mereka dirinya sendiri di depan kamera, membuat naskah, *voiceover*, hingga melakukan *editing* (Hill & Lashmar, 2014, p. 102). Hal ini sejalan dengan kebutuhan *multitasking* jurnalis yang dibutuhkan di era multimedia.

Salah satu contoh media yang banyak menyajikan berita dalam format video adalah *Okezone.com*. *Okezone.com* merupakan salah satu media *online* yang berada dibawah naungan MNC Group. Video yang disajikan biasanya berdurasi 30 detik hingga 5 menit. Video tidak hanya dipublikasikan pada situs resminya, tetapi juga melalui akun Youtube. Video berita *Okezone.com* memiliki format yang sama pada tiap kanalnya. Video dilengkapi dengan teks pendukung yang memberikan tambahan informasi serta diiringi dengan musik.

Penulis memiliki pengalaman yang cukup dalam melakukan penyuntingan video. Selama menjalani masa perkuliahan sebagai mahasiswi jurnalistik, penulis seringkali mendapatkan tugas untuk membuat berita dalam format video. Beberapa mata kuliah seperti TV Journalism dan TV Production mengajarkan penulis untuk memproduksi dan menyunting video berita yang layak untuk ditayangkan pada stasiun televisi. Berbekal dari pengalaman tersebut, penulis menjadi sangat akrab dengan produksi video berita dan proses penyuntingannya. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk mendaftar magang di *Okezone.com* sebagai video editor. Video editor di *Okezone.com* bertugas untuk mentranskrip serta menyunting video dan naskah yang

diberikan. Penyuntingan dilakukan sesuai dengan standar penayangan *Okezone.com*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Berikut adalah tujuan kerja magang yang dilakukan penulis:

- a. Mengetahui proses kerja video editor pada media *online*.
- b. mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh penulis selama proses pembelajaran di kampus dan mengaplikasikannya untuk menyelesaikan masalah-masalah yang ditemui dalam pekerjaan.
- c. Memperkenalkan penulis kepada dunia kerja jurnalistik, sehingga penulis dapat mempersiapkan diri sebelum benar-benar terjun ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
- d. Menambah wawasan dan pengalaman baru yang belum pernah diperoleh pada masa perkuliahan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang selama tiga bulan terhitung sejak 07 September 2020 hingga 07 Desember 2020. Kerja magang dilakukan selama enam hari dalam satu minggu dengan jam kerja yang fleksibel dikarenakan pelaksanaan magang dilakukan secara *Work from Home* (WfH). Total hari kerja magang yang penulis lakukan adalah 66 hari kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur yang dilakukan penulis untuk melakukan kerja magang adalah dengan menghubungi Redaktur Pelaksana *Okezone.com* Mohammad Syaifulloh atas rekomendasi teman yang sudah terlebih dahulu melaksanakan kerja magang disana. Penulis kemudian menyerahkan *Curriculum Vitae* dan portofolio kepada beliau. Di hari

yang sama, penulis langsung mendapat balasan, yaitu panggilan untuk wawancara di *Okezone.com*.

Pada 07 September 2020, penulis datang ke kantor *Okezone.com.com* untuk wawancara. Penulis diwawancarai oleh Redaktur Pelaksana *Okezone.com* Mohammad Syaifulloh. Pada proses wawancara, penulis mendapatkan pertanyaan terkait kemampuan mengedit dan perangkat lunak yang digunakan untuk mengedit. Selain itu, dijelaskan pula pekerjaan yang akan dilakukan penulis nantinya di *Okezone.com*.

Setelah proses wawancara selesai, di hari yang sama penulis langsung mengurus surat diterima magang bersama dengan HRD. Mulai dari 07 September hingga 13 September diberikan waktu untuk penulis mempelajari proses *editing* di *Okezone.com*, serta diberikan materi *editing* seperti *template* CG, logo, *bumper*, dan music berlisensi. Selama satu minggu pelatihan, penulis juga ditugaskan untuk membuat contoh-contoh video liputan.

Selama tiga bulan melakukan kerja magang, penulis bekerja sebagai reporter dan video editor. Dikarenakan situasi pandemi COVID-19 yang sedang melanda, kebijakan dari perusahaan adalah melaksanakan magang dari rumah, sehingga komunikasi dan bahan liputan dikirimkan via Whatsapp. Penulis tidak perlu datang ke kantor untuk bekerja. Kebijakan WFH ini juga berpengaruh pada jam kerja magang yang menjadi lebih fleksibel.

Proses kerja yang diterapkan penulis dalam praktek kerja magang sebagai reporter adalah penulis akan mengajukan topik liputan kepada Redaktur Pelaksana. Apabila disetujui, penulis akan membuat naskah dan video terkait topik liputan tersebut. Karena adanya pandemi COVID-19, penulis tidak bisa merekam secara langsung, sehingga penulis mencari bahan dari internet dan media sosial. Video dan naskah yang sudah jadi kemudian disunting dan diberikan kepada Redaktur Pelaksana.

Proses kerja sebagai video editor adalah penulis akan dikirimkan video yang harus diedit melalui Whatsapp. Setelah itu, penulis mentranskrip berita tersebut, kemudian dikirimkan kepada Redaktur Pelaksana untuk dibuatkan naskah beritanya. Setelah naskah berita jadi, penulis mengedit berita tersebut dengan memberikan music, teks, dan berbagai grafik sesuai dengan standar video *Okezone.com*.