

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ditandai dengan hadirnya media *online*. Perkembangan ini berpengaruh pada eksistensi media, termasuk media *online* (Juditha, 2013, p. 145). Kehadiran internet yang memudahkan akses informasi dan berita, lambat laun mulai mengalahkan kepopuleran media konvensional.

Yushiko Nozato menyatakan bahwa munculnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), memberikan ledakan pertumbuhan internet sejak tahun 1980-an, telah tumbuh lebih cepat dibandingkan media konvensional. Kemudian hampir semua bentuk media konvensional, seperti televisi, radio, dan koran telah memperluas kegiatannya ke bidang baru yaitu media *online* (Nozato, 2002).

Media *online* dapat diakses dimana saja dan kapan saja sejauh didukung oleh teknologi internet. Kondisi ini yang mengharuskan media konvensional beralih ke media *online* (Juditha, 2013, p. 145). Menurut sebuah data riset, meskipun orang Amerika masih membaca surat kabar, sekarang internet menjadi sumber berita yang lebih populer dan menjadi media baru yang lebih sering diakses (Voaindonesia, 2010).

Industri televisi Indonesia masih mampu bertahan dari gempuran media *online*. Data dari hasil riset Nielsen (2016) memperlihatkan pangsa iklan televisi masih mampu meraih 51,9 Triliun, meningkat 26% dari periode yang sama di tahun 2015. Meskipun unggul dalam perolehan iklan, namun sesungguhnya telah terjadi perubahan pada demografi penonton televisi (Nielsen.com, 2016). Hasil riset dilakukan Nielsen *Media Consumer* (2017) memperlihatkan, kelompok usia di bawah 34 tahun atau disebut generasi milenial (20-34 tahun) dan generasi Z (10-19 tahun) sudah jarang menonton televisi. Kedua generasi tersebut lebih banyak menggunakan internet sebagai sarana mencari informasi dan hiburan (Nielsen.com, 2017).

Youtube merupakan turunan dari media baru yang berbasis internet. Berdasarkan hasil penelitian *Project for Excellent in Journalism* dari *Pew Research Center*, menunjukkan situs Youtube semakin populer digunakan sebagai sumber berita. Sehingga, dengan sarana digital jurnalisme profesional bercampur berita yang disajikan oleh orang awam, membentuk adanya jurnalisme baru (Voaindonesia, 2012).

Fenomena media konvensional (televisi) mulai banyak menyajikan siaran langsung melalui *live streaming* di Youtube, karena jumlah penggunanya yang potensial sehingga mulai dimanfaatkan. Portal media *Beritaindonesia.link* memilih Youtube sebagai salah satu media yang dapat menjangkau penonton secara lebih luas. Namun, tetap mengutamakan aktualitas dan kredibilitas informasinya (*Beritaindonesia.link*, 2019). **Gambar 1.1** adalah tangkapan layar dari *live streaming* siaran produksi acara “Berita Indonesia Link Pagi” di Youtube pada 26 Agustus 2020.

Gambar 1.1 Tangkapan Layar Siaran “Berita Indonesia Link” di Youtube.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Dalam sebuah riset tentang kredibilitas pemberitaan pada portal berita *online Kompas.com*, (Ode, 2014) menyatakan bahwa media *online* memang erat kaitannya dengan aktualitas dan akurasi, sebagai kategori kredibilitas berita. Namun, apakah media *online* mengutamakan aktualitas dibandingkan akurasi dari berita-berita yang diberikan, ataukah sebaliknya. Mengingat kerja utama media *online* adalah aktualitas atau kecepatan (Ode, 2014, p. 12).

Canggi Ode menemukan bahwa kecepatan menyajikan berita menyebabkan data kerap kali kurang akurat, mendalam, dan belum terverifikasi terhadap objek yang diberitakan. Kredibilitas merupakan komponen utama dari sebuah media massa, namun terkadang wartawan sering melupakannya demi memenuhi aktualitas. Kecepatan pun menuntut wartawan dalam media *online* untuk segera menyajikan berita agar tidak kalah cepat dengan media *online* lainnya, sehingga wartawan mengesampingkan akurasi dan hanya memberikan informasi seadanya (Ode, 2014, p. 13).

Pemimpin Redaksi *Beritaindonesia.link*, Machroni Kusuma (2020) mengatakan bahwa salah satu misi dari *Beritaindonesia.link* adalah menjalani proses Jurnalisme dengan benar tanpa Hoaks. *Beritaindonesia.link* sebagai penyedia informasi terus berupaya menayangkan berita-berita aktual, dan berupaya menyuguhkan data dengan akurat, jelas, dan benar, tanpa berpegang pada keberpihakan kelompok kepentingan apapun (*Beritaindonesia.link*, 2019).

Hal yang memotivasi penulis untuk melakukan magang di *Beritaindonesia.link* adalah karena *Beritaindonesia.link* masih menjadi portal berita video *online* yang baru merintis, dan masih belum terkenal seperti media-media lainnya sehingga penulis berkesempatan untuk ikut belajar cara memperluas dan mempertahankan media ini. *Beritaindonesia.link* tidak hanya menyajikan informasi berupa konten video berita di media *online* dan *website*, tetapi juga hadir dengan menyajikan program acara “Berita Indonesia Link Pagi” yang membahas berita-berita terkini dan ditayangkan melalui beberapa media *online* (Youtube) dan *website* resmi *Beritaindonesia.link*.

Sehingga, untuk menghasilkan kreativitas dari suatu program tayangan “Berita Indonesia Link Pagi”, diperlukan Sumber Daya Manusia (SDM) dan teknisi lainnya. Salah satu sosok penting SDM tersebut yaitu Asisten Produksi atau *Production Assistant*. *Production Assistant* adalah salah satu kru yang bekerja di bawah kepemimpinan seorang produser dan membantu segala kebutuhan program acara (Fachruddin, 2012). Sebelum suatu produksi program siaran dimulai, seorang *Production Assistant* harus mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan secara lengkap agar program acara dapat berjalan dengan baik. Dalam sebuah program, *Production Assistant* membantu semua kebutuhan pra dan proses produksinya hingga pasca, dan memudahkan produksinya hingga pasca produksi.

Penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang di *Beritaindonesia.link* dan mendapatkan tugas sebagai *Production Assistant*. *Production Assistant* memiliki tanggung jawab untuk tayangan sebuah program acara dengan tepat waktu. Sehingga seorang *Production Assistant* harus bergerak cepat, tepat waktu dan menekan yang lain agar program acara berjalan lancar. Karena hal itu, maka penulis menganggap bahwa tugas sebagai *Production Assistant* memiliki peran sangat penting dan vital dari sebuah proses produksi dari pra hingga pasca produksi.

Merujuk pada uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dalam laporan kerja magang dengan mengangkat sebuah judul “Peran *Production Assistant* Dalam Program “Berita Indonesia Link Pagi” di *Beritaindonesia.link*”. Dengan judul tersebut maka penulis diharapkan dapat menjelaskan tentang peran dan tugas yang dilakukan *Production Assistant* pra produksi, produksi hingga pasca produksi dalam produksi program *live streaming* “Berita Indonesia Link Pagi”.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dilaksanakannya kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran *Production Assistant* pada program “Berita Indonesia Link Pagi” di *Beritaindonesia.link*.
2. Untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan penulis melalui pengaplikasian ilmu yang berkaitan dengan *Broadcasting* dan *Production Assistant*.
3. Untuk mendapatkan pengalaman langsung mengenai dunia kerja di suatu media video *online*, khususnya di bidang *Production Assistant*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari tanggal 17 Agustus hingga 25 Oktober 2020. Adapun pelaksanaan kerja magang dilakukan di Kantor *Beritaindonesia.link* dengan alamat Jl. Lengkong Gudang Timur 4, Nomor 8G, East Lengkong Gudang, Serpong Sub-District, South Tangerang City, Banten.

Untuk jadwal kerja magang, penulis bekerja dari hari Senin sampai hari Sabtu, dan untuk pemberlakuan jam kerja magang, penulis bekerja dari jam 08:00 pagi WIB sampai tugas yang diberikan selesai dikerjakan atau waktu pulang kerja tidak menentu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengirimkan surat lamaran kerja magang sejak bulan Juni 2020 di beberapa media televisi dan media *online* seperti ANTV, MNCTV, Detik.com, Kumparan.com, IDNTimes, SINDONews, dan Kompas.com tetapi hanya mendapat balasan dari Kompas.com hingga tahap wawancara namun tidak diterima. Akhirnya penulis mencoba untuk menghubungi Dosen yang juga sebagai Pemred di Liputan 6, untuk menanyakan lowongan magang di Liputan 6, tetapi beliau mengatakan masih belum ada lowongan kerja magang. Dan akhirnya beliau merekomendasikan *Beritaindonesia.link* sedang membuka lowongan kerja magang.

Pada hari itu juga, penulis langsung menghubungi owner *Beritaindonesia.link* yaitu Bapak Machroni Kusuma melalui pesan singkat di aplikasi *WhatsApp*. Beliau langsung membalas pesan singkat tersebut, dan meminta untuk esok harinya langsung datang ke kantor *Beritaindonesia.link* untuk diwawancarai. Setelah diwawancarai, penulis langsung diterima dan diberitahukan *jobdesc* yaitu sebagai Asisten Produksi program “Berita Indonesia Link Pagi”, dan mengendalikan Media Sosial dari *Beritaindonesia.link*. Setelah beberapa hari melaksanakan kerja magang, penulis mengajukan KM1 kepada *owner* atau pemimpin redaksi *Beritaindonesia.link*.