

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah menyebabkan perubahan besar di berbagai aspek kehidupan. Seiring dengan itu, pengguna internet di Indonesia turut mengalami peningkatan. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Hootsuite bersama We Are Social (2016), pengguna internet di Indonesia pada 2016 berjumlah 88,1 juta jiwa. Sementara itu, pengguna internet di Indonesia pada 2020 berjumlah dua kali lipat dari tahun 2016, yaitu 175,4 juta jiwa dari total populasi 272,1 juta jiwa (Hootsuite & We Are Social, 2020). Angka ini menunjukkan hanya sekitar sepertiga total populasi di Indonesia yang tidak menggunakan internet pada 2020, yaitu 96,7 juta jiwa. Data tersebut mencerminkan bagaimana di internet terdapat peluang pasar yang besar untuk pebisnis di Indonesia pada era ini.

Perkembangan internet ini juga telah memicu perubahan pola masyarakat dalam mengonsumsi informasi, yaitu dari kertas ke layar digital (Ulfa, 2017, *Teras Berita section*). Keberadaan media konvensional pun semakin tergerus oleh perkembangan dan peralihan pangsa pasar ke internet. Contohnya di media cetak, Ulfa (2017, *Teras Berita section*) menuliskan bahwa pertumbuhan oplah surat kabar terus melambat, bahkan sejak 2010. Fenomena perkembangan internet ini telah menyebabkan media massa menghadapi era disrupsi. Haryanto (2017, *Disrupsi dalam Industri Media section*, para. 3) mendefinisikan disrupsi sebagai gangguan – umumnya disebabkan oleh teknologi baru – yang menciptakan pesaing baru sehingga pebisnis lama harus membuat strategi baru untuk menghadapinya. Inovasi adalah salah satu cara untuk beradaptasi di era disrupsi ini (Haryanto, 2017, *Disrupsi dalam Industri Media section*, para. 1). Hal inilah yang turut dilakukan oleh *Kompas.com* agar dapat terus bertahan.

Kompas.com adalah salah satu media daring yang telah lama melihat peluang bisnis dalam internet. *Kompas.com* telah hadir sejak 14 September 1995 dengan nama *Kompas Online* (*Kompas.com*, 2020, *About Us section*, para. 1). Namun, seiring dengan popularitas yang semakin meningkat, *Kompas Online* memutuskan

untuk melepaskan diri dari redaksi *Harian Kompas* – di bawah PT Kompas Media Nusantara (Dhiya & Fadilah, 2018, p. 191). *Kompas Online* pun membentuk unit bisnis sendiri di bawah naungan PT Kompas Cyber Media pada 6 Agustus 1998 – sejak saat itu lebih dikenal dengan nama KCM (*Kompas.com*, 2020, About Us section, para. 5). Kemudian pada 29 Mei 2008, KCM kembali mengubah nama mereknya menjadi *Kompas.com* (*Kompas.com*, 2020, About Us section, para. 7).

Selain situs *www.kompas.com*, *Kompas.com* juga hadir di berbagai platform media sosial. Berbagai platform media sosial ini terdiri dari Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube (Viranda, Rahmat, Yudhapramesti, 2018, p. 65). Kehadirannya di berbagai platform media sosial tersebut memperlihatkan bahwa *Kompas.com* memiliki kesadaran untuk tetap bertahan di era disrupsi ini. Nyatanya keputusan itu memang tepat karena pengguna internet di Indonesia juga banyak yang menggunakan media sosial. Berdasarkan data Hootsuite dan We Are Social (2020), pengguna aktif media sosial di Indonesia pada 2020 mencapai 160 juta jiwa dari total pengguna internet 175,4 juta jiwa. Angka tersebut menjadi bukti bahwa media sosial merupakan salah satu platform yang tepat untuk menjangkau khalayak di internet lebih dekat dengan *Kompas.com*.

Pada 2020 ini, *Kompas.com* juga mulai melirik platform media sosial TikTok untuk pengembangan kontennya. Berdasarkan data Hootsuite dan We Are Social (2020) berjudul “Most-used Social Media Platforms” per Januari 2020 di Indonesia, popularitas TikTok memang sedang tinggi. Menurut data tersebut, TikTok menduduki peringkat ke-13 dari 16 platform media sosial populer di Indonesia. Melihat peluang ini, *Kompas.com* pun melalui “Diagram Internship Program” membuka lowongan magang untuk posisi video *journalist* – yang salah satu tugasnya adalah memproduksi konten di platform TikTok. Adapun kehadiran “Diagram Internship Program” ini menjadi tempat magang untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang berkualitas, tetapi kesulitan mendapatkan kesempatan magang karena situasi pandemi Covid-19 (Panggua, F. K., *personal communication*, Januari 20, 2021). Hal ini sesuai dengan filosofi “Diagram Internship Program” bahwa bertumbuh dan berdampak dapat dilakukan dalam kondisi apa pun (Panggua, F. K., *personal communication*, Januari 20, 2021). Selain itu, “Diagram Internship Program” ini juga hadir karena melihat adanya

kebutuhan rekan yang berdampak untuk unit-unit bisnis di Kompas Gramedia (Panggua, F. K., *personal communication*, Januari 20, 2021). *Kompas.com* adalah salah satu unit bisnis di dalam Kompas Gramedia ini.

Keinginan *Kompas.com* untuk bereksperimen di TikTok melalui para kandidat magang ini sangat menarik perhatian. *Kompas.com* memperlihatkan keinginan untuk selalu menjadi relevan di era disrupsi ini. Oleh karena itu, motivasi pun hadir untuk ikut berkolaborasi dan bereksperimen bersama *Kompas.com* untuk menghasilkan konten di TikTok. Meskipun demikian, juga tidak menutup kemungkinan untuk berkontribusi di berbagai platform media sosial lainnya milik *Kompas.com*, seperti YouTube MyKompascom. Selain merasakan kegiatan kerja secara langsung di industri media, “Diagram Internship Program” ini juga menawarkan manfaat lainnya. “Diagram Internship Program” ini memberikan kegiatan pengembangan diri (*self-development*), seperti webinar, *assessment* untuk mengukur potensi diri, *growth conversation* dengan psikolog sebagai salah satu proses menilai diri sendiri (Panggua, F. K., *personal communication*, Januari 20, 2021).

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S-1) di Universitas Multimedia Nusantara. Praktik magang ini bertujuan sebagai pembekalan mahasiswa UMN untuk merasakan dunia kerja yang sesungguhnya. Selama proses magang berlangsung, mahasiswa diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari saat di kampus sebagai dasar penyelesaian masalah di industri kerja. Karena itu, kegiatan magang ini juga bertujuan untuk mengetahui relevansi (*link and match*) pelajaran di kampus dengan dunia nyata di industri.

Di sisi lain, praktik magang ini juga dimaksudkan agar dapat mengasah keterampilan dan memproduksi konten di berbagai platform. Khususnya untuk praktik magang sebagai video *journalist* di *Kompas.com*, penulis fokus memproduksi konten untuk platform media sosial YouTube bernama MyKompascom dan TikTok bernama @kompascom. Tidak hanya itu, praktik

magang ini juga dapat menjadi ruang adaptasi untuk mengasah kecepatan dalam memproduksi konten di era yang dinamis ini.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

a. Waktu kerja magang.

Kerja magang dilaksanakan di *Kompas.com* secara daring atau *work from home* pada 25 Agustus 2020 sampai dengan 24 November 2020. Adapun hari kerja magang di *Kompas.com* ini bersifat fleksibel. Hari kerja dapat berlangsung setiap hari Senin sampai Minggu, tergantung konten yang ditugaskan oleh supervisor. Namun, jika tidak ada pemberian tugas, supervisor juga memberikan kebebasan untuk memproduksi konten atau tidak, khususnya pada hari Sabtu dan Minggu.

Sementara itu untuk jam dan durasi kerja, penulis juga diberikan waktu yang fleksibel. Penulis dapat bekerja pada pagi hari, siang hari, sore hari, ataupun hingga malam hari. Tenggat durasi kerja juga tergantung dari jenis konten yang dikerjakan. Misalnya, untuk konten perkembangan kasus Covid-19 di Indonesia, penulis harus mampu menyelesaikannya sesegera mungkin setelah mendapatkan informasi dari perkembangan kasus tersebut.

b. Prosedur kerja magang.

Sebelum kegiatan belajar mengajar Semester Ganjil 2020-2021 di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dimulai, penulis telah mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan surat lamaran kerja ke beberapa perusahaan, yaitu sekitar Juni hingga minggu awal Agustus. Dari beberapa perusahaan yang dilamar, penulis mendapatkan panggilan wawancara dari *Kompas.com*. Berikut adalah detail prosedur pengajuan dan pelaksanaan kerja magang:

- 1) mencari perusahaan media yang membuka lowongan kerja magang. Adapun jenis pekerjaan magang yang dicari mengikuti prospek lulusan Program Studi Jurnalistik UMN, yaitu sebagai jurnalis multiplatform, praktisi media, *multimedia content producers*, maupun peneliti. Kemudian, penulis menemukan lowongan magang “Diagram Internship Program” di *email student* pada 29 Juli 2020. “Diagram Internship Program” adalah program kolaborasi

Kompas Gramedia dan Career Development Center UMN yang menawarkan peluang magang di berbagai unit bisnis Kompas Gramedia. Salah satu unit bisnis yang dibuka dalam program ini adalah *Kompas.com* dengan posisi *video journalist*,

- 2) mengajukan lamaran kerja dan mengirim *Curriculum Vitae* (CV) pada 2 Agustus 2020 melalui aplikasi Kalibrr. Namun, penulis tidak menyertakan surat pengantar magang dari kampus (KM-02) karena proses pengajuan KM-01 ke KM-02 hanya dapat dilakukan setelah mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) Magang pada 11 Agustus – 12 Agustus 2020. Sementara itu, pengajuan lamaran magang “Diagram Internship Program” hanya dibuka sampai 5 Agustus 2020,
- 3) mendapatkan pesan teks undangan wawancara dari Tim Rekrutmen “Diagram Internship Program” di Kalibrr pada 10 Agustus 2020,
- 4) melakukan proses wawancara bersama Talent Acquisition Specialist *Kompas.com* dan *user* secara daring di Google Meet pada 12 Agustus 2020,
- 5) melaksanakan *skill test* yang diberikan oleh *user* dengan tenggat waktu pengumpulan pada 14 Agustus 2020. *Skill test* ini berupa pembuatan video di TikTok dengan gaya yang santai dan kekinian, tetapi tetap mengandung informasi yang telah terverifikasi,
- 6) mendapatkan informasi bahwa telah diloloskan dalam proses seleksi dan diterima sebagai *video journalist* di *Kompas.com* pada 17 Agustus 2020 melalui pesan teks di WhatsApp,
- 7) menandatangani dan mengirimkan kontrak kerja magang dalam program “Diagram Internship Program” melalui *email* pada 19 Agustus 2020,
- 8) mendapatkan surat keterangan magang dari Kompas Gramedia sebagai pemegang resmi dalam “Diagram Internship Program” pada 21 Agustus 2020,
- 9) mendapatkan undangan orientasi magang “Diagram Internship Program” melalui *email* pada 22 Agustus 2020 dan menghadiri orientasi tersebut pada 24 Agustus 2020 secara daring di Zoom,
- 10) memulai kerja magang sejak 25 Agustus 2020 di bawah arahan supervisor (*user*) Laksono Hari Wiwoho, selaku News Assistant Managing Editor di *Kompas.com*. Segala arahan kerja magang pun dilaksanakan melalui pesan teks di WhatsApp. Kemudian, kerja magang ini ada yang dilaksanakan secara

individu maupun tim. Tim magang sebagai video *journalist* di *Kompas.com* ini terdiri dari tiga orang – sudah termasuk penulis – yang juga merupakan mahasiswa Jurnalistik UMN,

- 11) mengajukan KM-01 melalui tautan Google Form <https://bit.ly/KM01Fikom> pada 25 Agustus 2020,
- 12) menerima surat pengantar kerja magang (KM-02) di *email student* pada 27 Agustus 2020. Namun, pada KM-02 tersebut terdapat kesalahan penulisan nomor surat. Karena itu, penulis kembali menerima surat pengantar kerja magang yang telah diperbaiki oleh FIKOM UMN pada 28 Agustus 2020,
- 13) mengirimkan surat pengantar kerja magang dari kampus (KM-02) ke Tim Rekrutmen “Diagram Internship Program” melalui *email* pada 13 September 2020,
- 14) mengunduh KM-03 hingga KM-07 untuk diisi dan dilampirkan dalam laporan magang, dan
- 15) mengisi formulir dan mengunggah surat keterangan magang dari perusahaan di *my.umn.ac.id* pada bagian *Self Service > Enrollment > Internship > Pre Internship > 02. InputForm KM 1/Final Comp.*