



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital, minat masyarakat Indonesia sudah beralih dari mengonsumsi berita di media konvensional menjadi media digital. Terdapat peningkatan pembaca berita daring di Indonesia. Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional Badan Pusat Statistik (SUSENAS BPS) (dalam Adzkia, 2019, para. 1), pada 2017, jumlah pembaca berita daring di Indonesia mencapai 50,7 juta jiwa, meningkat jauh dari konsumen berita daring pada 2015, yakni 37,4 juta jiwa.

Gambar 1.1 Data Populasi, Pengguna *Smartphone*, Pengguna Internet, dan Pemakai Aktif Media Sosial di Indonesia



Sumber: Data Reportal

Demikian, sebagian besar masyarakat Indonesia semakin terdigitalisasi dari tahun ke tahun. Mengutip dari data We Are Social dan Hootsuite, jumlah *smartphone* di Indonesia yang aktif pada Januari 2021 mencapai 345,3 juta buah, meningkat empat juta dari tahun sebelumnya (dalam Kemp, 2021, para. 8). Jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 pun berada di angka 202,6 juta penduduk, meningkat 27 juta dari tahun sebelumnya (dalam Kemp, 2021, para. 6). Peningkatan itu selaras dengan jumlah pengguna media sosial di Indonesia.

Setidaknya, per Januari 2021, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta jiwa, meningkat 10 juta dari tahun sebelumnya (dalam Kemp, 2021, para. 7).

Menilik dari perkembangan minat pada hal yang terdigitalisasi, muncul teori *new media*. McQuail memaknai *new media* sebagai sebuah era ketika teknologi komunikasi terdigitalisasi dan dapat dipakai secara meluas oleh khalayak lewat internet (McQuail, 2010, pp. 181, 183). Perkembangan medium distribusi pesan membuat hadirnya media sosial yang membuat pengguna bisa menyebarkan pesan berbentuk teks atau audio visual untuk publik yang lebih luas (McQuail, 2010, p. 740).

Seiring berjalannya waktu, masyarakat yang semakin terdigitalisasi membuat media ikut beradaptasi. Hal ini mendorong media untuk menghadirkan jurnalisme media sosial (*social media journalism*). Berbagai media pun kini telah mendistribusikan konten pemberitaan di media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih besar.

Adornato menyebut bahwa interaksi antara konsumen dengan media di era jurnalisme konvensional seperti televisi dan koran (sebelum penggunaan media sosial) lebih bersifat satu arah (Adornato, 2017, p. 26). Di era konvensional, informasi hanya disampaikan satu arah lewat pers kepada khalayak. Berbeda dengan era konvensional, Adornato memaknai *social media journalism* sebagai era jurnalisme yang memungkinkan konsumen untuk berinteraksi dengan jurnalis (media) lewat media sosial (Adornato, 2017, p. 27).

Adornato juga menyebut bahwa masyarakat kini lebih sering memakai *smartphone* dan media sosial untuk mengakses pemberitaan (Adornato, 2017, p. 40). Sebab, mengakses pemberitaan lewat media sosial lebih memudahkan masyarakat daripada harus mengetik laman dari media demi mengakses berita (Adornato, 2017, p. 27). Khalayak pun dapat lebih dekat dengan media karena dapat membagikan atau mengomentari suatu pemberitaan yang dipublikasikan di media sosial.

Demi mengakomodasi pergeseran minat ini, media harus menerapkan *mobile first mindset*, sebuah pemikiran yang terfokus pada pembuatan konten yang

mudah diakses lewat *smartphone* dan media sosial (Adornato, 2017, p. 68). Media harus bisa menghadirkan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen ketika mengakses pemberitaan di media sosial.

Salah satu format pemberitaan yang bisa diakses khalayak di media sosial adalah video. Pengemasan berita dalam bentuk video merupakan salah satu format yang bisa menarik perhatian audiens. Menurut Warsita, video terbukti efektif dengan persentase lebih dari 70 persen untuk menyampaikan informasi, konten pendidikan, dan hiburan (dalam Yulisa et al., 2020, p. 38).

Sunarto et al. juga menyebut bahwa video memiliki daya tarik yang tinggi bagi penonton karena menghadirkan gambar dan suara (dalam Yulisa et al., 2020, p. 39). Indera penglihatan dan pendengaran dari penonton pun dapat terangsang dengan mengonsumsi informasi lewat video.

Narasi merupakan salah satu media digital yang menerapkan *social media journalism* dan *mobile first mindset* dalam produksi kontennya. Narasi menghadirkan konten-konten yang sepenuhnya bisa diakses melalui *smartphone* dan gawai. Narasi Newsroom adalah salah satu kanal pemberitaan yang dimiliki Narasi. Narasi Newsroom memproduksi konten-konten yang seluruhnya diunggah lewat media sosial mereka, seperti Instagram (@narasinewsroom), YouTube (Narasi Newsroom), Facebook (Narasi Newsroom), TikTok (Narasi) dan Twitter (@narasinewsroom).

Konten utama yang diproduksi Narasi Newsroom berformat video. Ini disebabkan para pendiri Narasi menilai bahwa mayoritas media massa belum menghadirkan pemberitaan yang cocok dengan minat anak muda dan mudah dipahami, yakni berita berbentuk video (L. Khairul, komunikasi pribadi, 16 November 2021). Maka dari itu, Narasi Newsroom hadir dengan konten-konten video yang mayoritas berorientasi vertikal agar lebih nyaman diakses lewat *smartphone* (M. S. Handayani, komunikasi pribadi, 9 November 2021).

Penulis memilih Narasi sebagai media tempat kerja magang dengan posisi *daily news collaborator* di divisi *daily content*. Tugas dari *daily news collaborator* yakni membuat naskah berita, meliput langsung ke lapangan, merekam video, mewawancarai narasumber, dan meriset suatu isu. Semua hasil produksi penulis

berbentuk video dan dipublikasikan di media sosial Narasi Newsroom. Sebelum melaksanakan kerja magang, penulis pernah mengikuti berbagai mata kuliah yang relevan dengan tugas *daily news collaborator*.

Penulis pernah menempuh perkuliahan *Mobile and Social Media Journalism* sehingga paham perihal strategi pembuatan konten di media sosial. Penulis juga pernah mengikuti perkuliahan *Digital Videography*, *TV Journalism*, dan *TV Program Production* sehingga paham perihal teknik produksi video.

Penulis menyadari bahwa Narasi memproduksi konten-konten pemberitaan yang sepenuhnya dipublikasikan di media sosial. Maka dari itu, penulis memilih untuk bekerja di Narasi karena ingin mempelajari lebih dalam terkait penerapan *social media journalism*. Sebab, tren konsumsi berita kini sudah bergeser ke era media sosial dan penulis ingin lebih *up-to-date* memahaminya agar bisa menjadi kompeten sebagai jurnalis di masa depan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan adalah kewajiban dari penulis untuk menuntaskan mata kuliah *Internship* sebagai mahasiswa jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara. Selama bekerja sebagai *daily news collaborator* di Narasi, penulis memperoleh berbagai pengalaman dan kesempatan untuk menerapkan segala hal yang telah dipelajari dalam dunia kampus. Berikut beberapa tujuan yang dicapai dari pelaksanaan kerja magang di Narasi.

1. Memperoleh pengalaman bekerja sebagai wartawan di media digital yang berskala nasional secara luring dan daring.
2. Memahami proses kerja jurnalis di bidang video secara profesional.
3. Memahami penerapan *social media journalism* oleh media digital yang berskala nasional.
4. Mempelajari standar kualitas produk jurnalistik di media digital nasional.
5. Mempelajari teknik wawancara dengan narasumber dari berbagai macam latar belakang.
6. Melatih teknik penulisan liputan yang sesuai dengan standar Narasi.

7. Menerapkan berbagai ilmu jurnalistik yang pernah dipelajari selama perkuliahan selama kerja magang, seperti mata kuliah *Visual Storytelling for Journalism, Creative & Critical Thinking, Digital Videography, Photojournalism, News Writing, Feature Writing, Media and Politics, Global Journalism, Interactive Data Journalism, Mobile and Social Media Journalism, Reporting Issues of Diversity, Indepth Reporting, Digital Fact Checking, English for Journalism, Business Journalism, TV Journalism, Interview and Reportage*, dan *Media Ethics & Law*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara administratif, penulis melaksanakan kerja magang selama 60 hari, terhitung sejak 9 Agustus 2021 hingga 5 November 2021. Namun, berdasarkan surat penerimaan magang, penulis sudah bekerja sebagai *daily news collaborator* sejak 1 Juli 2021 hingga 1 Desember 2021. Penulis memulai kerja magang lebih cepat dari ketentuan kampus agar dapat beradaptasi dengan alur kerja Narasi terlebih dahulu.

Situasi pandemi Covid-19 tidak menghalangi penulis untuk bekerja secara luring. Penulis melaksanakan kerja magang secara *hybrid*. Penulis mayoritas bekerja dari rumah, tetapi sempat bekerja dari kantor Narasi di Intiland Tower Lt. 20, Jl. Jend. Sudirman Kav.32, Jakarta Pusat sebanyak dua kali.

Penulis pun juga terlibat dalam beberapa liputan ke lapangan. Secara umum, penulis bekerja lima hari dalam seminggu, dari Senin sampai Jumat, pukul 10.00 WIB hingga 19.00 WIB. Namun, budaya kerja Narasi yang fleksibel membuat penulis beberapa kali bekerja lebih pagi, lembur, atau bekerja di akhir pekan untuk peliputan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Setelah menyelesaikan perkuliahan semester enam, penulis mempersiapkan berbagai keperluan untuk praktik kerja magang. Pertama,

penulis menyiapkan dan mematangkan *Curriculum Vitae* (CV), portofolio, *cover letter*, dan dokumen pendukung lainnya untuk keperluan pengajuan magang pada Juni 2021. Penulis pun meriset dan mendata berbagai prioritas media yang akan diajukan untuk pelaksanaan kerja magang.

Selain itu, penulis melakukan pencarian kontak Human Resources (HR) Narasi (perusahaan prioritas penulis) lewat media sosial LinkedIn. Setelahnya, penulis mencoba menghubungi Kirana Mahardhika, HR Narasi lewat LinkedIn pada 24 Juni 2021 dan direspons pada 27 Juni 2021 lewat pesan LinkedIn.

Kirana Mahardhika meminta penulis untuk mengirimkan CV dan portofolio lewat surel Narasi. Pada 29 Juni 2021, penulis kembali dihubungi HR Narasi untuk mengikuti sesi wawancara dengan HR pada hari yang sama. Penulis pun diterima untuk melaksanakan kerja magang di Narasi sebagai *daily news collaborator* pada 30 Juni 2021.

Sesudahnya, penulis diminta untuk mengisi formulir pernyataan program magang di Narasi. Penulis kemudian diarahkan Kirana Mahardhika untuk menghubungi Cindy Melody, Produser *Daily Content* Narasi sebagai mentor penulis. Secara efektif, penulis mulai bekerja di Narasi mulai 1 Juli 2021 dan tuntas bekerja pada 1 Desember 2021.