

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan alat atau sarana penyampaian informasi kepada masyarakat secara luas (Ticoalu, 2015). Sudah tidak asing bagi masyarakat bahwa media massa terbagi atas tiga jenis, yaitu:

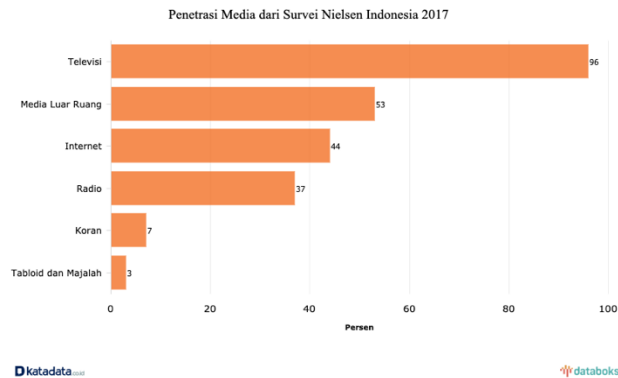
- a) media elektronik seperti televisi dan radio,
- b) media cetak seperti koran dan majalah, dan
- c) media *online* seperti internet, *streaming*, dan informasi apa pun yang dapat diakses melalui internet.

Abdullah pada tahun 2018 menjelaskan bahwa semenjak keberadaan *smartphone* berbasis internet meluas di khalayak dan menjadi kebutuhan banyak orang, sehingga media massa mengalami disrupsi oleh media baru ini. Adanya media sosial dan media *online* melalui internet ini semakin menjadi kebutuhan khalayak hari lepas hari (Abdullah, 2018). Berada dalam era disrupsi teknologi informasi menuntut media massa terus berkembang secara pesat dengan menyesuaikan perkembangan internet ditengah masyarakat luas.

Pada tahun 2017, survei *Consumer Media View* yang dikeluarkan oleh Nielsen menyatakan bahwa televisi masih menjadi media utama pada masyarakat Indonesia. Setelah televisi, urutan kedua media yang diakses masyarakat adalah media di luar ruang, yaitu internet lalu diikuti radio. Hasil dalam survei ini juga menemukan bahwa keberadaan internet membuat masyarakat Indonesia semakin sering mengakses konten media *digital*.

Frekuensi menonton konten video melalui internet (situs dan media sosial) juga menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan dengan tahun 2015 (Nielsen, 2017). Hal ini mengartikan selain menonton televisi tradisional, masyarakat Indonesia semakin tertarik menonton konten melalui internet. Secara global, hingga Januari 2020 pengguna internet bertambah

Gambar 1. 1 Penetrasi Media Televisi
Survei Nielsen Indonesia 2017



Sumber: databoks.katadata.co.id

sekitar 298 juta pengguna dan pengguna media sosial aktif bertambah 321 juta pengguna dibandingkan tahun lalu (We Are Social & Hootsuite, 2020). Fenomena inilah yang kemudian membuat media massa melakukan penyesuaian dan peralihan dalam menyajikan berita-berita mereka ke situs dan media sosial yang dapat diakses melalui internet, yaitu media berbasis *online* atau dalam jaringan (*daring*).

Konten media massa daring atau yang biasa disebut konten digital tersedia dalam berbagai bentuk, mulai dari tulisan, visual, audio, hingga audio visual. Selain dapat diakses melalui situs internet (*website*), beragam konten digital juga dapat ditemukan di berbagai platform di media sosial. Platform media sosial yang paling sering digunakan dunia hingga Januari 2020 menurut *We Are Social & Hootsuite* adalah Facebook yang berada di peringkat pertama (sekitar 2,4 juta pengguna per bulan), lalu diikuti Youtube (2 juta pengguna per bulan). Instagram berada pada peringkat keenam (1 juta pengguna per bulan), diikuti TikTok (800 ribu pengguna per bulan).

Salah satu media yang menggunakan media sosial dan internet untuk menyebar kontennya adalah Narasi TV. Media yang berdiri sejak tahun 2017 ini merupakan media berbasis televisi digital. Dilansir dari *marketeers.com*, ketiga *Founder*; Najwa Shihab, Catharina Davi, dan Dahlia Citra, mendirikan Narasi TV karena menurut mereka cara seseorang mengonsumsi media telah berubah. Jika awalnya satu arah, sekarang sudah menjadi dua arah. Sehingga

melalui digital, media dapat relevan bagi setiap medium dan berbagai generasi (Bachdar, 2018).

Kini Narasi TV memiliki sekitar 14 kanal terprogram yang didistribusikan secara digital melalui situs dan terhubung dengan media sosial, seperti Youtube, Instagram, Facebook, TikTok, dan media sosial lainnya. Menurut data dari *Noxinfluencer*, Youtube *channel* “Najwa Shihab” sebagai bagian dari Narasi TV, menduduki peringkat ketiga tertinggi sebagai *channel* berita dan politik di Indonesia dengan memiliki 6,75 juta *subscriber* hingga Januari 2021. Sementara Youtube *channel* “Narasi” berada di peringkat 3,941 yang memiliki sekitar 234 ribu *subscriber*.

Perkembangan media *online* dalam daring dan media sosial menuntut jurnalis tidak hanya membuat berita, tetapi juga mampu mengembangkan konten multimedia. Berdasarkan *Reuters Institute* (2010, p.10), keterampilan yang perlu dikuasai jurnalis pada masa kini dan juga masa depan adalah multimedia; foto, grafik, dan video. Ketiga aspek multimedia tersebut perlu dikembangkan melalui keterampilan penggunaan perangkat lunak seperti *Adobe Flash* (perangkat lunak grafis), *Adobe Premiere* dan *Final Cut Pro* (pengeditan video), dan *Digital Narratives* (membangun cerita dengan infografis).

Melihat maraknya perkembangan konten multimedia dan besarnya peluang video dalam dunia jurnalistik saat ini, penulis tertarik untuk mencoba bekerja dan terlibat dalam proses pembuatan konten multimedia. Setelah melewati tahapan untuk diterima sebagai karyawan magang di Narasi TV, penulis ditempatkan melakukan kerja magang sebagai editor video pada program “Narasi Newsroom”. Sebagai editor video, penulis terlibat dalam proses pasca produksi dalam pembuatan konten multimedia. Mengacu kepada *Reuters Institute*, penulis belajar dan menerapkan ilmu mengedit video di Narasi TV dengan perangkat lunak *Final Cut Pro X* (*Reuters Institute*, 2010, p.10). Hal ini merupakan standar yang dilakukan sebagai editor video di Narasi TV.

Pada laporan kerja magang ini akan dibahas bagaimana peran penulis sebagai *video editor* untuk program berita harian Narasi TV, yaitu kanal

“Narasi Newsroom”. Melalui kesempatan praktik program kerja magang ini, penulis turut mempraktikkan segala ilmu yang telah didapat dan dikembangkan selama masa perkuliahan serta mempelajari secara langsung mengemas informasi melalui *editing video*. Meski begitu, menjadi *video editor* “Narasi Newsroom” jauh memberikan penulis pembelajaran mengenai *skill editing video*. Sehingga dengan melakukan praktik kerja magang ini, penulis berhasil mengembangkan keahlian dan pengetahuan dalam melakukan *editing* konten multimedia jurnalistik, dalam bentuk video.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang merupakan mata kuliah yang wajib diambil oleh mahasiswa Fakultas Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah ini bertujuan untuk memberi kesempatan kepada mahasiswa termasuk penulis untuk terjun dalam dunia kerja dan berlatih agar memiliki kemampuan kerja profesional.

Dengan demikian, berikut tujuan penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Video Editor* program “Narasi Newsroom” di Narasi TV, yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan pengalaman bekerja bagi penulis.
2. Penulis dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi dalam dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari selama di kampus.
3. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan penulis melalui pengaplikasian ilmu, dalam hal ini adalah jurnalistik.
4. *Link and match*, membandingkan pengetahuan yang telah dipelajari penulis di kampus dengan dunia industri.
5. Penulis mempelajari dan mempraktikkan langsung ilmu mengenai *video editing news* pada media daring dan atau media sosial.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di Narasi TV dengan bekerja dari rumah atau *work from home* (WFH) mengikuti himbauan Pemerintah Daerah untuk mencegah resiko penularan infeksi COVID-19 (Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi dan Energi Provinsi DKI Jakarta, 2020). Waktu pelaksanaan kerja magang penulis sebagai *video editor* berlangsung selama 66 hari kerja terhitung dari tanggal 5 Oktober 2020 hingga 8 Januari 2021. Jadwal hari kerja di Narasi TV adalah mulai hari Senin hingga hari Jumat di setiap minggunya.

Jam kerja yang ditetapkan di Narasi TV adalah dari pukul 10.00 hingga pukul 18.00 WIB. Namun karena adanya situasi *work from home* (WFH), jam kerja di sini menjadi sangat fleksibel khususnya bagi para editor. Penulis biasanya selesai bekerja jika revisi video sudah tidak ada lagi yaitu kurang lebih sampai sekitar pukul 21.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses magang di Narasi TV dimulai dengan pembuatan dan pengiriman *curriculum vitae* (CV) dan *cover letter*. Dengan bantuan sesama kerabat di Fakultas Ilmu Komunikasi UMN, pada 28 September 2020 CV dan *cover letter* penulis dikirimkan ke *Human Resource Departments* (HRD) PT Narasi Citra Sahwahita (NCS) yang membawahi Narasi TV.

Pada 29 September 2020, pihak HRD NCS mengirimkan pesan elektronik undangan wawancara pada 30 September 2020. Setelah mengkonfirmasi kehadiran, penulis melakukan wawancara dengan pihak HRD NCS melalui *Zoom Meeting*. Setelah melakukan proses wawancara, pihak HRD NCS menyatakan menerima penulis untuk melakukan praktik program kerja dan menjelaskan tugas dan tanggung jawab sebagai karyawan magang di Narasi TV.

Penulis awalnya ditempatkan di divisi *Newsroom* bagian *Library* yang mengerjakan dan mengurus segala aset video dan foto Narasi. Namun menurut Ibu Yuni, perwakilan dari *Library* Narasi TV menjelaskan bahwa kondisi WFH tidak memungkinkan penulis dapat

mengikuti alur kerja di *Library* Narasi TV. Akhirnya Ibu Nyayanda, perwakilan dari HRD NCS, memutuskan untuk memindahkan penulis di bagian editor video dibawah bimbingan Bapak Tri Priyatmoko. Proses magang penulis dimulai pada 5 Oktober 2020 setelah form KM-02 dari Ketua Program Studi (Kaprodi) Jurnalistik telah keluar.

Pada 4 Oktober 2020, HRD NCS mengeluarkan surat elektronik penerimaan magang di Narasi TV sebagai editor video. Penulis menyerahkan surat penerimaan tersebut ke *website* My UMN yang kemudian diganti dengan KM-03 hingga KM-07. Lembar KM-04 dan KM-05 diisi selama penulis melakukan kerja magang sebagai absen dan realisasi kerja magang mingguan.