

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Internet hadir sebagai media baru yang menyediakan berbagai macam jenis konten berita yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Selain menyediakan berbagai macam jenis konten, kehadiran internet sebagai media baru juga mempermudah masyarakat dalam mengakses berita. Media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yaitu baru, yang memungkinkan penerapan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011, p. 148).

Salah satu *platform* media baru yang populer digunakan untuk mengakses konten berita di internet adalah *podcast*. Menurut Haygood (2007, p. 518) *podcast* adalah konten digital berupa audio atau video yang memungkinkan konsumennya untuk “mengubah kebiasaan dalam mengonsumsi konten melalui pengunduhan ke komputer atau perangkat media untuk segera dikonsumsi atau untuk di masa depan”. Dengan kata lain, *podcast* memungkinkan masyarakat untuk memilih dan mengonsumsi konten yang diinginkan, kapan dan dimanapun juga.

Sebagai media baru yang potensial, *podcast* memiliki tiga fitur unik yang menjadi kelebihanannya. Pertama, *podcast* dapat didengarkan kapan saja sesuai keinginan pendengarnya (Duncan & Fox, 2005). Kedua, *podcast* dapat diunduh terlebih dahulu ke dalam perangkat digital supaya dapat didengarkan dimanapun, bahkan di tempat tanpa sinyal dan koneksi internet (Dotto, 2005). Dibandingkan dengan siaran radio konvensional, pengguna lebih memiliki banyak akses dan kendali atas konten yang ingin didengarkan. Kemudian, *podcast* mampu menyampaikan konten untuk kelompok audiens yang lebih kecil namun memiliki

minat dan perhatian pada konten/isu tertentu. Hal ini membuka peluang untuk menciptakan jenis dan segmen konten yang tidak pernah terpikirkan dan ditayangkan di media tradisional (Priestman, 2004). Menurut Choi & Lim (2013), media arus utama mulai kehilangan audiens dan kekuatan *agenda setting* semenjak masuknya *podcast*. Pada tahun 2019, survey yang diadakan oleh *Reuters Institute* dan *University of Oxford* menunjukkan bahwa sepertiga populasi dari 38 negara di dunia telah mendengarkan *podcast* (“Reuters Institute Digital Report, 2019).

Di Indonesia sendiri, *podcast* termasuk sudah berkembang. Menurut survey dari *Dailysocial.id* pada tahun 2018, sebanyak 67.97% masyarakat Indonesia telah familiar dengan medium *podcast* (Eka, 2018). Selain itu, menurut data yang diperoleh oleh platform *Spotify*, Indonesia memiliki jumlah pendengar *podcast* terbanyak se-Asia Tenggara (Millennial, 2020). Hal ini telah menunjukkan bahwa *podcast* telah menjadi media baru yang memiliki banyak peminat. Beberapa media *online* pun telah memiliki kanal *podcast*-nya masing-masing, misalnya *Kantor Berita Radio 68H*, *Podcast Asumsi Bersuara*, dan *Podcast Liputan6*.

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di *Podcast Liputan6* sebagai editor audio yang memproduksi konten *podcast* berita secara rutin. editor audio bertugas membantu produser dalam mengolah materi dan memproduksi konten *podcast*. Pekerjaan yang dilakukan editor audio mulai dari mengolah audio *voiceover*, kemudian disunting, hingga *mixing* dan *mastering* sehingga menjadi konten *podcast* berita yang siap diunggah di *platform Soundcloud*. Penulis ditempatkan sebagai editor audio *podcast* karena memiliki pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan, yaitu radio dan audio *broadcasting* agar dapat menghasilkan *podcast* berita yang berkualitas baik dari segi teknis maupun kredibilitas.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mata kuliah *Internship* sebagai mahasiswa Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara, yang juga dilaksanakan dengan tujuan lain sebagai berikut:

1. Mengetahui peran kerja editor audio di *Podcast Liputan6*.
2. Menambah pengalaman kerja secara langsung sebagai editor audio *podcast* berita.
3. Mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang sudah didapatkan dalam mata kuliah *Radio Journalism* dan *Radio Production*.
4. Melatih penulis untuk menjadi pekerja media yang baik secara fisik, mental, kognitif, dan profesionalitas dalam bekerja.
5. Mampu mengembangkan pengetahuan dan *insight* dalam dunia *podcast* berita yang masih relatif baru di Indonesia.

1.3 Waktu Pelaksanaan & Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Praktik kerja magang ini penulis laksanakan dalam kurun waktu 60 hari kerja efektif terhitung oleh pihak kampus dan *Liputan6.com* sejak tanggal 7 September 2020 hingga 6 Desember 2020. Penulis melaksanakan kerja magang setiap hari Senin - Jumat, dimulai dari pukul 09.00 hingga 17.00 WIB dengan sistem WFH (*Work From Home*) akibat pandemi Covid-19. Namun penulis tetap harus datang ke kantor sebagai kru audio apabila ada *streaming talkshow* dengan jadwal yang tidak dapat ditentukan. Waktu pelaksanaan ini diperoleh melalui kesepakatan dengan Bapak Wawan Rubiyanto selaku Produser Multimedia di *Liputan6.com*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.

Serangkaian prosedur telah dilalui oleh penulis untuk mendapatkan posisi di pelaksanaan kerja magang ini. Pertama, penulis mencari lowongan magang di perusahaan media domisili Jakarta dan Tangerang Selatan. Penulis kemudian mengirimkan lamaran berupa CV (*curriculum vitae*) dan portofolio karya ke beberapa perusahaan media.

Setelah itu penulis dihubungi oleh sekretaris redaksi *Liputan6.com* yang tertarik dengan lamaran penulis, kemudian penulis mengirimkan surat keterangan magang dari kampus. Setelah itu, penulis dihubungkan dengan Bapak Wawan Rubiyanto, Produser Multimedia untuk proses wawancara, setelah diwawancara dan mendapat penjelasan soal waktu dan pelaksanaan kerja magang, penulis mendapat surat penerimaan dari *Liputan6.com*. Dalam mata kuliah *Internship* di semester ini, penulis melakukan proses bimbingan dan penyusunan laporan dengan Ibu Veronika Kaban, selaku dosen pembimbing.