

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media terus mengalami perkembangan yang dapat memberikan manfaat serta dampak yang luar biasa. Efek media memang tidak bisa dihindari sejalan dengan kebutuhan kita untuk informasi. Dampak media begitu beragam dan mampu membuat khalayak menjadi pasif ataupun aktif dalam menerima pesan tersebut. Hal ini terjadi karena media memiliki tujuan sendiri dalam menyajikan pemberitaan, tayangan, ataupun konten di media massa. Se jauh apa media bisa memersuasi atau bahkan mengubah persepsi masyarakat dan berhasil atau tidaknya media menggiring opini publik bergantung pada apa yang disajikan di media masa (Perwirawati, 2020).

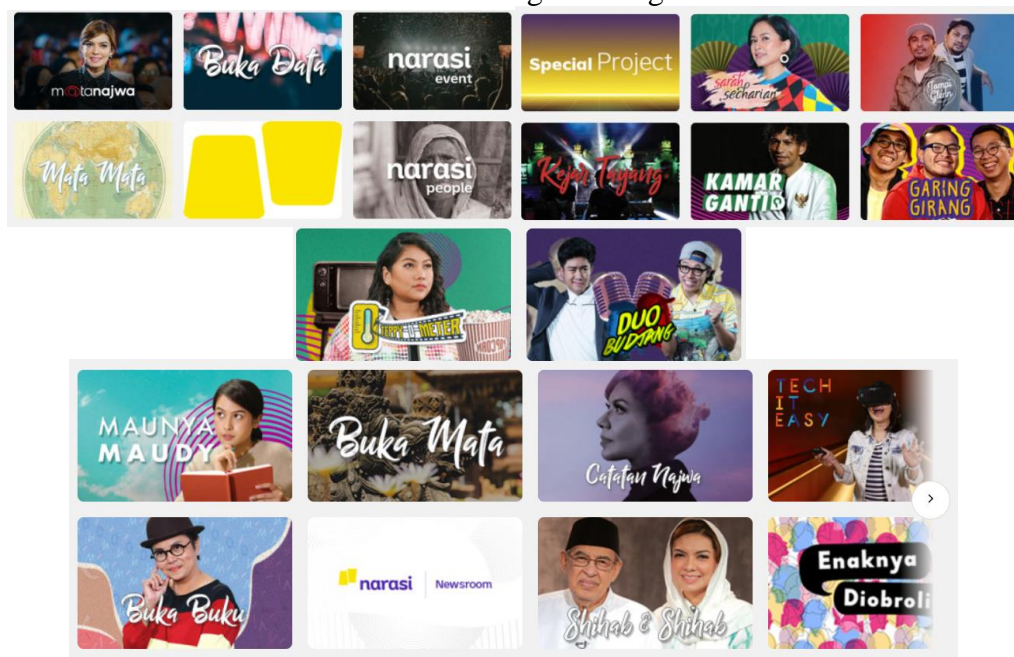
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, mengamanatkan fungsi kontrol sosial yang diemban oleh media massa. Fungsi kontrol sosial ini diwujudkan melalui pemberitaan, tayangan, dan sajian konten tentang potret kinerja para petinggi politik. Bukan hanya sekadar mengeluhkan para petinggi politik, tuntutan masyarakat atas janji-janji politik yang belum kunjung terwujud tidak luput menjadi sorotan media massa (Dewanpers, 1999).

*Narasi* merupakan salah satu bentuk media baru berbasis daring, menayangkan sajian ataupun informasi yang lebih mudah diakses oleh audiens. Hal ini menunjukkan *Narasi* yang berani untuk mengambil langkah berbeda dengan format berbasis *channel* youtube yang kini banyak digunakan masyarakat sebagai sarana pemenuhan informasi. Survei yang dilakukan oleh *We are Social* menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial mencapai 150 juta pengguna. Youtube menjadi yang paling banyak dimainkan, total 88% pengguna media sosial mengakses Youtube (Katadata, 2019).

Masih dengan sumber yang sama, jika melihat dari target khalayak yang disasar oleh *Narasi* adalah anak-anak muda, tentu ini sejalan dengan pengguna media sosial yang didominasi dengan usia 18-34 tahun (Katadata, 2019). Selain mengembangkan *channel* sebagai wadah berkreasi dan menyajikan program-program pilihannya, *Narasi* juga membangun *social media* Instagram dengan berbagai jenis, seperti *Narasi people*, *Narasi Newsroom*, *Cerita di Narasi*, *Getstarted Narasi*, dan masih banyak lagi.

Total keseluruhan terdapat 21 program di *Narasi* yaitu *Mata Najwa*, *Narasi Event*, *Catatan Najwa*, *Narasi People*, *Maunya Maudy*, *Buka Buku*, *Tech It Easy*, *Mata Mata*, *Buka Mata*, *Teppy "0" Meter*, *Duo Budjang*, *Buka Data*, *Tompi Glen*, *Shihab & Shihab*, *Sarah Secharian*, *Kejar Tayang*, *Kamar Ganti*, *Garing Girang*, *Zoom In*, *Special Project*, dan *Narasi Newsroom*.

Gambar 1.1 Program-Program *Narasi*



Sumber: *Narasi.Tv*

Sebagian banyak orang tentu sudah tidak asing lagi dengan program *Mata Najwa* yang bertuan rumah Najwa Shihab, jurnalis senior yang kini juga menjadi salah satu *founder* yang mendirikan *Narasi*. *Mata Najwa* menjadi salah satu program *talkshow* politik yang digemari banyak lapisan masyarakat. *Mata Najwa* konsisten dengan menyajikan para narasumber kelas atas, dan menghadirkan beragam sudut pandang kepada audiens, baik isu politik maupun isu sosial tertentu (Situmeang, 2016).

Selain *Mata Najwa* merupakan program tayangan yang menjadi sarana informasi bagi masyarakat, penulis juga melihat adanya konten yang begitu aktif membagikan berita dan informasi kepada audiens. *Narasi Newsroom* yang dibentuk pada 2018, hadir dengan tujuan selalu memberikan *update* berita, baik isu politik maupun sosial yang tengah hangat terjadi di masyarakat, luar dan dalam negeri.

Kredibilitas *Narasi* tentu sudah tidak perlu diragukan lagi. Banyak sajian konten yang mengedukasi, membangun perspektif penonton dari berbagai sisi, serta menjadi ruang bersuara bagi masyarakat ketika isu yang mengekang suara masyarakat. Menggunakan pendekatan yang mengedepankan “*Creative impactful Journalism*”, *Narasi* melalui *Mata Najwa*, *Narasi Newsroom*, dan program tayangan lainnya berhasil memberikan efek yang mampu menggerakkan anak muda.

Melalui *channel* youtubanya, *Narasi* memiliki angka penonton yang bukan main-main, bergabung di 2018 kini total *Narasi* sudah 21.495.775 kali ditonton oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa tidak diragukan lagi konten dan sajian informasi mereka mampu menduduki hati di masyarakat.

*Narasi Newsroom* bahkan memiliki total 362 ribu *followers* di Instagram dan 21.262.017 kali ditonton oleh pengguna youtube. Dilansir dari *channel* youtubanya, *Narasi Newsroom* hadir dengan dasar bahwa setiap momen itu berharga jika diberi makna dan tiap peristiwa itu istimewa jika sudut pandangnya kaya. Berlandaskan jurnalisme dan kreativitas, peristiwa dan ragam topik mutakhir dihadirkan dengan sarat perspektif lewat berbagai produk redaksi yang tayang harian, mingguan, dan bulanan. Hadirlah *Narasi Newsroom* yang kerap membagikan cuplikan kejadian dan berita terkini bagi masyarakat.

Angka penonton setia yang tinggi tentu bukan hal sembarangan yang bisa diperoleh. Banyak hal di balik layar yang tidak diketahui selama proses produksi konten sampai kepada masyarakat, persiapan demi persiapan, riset demi riset, hingga akhirnya konten siap disajikan dan dikonsumsi oleh audiens *Narasi*.

Perkembangan dunia sekarang begitu pesat, begitu pula arus informasi datang dan pergi begitu cepat, ketika informasi yang benar dan salah semakin susah sekali dibedakan, seorang *researcher* dalam media dibutuhkan kehadirannya. Tugas seorang *researcher* di zaman ini bukan sekadar mengumpulkan data, ketika data melimpah seorang *researcher* dituntut untuk bisa menjadi “hakim” mana data yang benar dan akurat dan mana data yang “sampah”(Ali, 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memiliki ketertarikan terhadap tugas di balik layar pada program *Mata Najwa* dan *Narasi Newsroom* dalam menyajikan kontennya. Beragam perspektif dihadirkan dan menjadi wadah informasi bagi masyarakat secara luas.

Penulis juga tertarik dalam hal riset yang dilakukan pada tayangan *Mata Najwa* dan *Narasi Newsroom*. Oleh karena itu, dalam praktik kerja magang ini penulis memilih untuk terjun dan mendapatkan pengalaman mengenai bagaimana tim riset bekerja dalam mempersiapkan konten *Mata Najwa* dan *Narasi Newsroom* yang begitu diminati oleh masyarakat luas.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dalam praktik kerja magang ini selain menjadi salah satu syarat kelulusan mata kuliah *internship* yang sedang penulis tempuh, juga terdapat beberapa tujuan lain sebagai berikut.

1. Mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan serta keterampilan yang didapatkan penulis selama perkuliahan melalui kerja nyata di industri media nasional.
2. Memahami secara langsung keseluruhan proses riset data dan informasi sebuah program media daring, terutama dalam menyajikan tayangan dengan isu politik dan sosial.
3. Menambah pengetahuan tentang strategi industri media dalam menyajikan konten yang mampu diminati oleh masyarakat.
4. Menambah pengalaman kerja di industri media dan memperoleh pengetahuan baru melalui program praktik kerja di lapangan.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

### 1.3.1 Pelaksanaan Waktu Kerja Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang ini penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan praktik kerja terhitung oleh kampus pada 14 Agustus 2020, dengan waktu yang berlaku dari kantor Senin sampai Jumat dan 8 jam kerja, meskipun penulis sebenarnya telah memulai praktik kerja magang terhitung kantor *Narasi* pada 1 Agustus 2020, dengan waktu yang berlaku dari kantor. Selama praktik magang, waktu kerja disesuaikan apabila terdapat *interview* narasumber yang lebih banyak dari biasanya untuk program *Mata Najwa*, transkrip *pre-interview* akan memakan waktu kerja lebih banyak yaitu lebih dari 8 jam kerja yang berlaku.

### 1.3.2 Pelaksanaan Prosedur Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang, penulis dibekali oleh kampus dengan seminar magang, terkait prosedur dan ketentuan yang dibuat oleh kampus untuk pengajuan kerja magang, Penulis juga dijelaskan terkait *timeline* kerja magang yang harus ditempuh, mulai dengan proses pengajuan hingga penulisan laporan kerja magang. Pada akhir April sampai awal Mei 2020, penulis mulai menyusun portofolio, membuat surat lamaran magang, hingga membuat *curriculum vitae* (CV). Setelah semuanya selesai, penulis langsung mencari informasi terkait lowongan magang di berbagai media swasta.

Pencarian menghasilkan informasi yang penulis peroleh melalui salah satu akun sosial media *Narasi* yaitu *Narasi People* yang pada saat itu membuka lowongan magang *batch 5* dengan divisi-divisi tertentu. Penulis melamar dengan CV dan portofolio yang telah disiapkan. Setelah dua minggu penulis mendapatkan pesan *Whatsapp* oleh *HRD Narasi* yang mengundang penulis melakukan sesi *interview* pada besok harinya. Setelah sesi *interview*, penulis menunggu satu minggu dan dinyatakan lolos dan mulai magang pada 10 Mei 2020.

Pada magang di bulan Mei, penulis ditempatkan di divisi *Event*, dengan merancang segala acara komersil, dengan berkolaborasi bersama

*klien* ataupun *brand* tertentu. Hal ini tidak berkaitan dengan program studi yang penulis tempuh, tetapi mengingat proses magang yang dilalui penulis terbilang sangat awal, penulis melanjutkan proses magang sampai akhir dengan tujuan untuk menambah pengalaman. Proses magang berlangsung hingga 31 Juli 2020.

Mendekati akhir Juli 2020, penulis menghubungi *HRD Narasi* untuk mendapatkan perpanjangan kontrak magang dan pindah ke Divisi *Newsroom*, akhirnya dengan diskusi bersama *HRD* penulis diberikan kesempatan untuk lanjut magang terhitung sejak 1 Agustus 2020 di Divisi *Researcher – Newsroom* hingga 11 November 2020, guna memenuhi praktik kerja magang sesuai ketentuan kampus.

Selama proses kerja magang berlangsung, penulis juga mengurus beberapa dokumen yang diperlukan guna pengajuan ke kampus. KM 01, KM 02, hingga KM 03 untuk dilanjutkan ke KM 07, sebagai syarat keseluruhan KM yang harus dipenuhi.

Pada praktik kerja hari pertama penulis diberikan arahan oleh kepala divisi Riset. Pengarahan terkait proses kerja yang akan penulis tempuh, mulai dari pekerjaan apa saja, jam kerja, hingga jalur komunikasi selama magang mengingat proses kerja magang yang ditempuh penulis terjadi di tengah masa pandemi banyak penyesuaian yang harus dilakukan. Semua jenis pekerjaan selama magang dilakukan secara *work from home* (WFH).

Pekerjaan pertama yang dilakukan penulis adalah bagaimana cara melakukan transkrip *pre-interview* narasumber yang akan diundang pada program acara *Mata Najwa*. Penulis mempraktikkan tata bahasa transkrip, *timecode*, hingga pemenggalan kalimat pada wawancara dengan baik. Setelah itu, pekerjaan terus di-*update* oleh mentor lapangan, penulis akhirnya diberikan tugas untuk melakukan beberapa riset terkait isu yang berkaitan pada tema yang akan tayang pada program *Mata Najwa*. Monitoring isu potensial untuk diangkat pada *Narasi Newsroom* juga penulis lakukan, hingga melakukan riset untuk keperluan *database Narasi Newsroom*. Proses kerja tersebut terus dilakukan setiap harinya

dan dilakukan *update* pekerjaan oleh mentor lapangan untuk memastikan penulis mendapatkan *update skill* selama proses magang berlangsung.

Ketika proses magang telah mendekati akhir, penulis mulai menyerahkan *form* penilaian magang untuk dinilai oleh mentor lapangan, terakhir juga meminta cap dan tanda tangan oleh *HRD* sebagai bentuk pengesahan resmi bahwa magang telah penulis jalankan sesuai ketentuan dan periode yang berlaku.

Penulis juga mulai menyusun laporan kerja magang dengan bimbingan oleh Ibu Niknik M. Kuntarto selaku dosen pembimbing magang. Selama dua minggu melakukan bimbingan dan penyusunan laporan, barulah terakhir penulis bisa melakukan ujian atau sidang praktik kerja magang.