



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

Bila kita berselancar di internet saat ini, kita dapat dengan mudah menemukan berbagai informasi yang disebarkan oleh media-media massa. Hal tersebut merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi dan informasi. Mulai dari media konvensional hingga media digital mempunyai keinginan yang sama untuk memperluas jaringannya melalui internet. Proses digitalisasi ini akhirnya memperbesar aksesibilitas dari suatu informasi. Setiap orang yang terhubung dengan internet lewat perangkat apapun bisa memperoleh informasi yang sengaja dicari atau tidak sengaja ditemukannya.

Terbuka lebarnya akses ini berhubungan erat dengan fenomena konvergensi media. Berbagai ahli menyebutkan bahwa terjadi penggabungan/penyatuan media massa dan teknologi digital. Jenkins (2006, p. 2), misalnya, mendefinisikan konvergensi media sebagai aliran konten di berbagai platform, kolaborasi industri dengan media, dan aktivisasi migrasi media. Oleh sebab itu, konvergensi media dianggap sebagai penyatu 3C, yaitu *computing* (penggunaan computer untuk memasukkan data), *communication* (komunikasi), dan *content* (materi/isi).

Media konvensional mau tidak mau harus mengikuti perkembangan teknologi dan menjadi bagian dari konvergensi media agar tetap dapat bersaing dengan media digital yang banyak diminati. Terbukti, We Are Social dalam surveiinya bertajuk “Indonesian Digital Report 2021” menunjukkan jumlah pengguna internet, yaitu sebesar 202,6 juta atau 73,7 persen dari populasi penduduk Indonesia. Angka tersebut telah meningkat sebanyak 27,2 juta pengguna selama satu tahun.

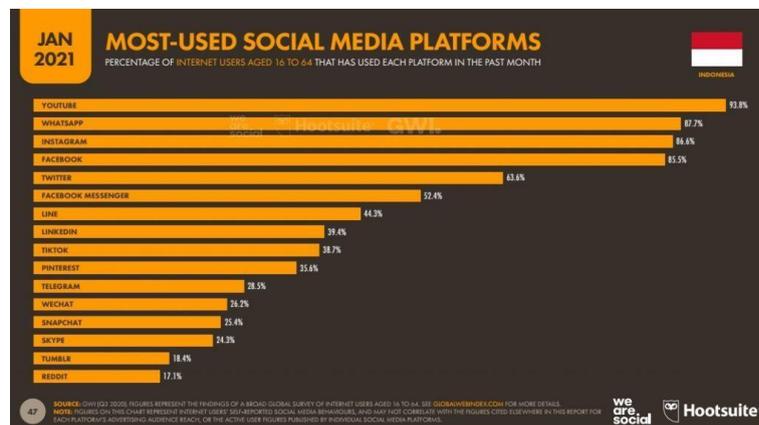
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia pada 2021



Sumber: We Are Social (2021)

Data yang sama juga menunjukkan adanya peningkatan pengguna aktif media sosial di Indonesia dari 160 juta menjadi 170 juta pengguna. Dari berbagai platform media sosial yang tersedia, pengguna media sosial di Indonesia paling sering mengakses YouTube (93,8%), WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), dan Facebook (85,5%). Tidak mengherankan jika melihat media massa mengepakan sayapnya ke platform-platform digital tersebut.

Gambar 1.2 Persentase Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia pada 2021



Sumber: We Are Social (2021)

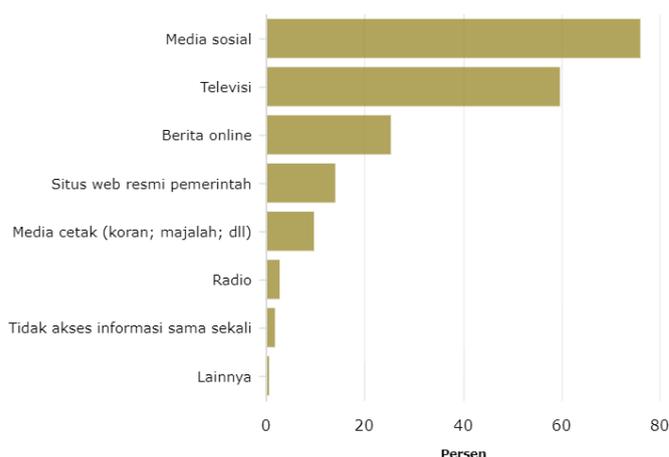
Sebagai platform media sosial yang paling diminati di Indonesia, YouTube memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya dapat menarik pengguna dalam artian konsumen dan produsen konten. Dalam penelitiannya, Faiqah et al. (2016, p. 261) merumuskan karakteristik YouTube menjadi lima yaitu.

1. Tidak memiliki batasan durasi. Produsen konten YouTube bisa mengunggah video tanpa memikirkan adanya batasan pada platform tersebut. Mereka hanya perlu menyesuaikannya dengan target pasar mereka.
2. Sistem pengamanan yang akurat. YouTube sendiri telah melakukan pembatasan dengan melarang video-video yang mengandung SARA, illegal, dan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum produsen dapat mengunggah videonya.
3. Berbayar. YouTube menawarkan honorarium kepada siapa saja yang memperoleh minimal 1000 *viewers* pada video yang diunggahnya.
4. Sistem luring (*offline*). YouTube menyediakan fitur di mana pengguna dapat mengunduh video untuk ditonton secara *offline*.
5. Tersedia editor sederhana. Terdapat fitur *editing* yang bisa dipakai para pengguna sebelum mengunggah video. Fitur tersebut terdiri dari menu memotong video, *filter*, dan efek transisi.

Selain itu, pengguna YouTube kategori konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri karena mereka bisa bebas memilih konten apa yang ingin ditontonnya. Meskipun terdapat iklan baik di awal, di pertengahan maupun di akhir video, penonton tidak terlalu merasa terganggu karena durasinya cenderung sebentar dan sebagian bisa di-*skip*.

Dalam konteks jurnalistik, penggunaan medium audio visual seperti video dan motion grafis merupakan alternatif yang ditawarkan bagi konsumen karena sifatnya yang menarik. Sebuah gambar bergerak yang disertai dengan audio dapat mempermudah seseorang dalam memahami suatu informasi. Maka dari itu, media sosial yang bisa mendukung format berita audio visual jadi dilirik banyak perusahaan media. Meminjam data dari survei Katadata Insight Center (KIC) pada 2020, media sosial menjadi sumber informasi yang paling besar bagi masyarakat Indonesia.

Gambar 1.3 Sumber Informasi yang Diakses untuk Mendapat Informasi



Sumber: *katadata.co.id* (2020)

Harian Kompas merupakan salah satu media konvensional (cetak) yang secara konsisten berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Kanal YouTube *Harian Kompas* pertama kali dibuat pada 12 Mei 2011. Namun, baru pada awal tahun 2021 kanal tersebut dimanfaatkan sebagai platform untuk menyebarkan berita *hard news* dalam bentuk video secara rutin. Di samping itu, *Harian Kompas* memang telah konstan memproduksi video dari liputan-liputan yang sifatnya lebih *timeless* dan humanis.

Dengan tanpa meninggalkan jati dirinya sebagai media cetak yang kerap menghasilkan tulisan-tulisan mendalam, *Harian Kompas* melakukan inovasi untuk tetap bisa memenuhi kebutuhan informasi harian kepada masyarakat secara cepat dan tepat. Oleh sebab itu, penulis ingin mengetahui lebih lanjut dan turut terlibat dalam proses produksi berita yang dikemas dalam format video dengan mengikuti program kerja magang di *Harian Kompas*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam mengikuti kerja magang di *Harian Kompas*, ada beberapa tujuan yang hendak penulis capai yaitu.

1. Mempraktikkan pembelajaran yang telah penulis terima selama berkuliah di Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
2. Membantu penulis sebelum terjun ke dunia profesional.

3. Belajar menggali ide-ide untuk dikembangkan menjadi produk jurnalistik *feature*.
4. Memahami alur kerja videografer di *Harian Kompas*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan ketentuan program magang yang diadakan oleh *Harian Kompas*, penulis melakukan praktik kerja magang selama kurang lebih 4 bulan terhitung dari 1 September 2021 sampai 31 Desember 2021. Sebelumnya, penulis telah mengikuti KRS daring dan mengambil mata kuliah *Internship* pada Selasa (3/8/2021).

Praktik kerja magang penulis di *Harian Kompas* dilakukan baik dengan sistem *Work From Home* (WFH) maupun *Work From Office* (WFO). Namun, penulis lebih sering menjalani magang dengan sistem WFO karena produksi video lebih banyak dilakukan di dalam kantor ataupun liputan ke lapangan. Selama magang di *Harian Kompas*, penulis tidak memiliki jam kerja tetap karena bergantung pada produksi yang dilakukan pada hari tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum mengambil mata kuliah *Internship* di semester 7, penulis mencari dan mencatat nama-nama perusahaan media yang berpeluang membuka lowongan magang di divisi-divisi keredaksian. Sambil mencari-cari lowongan magang yang sesuai dengan praktik kerja jurnalistik, penulis mulai menyusun *Curriculum Vitae* (CV). Selain itu, penulis mengumpulkan karya-karya jurnalistik penulis dari tugas kuliah ataupun media kampus untuk dimasukkan ke dalam portofolio.

Penulis mulai mengirim lamaran magang ke berbagai perusahaan media dengan mengirimkan CV dan portofolio melalui surel dan situs lowongan kerja. Setelah satu bulan lebih, penulis mendapat undangan wawancara dari *Motion Radio*, tepatnya pada Rabu (4/8/2021). Wawancara dilaksanakan pada Kamis (5/8/2021) dengan dihadiri oleh dua pewawancara, yaitu HR *KGRadio Network* dan Videografer *Motion Radio Jakarta*.

Setelah melalui proses wawancara dan dinyatakan diterima magang di *Motion Radio* pada Senin (9/8/2021), penulis mengisi KM 01 melalui Google Form yang disediakan oleh Prodi Jurnalistik pada Sabtu (15/8/2021). Surat permohonan magang penulis terima pada Senin (16/8/2021), tepat hari pertama penulis memulai kerja praktik magang di *Motion Radio*. Satu hari kemudian, penulis diundang ke grup kandidat magang *Harian Kompas*—yang menjadi perusahaan media pengganti dalam praktik kerja magang penulis.

Pada saat itu, penulis memutuskan untuk tetap mengikuti proses *recruitment* karena *jobdesc* penulis di *Motion Radio* tidak mencerminkan proses jurnalistik seperti yang telah penulis terima selama perkuliahan. Dalam artian, penulis bertugas untuk membuat klip dari video siaran program sesuai *brief* yang diberikan. Dalam mengerjakan tugas tersebut, penulis tidak melalui proses berpikir ataupun menyusun sendiri urutan gambarnya untuk menciptakan suatu cerita yang runut.

Penulis dijadwalkan wawancara untuk posisi visual videographer di *Harian Kompas* pada Senin (23/8/2021) secara daring. Sembari menunggu kabar lanjutan dari *Harian Kompas*, penulis mencari tahu perihal pengajuan ulang KM 01 ke himpunan mahasiswa ilkom UMN bernama I'M KOM (Ikatan Mahasiswa Komunikasi).

Pengumuman penerimaan magang *Harian Kompas* penulis terima pada Kamis (26/8/2021). Berdasarkan pengumuman tersebut, penulis diterima untuk magang pada periode Januari 2022 sehingga penulis mengajukan pindah periode. Oleh karena itu, penulis tetap mengunggah surat penerimaan magang *Motion Radio* ke *my.umn* pada Kamis (26/8/2021). Pengajuan pindah periode magang penulis dikabulkan dan praktik kerja magang di *Harian Kompas* dimulai pada Rabu (1/9/2021).

Sebelumnya, tepatnya pada Senin (30/8/2021), HR *Harian Kompas* meminta penulis untuk mengunggah berkas-berkas yang terdiri dari surat pengantar magang dari kampus, transkrip nilai sementara, CV, foto diri terbaru, dan surat pernyataan tata tertib magang. Penulis mengisi ulang KM 01 pada Jumat (3/9/2021) sesuai dengan anjuran I'M KOM sebelumnya.

Surat permohonan magang yang baru diterima dan dikumpulkan oleh penulis pada Kamis (9/9/2021). Sementara itu, penulis baru menerima surat penerimaan magang pada Senin (20/9/2021). Surat penerimaan tersebut penulis gunakan untuk memperbarui data di *my.umn* pada hari yang sama.