

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era teknologi digital yang selalu berkembang dan semakin canggih menyebabkan adanya perubahan besar pada dunia. Manusia semakin mudah mengakses informasi dengan berbagai cara, dan semakin mudah pula menikmati fasilitas teknologi digital hanya dengan sentuhan jari (Setiawan, 2017). Akses informasi tersebut diperoleh dari membaca buku, menonton acara televisi, dan yang paling mudah adalah mendapatkannya dari perusahaan media *online* yang kredibel.

Jurnalisme sebagai media informasi kepada publik, maka para jurnalis harus memproduksi konten berita yang sesuai fakta dari informasi dan data yang ditemukan. Sumber berita tersebut didapatkan melalui wawancara narasumber, observasi, dan melakukan studi dokumen. Informasi yang telah dikumpulkan kemudian diolah menjadi berita yang akan dikonsumsi publik, maka jurnalis harus berpegang teguh pada pasal 1 kode etik jurnalistik bahwa jurnalis memproduksi berita yang dapat dipertanggungjawabkan keakuratannya (Pramisti, 2016).

Jurnalisme digital tak lepas dari platform digitalnya, yaitu media *online*. Foust (2005) mendefinisikan media *online* dapat memberi pembaca sebuah bentuk baru berita dan informasi dalam segala waktu dan tempat. Selain situs web tradisional, media *online* juga membuat konten berita pada berbagai platform lainnya yaitu Youtube, Twitter, Instagram, dan TikTok. Dalam proses kerja magang, penulis bekerja dalam perusahaan media *online* yang berfokus pada salah satu platform yaitu Youtube.

Pada era digital yang semakin berkembang, kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi berita pun mengalami perubahan mendasar yaitu menggunakan perangkat seluler atau *smartphone*. Dengan satu genggam, perangkat seluler dapat menjadi tempat mencari berita karena sangat mudah dan dapat dilakukan di mana saja serta kapan saja.

Gambar 1.1 Penelitian HootSuite tentang pengguna aktif internet dan media sosial masyarakat Indonesia



Sumber: HootSuite

Gambar 1.1 menjelaskan penelitian oleh HootSuite yang mendapatkan hasil bahwa ada 175,4 juta masyarakat Indonesia yang aktif menggunakan internet dan 160 juta masyarakat di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial. Aplikasi media sosial ini di antaranya adalah Youtube, Instagram, dan Twitter (Hootsuite, 2020). Dalam media sosial, banyak informasi yang bisa didapatkan, salah satunya adalah berita-berita terkini.

Data yang didapatkan dari penelitian HootSuite menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia saat ini semakin banyak mengakses media sosial melalui perangkat seluler. Dengan semakin bertambahnya pengguna media sosial di Indonesia, hal ini berdampak pula pada bagaimana cara dan di mana jurnalis akan mempublikasikan konten beritanya, yaitu media akan mulai merambah media sosial untuk platform menyiarkan beritanya. Penggunaan media sosial sebagai media menyiarkan berita juga membuat jurnalis memproduksi konten melalui *smartphonenya*, dengan pendekatan *digital-first*, jurnalis modern dapat memanfaatkan perangkat seluler pintarnya untuk memberikan informasi di lapangan. Perangkat seluler pintar dibutuhkan saat proses peliputan di lapangan untuk memudahkan dan mempercepat proses pengumpulan, produksi, dan publikasi konten ke berbagai platform (Adornato, 2017).

Dalam bukunya yang berjudul *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide*, Adornato (2017) mengatakan bahwa *mobile and social media journalism* mempersiapkan jurnalis muda untuk memanfaatkan perangkat seluler pintar sebagai jurnalis profesional dengan tiga cara utama, mulai dari

mengumpulkan berita, mendistribusikan konten, dan menciptakan keterlibatan audiens, dengan ketiganya para jurnalis pemula akan mempelajari keterampilan dasar jurnalistik modern.

Hill dan Bradshaw (2019, p. 26) menjelaskan bahwa *mobile journalism* dapat diartikan dalam beberapa sudut pandang, di antaranya adalah *Mobile* untuk produksi jurnalisisme, *Mobile journalism* dan *user generated content (UGC)*, Riset cerita dengan perangkat *mobile*, dan Perangkat. Namun, poin yang penting dibahas dalam latar belakang ini adalah *Mobile* untuk produksi jurnalisisme dan Perangkat.

Pertama, *Mobile* untuk produksi jurnalisisme adalah *mobile journalism* merupakan sebuah istilah untuk jurnalis yang memiliki kemampuan beragam dalam produksi seperti mengambil gambar, merekam suara, mengetik naskah, dan mengedit. Istilah ini muncul sejak perusahaan media sadar bahwa praktik ini dapat menghemat pengeluaran dengan hanya mempersenjatai jurnalis mereka dengan perangkat yang lebih terjangkau harganya, yaitu perangkat seluler pintar atau *mobile* (Hill dan Bradshaw, 2019, p. 26). Kedua, Perangkat merupakan penjelasan bahwa *mobile journalism* adalah sebuah perangkat yang memungkinkan penggunaannya memiliki pengalaman berbeda dibandingkan saat bekerja dengan laptop. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, jurnalisisme saat ini banyak dikonsumsi melalui perangkat seluler. Perusahaan media mulai mencari bentuk adaptasi perkembangan medianya dalam ranah *mobile* (Hill dan Bradshaw, 2019, p. 26).

Konsep *mobile journalism* oleh Hill dan Bradshaw (2019) dan konsep *mobile and social media journalism* oleh Adornato (2017) merupakan konsep yang berkaitan dengan posisi dan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis. Dalam periode magang 26 Agustus 2020 hingga 26 November 2020, penulis melakukan kerja magang sebagai *mobile journalist* di media online *Kompas.com*.

Praktik *mobile journalism* hanya membutuhkan satu orang untuk memproduksi berita, yaitu *mobile journalist*. Para *mobile journalist* bekerja dengan *smartphone* dan bekerja dengan mobilitas yang tinggi untuk menghasilkan sebuah berita di manapun kejadian tersebut terjadi. Dengan adanya *mobile journalist*, peristiwa yang dilaporkan akan didapatkan dengan cepat dengan proses yang lebih sederhana dibandingkan kru televisi yang biasanya membutuhkan lebih banyak alat

dan tim. *Mobile journalist* dapat langsung mengirimkan video berita dari lapangan maupun langsung melaporkan dari lapangan dengan melakukan *live-streaming* (Burum & Quinn, 2016, p. 12).

Kompas.com adalah media *online* di Indonesia yang tergabung dalam Kompas Gramedia dan hadir di Indonesia pada 14 September 1995. Awalnya bernama *Kompas Online* (KOL) dengan alamat www.kompas.co.id, kontennya berisi replika-replika berita yang terbit di *Harian Kompas*. Pada 1996, berubah alamat menjadi www.kompas.com dan pada 1998, *Kompas.com* menjadi unit bisnisnya sendiri di bawah naungan PT. Kompas Cyber Media (KCM) hingga saat ini *Kompas.com* masih bertahan dan menjadi pionir media *online* di Indonesia selama 25 tahun, hal ini terbukti dengan didapatkannya berbagai penghargaan bergengsi oleh Kompas.com sejak tahun 2010 hingga 2019 sebanyak 24 penghargaan mulai dari tingkat nasional hingga internasional (*Kompas.com*, 2020).

Penulis melakukan magang di Kompas.com khususnya kanal Youtube *Kompas.com Reporter On Location* (KROL) karena Youtube memiliki jangkauan durasi video yang lebih panjang dibandingkan platform lain seperti Instagram, Twitter, dan lain-lain, maka *Kompas.com* membuat kanal khusus KROL untuk memperluas jangkauan pemirsa dalam platform Youtube.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan di *Kompas.com*, penulis bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan. Selain itu, penulis juga memiliki tujuan lain, di antaranya adalah:

- a) Mengetahui bagaimana proses kerja *mobile journalist* pada media *online Kompas.com*
- b) Mengasah kemampuan menulis naskah video *soft news* dan *hard news* pada media *online Kompas.com*
- c) Mengasah kemampuan *voice over* dan *host* berita *soft news* maupun *hard news* pada media *online Kompas.com*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan penulis sejak 26 Agustus 2020 hingga 26 November 2020 sebagai *mobile journalist* di media online *Kompas.com*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum akhirnya dapat melaksanakan kerja magang sebagai *mobile journalist* di *Kompas.com*, penulis telah mendaftar di banyak tempat lainnya yang membuka lowongan magang. Namun sebelum mendaftarkan diri, penulis menyiapkan berbagai keperluan untuk melamar posisi magang, seperti membuat *curriculum vitae* (CV) dan portofolio. CV penulis buat dengan menarik dan menjelaskan secara singkat data diri serta pengalaman kerja yang pernah dilakukan. Portofolio penulis membuatnya dalam satu *website* yang dibuat khusus menggunakan Wixsite, sehingga pihak *Human Resources Development* (HRD) dapat dengan mudah mengakses seluruh karya yang pernah dibuat oleh penulis. Portofolio tersebut berisikan tulisan-tulisan berita dengan format *soft news* maupun *hard news*, video berita yang pernah diedit dan ditulis naskahnya oleh penulis, dokumenter yang pernah dibuat penulis, hingga video berita saat penulis sedang melakukan *live report* dan bertugas menjadi reporter. Sedangkan untuk *cover letter*, penulis tidak membuat secara khusus dalam satu *file*, melainkan menuliskannya langsung di *body e-mail* saat mendaftar agar HRD lebih mudah saat membacanya tidak perlu membuka *attachment*.

Setelah semua kebutuhan untuk melamar terpenuhi, penulis mencari-cari informasi perusahaan media mana saja yang buka lowongan magang untuk mahasiswa. Kemudian penulis melamar ke beberapa perusahaan media seperti *Kompas.id*, *Berita Satu*, *Muslimahdaily.com*, *Hipwee*, *Indosiar*, *Detik.com*, *IDN Times*, *Akutahu.com*, *Kumparan*, dan *Kompas.com* (melalui Diagram Internship Program). Namun, setelah hampir satu bulan tidak kunjung mendapatkan panggilan untuk *interview*, akhirnya penulis mendapat kesempatan untuk masuk ke tahap *interview*

dengan *Kompas.com* (melalui Diagram Internship Program) pada posisi *Video Journalist*. Proses *interview* bersama *Kompas.com* berjalan dengan lancar, sampai akhirnya penulis masuk ke tahap selanjutnya yaitu *skill test*, dan penulis gagal dalam tahap ini. Kemudian dua hari setelahnya penulis diundang untuk melakukan tahap *interview* dengan *Kompas.id* pada posisi Video Editor, namun penulis juga gagal untuk dapat bekerja di posisi ini.

Tak disangka, dua hari kemudian penulis ditelepon oleh HRD *Kompas.com* dan ditawarkan posisi magang sebagai *mobile journalist* untuk Youtube *Kompas.com* program Kulik Unik, Kilas Balik, dan News Update, karena sebelumnya saat mendaftar Diagram Internship Program penulis menjelaskan di CV bahwa penulis sangat menyukai bekerja menggunakan *smartphone*, hal tersebutlah yang membuat HRD *Kompas.com* menawarkan penulis untuk bekerja magang pada divisi *Mobile Journalism Kompas.com* di luar dari Diagram Internship Program. Kemudian, keesokan harinya penulis langsung melakukan *user interview* bersama produser yang saat ini menjadi pembimbing lapangan penulis, yaitu Sherly Puspita. Dalam *user interview* tersebut, penulis dihadapkan dengan satu orang HRD *Kompas.com* yaitu Adelia dan Produser *Mobile Journalism* yaitu Sherly Puspita, pada proses *interview* penulis langsung diberi tugas untuk membuat naskah video dan menjadi narator dalam video perdana Kulik Unik yang berjudul *Diapit Jalan Layang hingga di Tengah Bandara, Ini Dia 3 Rumah di Lokasi Tak Biasa*.

Setelah diterima untuk bekerja sebagai *mobile journalist* di *Kompas.com*, penulis melakukan pengajuan formulir permohonan kerja magang sebagai surat pengantar kerja magang dari kampus Universitas Multimedia Nusantara (UMN), yang kemudian diserahkan kepada perusahaan sebagai landasan surat penerimaan kerja magang atau *acceptance letter* dan akan diserahkan ke kampus agar praktik kerja magang penulis dapat dihitung secara efektif. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis masuk ke dalam Tim Kulik Unik yang dibimbing oleh seorang produser divisi *mobile journalism* yaitu Sherly Puspita dan video editor *Kompas.com* yaitu Riyan Agung Nugroho.