



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

Era disrupsi teknologi telah memberikan tantangan kepada media tradisional dengan hadirnya *new media* (internet). Mayoritas penduduk Indonesia telah memakai internet untuk mengakses media sosial sebagai platform untuk berinteraksi, mencari informasi, dan mengunggah atau melihat foto dan video. Media sosial memberikan berbagai macam pilihan platform untuk masyarakat seperti Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter, dan Youtube (Waruwu, Arifianto & Suseon, 2020, pp. 44-45).

Hal tersebut dibuktikan oleh hasil Laporan Survei Internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 – 2020 adalah 197.71 juta pengguna internet dari 266.91 juta penduduk Indonesia. Angka ini meningkat sekitar 25,54 juta dari tahun 2018 penetrasi pengguna internet di Indonesia tercatat 171.17 juta (APJII, 2020, p. 15).

Sehingga media cetak memerlukan strategi untuk dapat bertahan akibat era disrupsi teknologi. Pertama, media cetak perlu mempertahankan wartawan yang mempunyai jiwa profesionalisme dan berpegang kepada etika jurnalisme yang menyajikan informasi yang faktual dan kredibilitas (Kusuma, 2016, p.65).

Kedua, media cetak juga menyatukan konten koran ke dalam konten media online. Strategi tersebut menciptakan inovasi sekaligus sikap antisipatif menuju konvergensi media. Menurut Kompas (dalam Sugiya, 2012), konvergensi media adalah sebuah keadaan yang perlu media cetak antisipasi dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) yang menguasai informasi dan teknologi (Kusuma, 2016, p. 62).

Kedua strategi tersebut diterapkan oleh *Tempo.co*. Dilansir dari *Tempo.co*, Pemimpin Redaksi *Tempo.co*, Setri Yasra menyatakan bahwa *Tempo Interaktif* muncul sebagai media digital pertama di Indonesia setelah satu tahun *Majalah Tempo* dibredel pada 1994. *Tempo Interaktif* dibangun untuk menyampaikan informasi sebagai pers kepada masyarakat (Rosana, 2021, para. 2). Pada 2008, *Tempo Interaktif* mengubah nama menjadi *Tempo.co* dengan menyajikan informasi yang berkualitas dan mempraktikkan standar tinggi jurnalisme (Tempo.co, n.d).

Tempo melakukan upaya untuk mengembangkan produk digital dan memperluas bisnis digital untuk merespons era disrupsi teknologi. Kepala Pengembangan Produk Digital, Yosep Suprayogi menjelaskan bahwa upaya tersebut bertugas untuk mengembangkan produk digital dalam berbagai aspek, yaitu kemasan, isi, teknologi, sampai pemasaran. Untuk memenuhi semua itu, Pengembangan Produk Digital menangani *engagement*, media sosial, *search engine optimization* (SEO), *video journalist*, dan infografis (Pratopo & Kusajibrata, 2018, p. 120).

Tempo.co melakukan perluasan bisnis digital di platform Youtube yang sekarang memiliki 185 ribu *subscribers*. Berdasarkan riset Hootsuite dan We Are Social 2021 per Januari 2021, bahwa jumlah rata-rata setiap hari orang Indonesia menghabiskan waktu untuk menonton televisi secara langsung atau menonton video di internet adalah 2 jam, 50 menit. Youtube merupakan platform yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan 93,8% dari jumlah populasi (Kemp, 2021, pp. 22-47).

Selain platform Youtube, *Tempo.co* juga menggunakan platform Instagram dengan 823 ribu pengikut. Berdasarkan riset Hootsuite dan We Are Social 2021 per Januari 2021, Instagram merupakan platform ketiga yang paling banyak digunakan di Indonesia 86,6% dari jumlah populasi (Kemp, 2021, p. 47).

Dalam memenuhi praktik kerja magang, penulis menjalankan kerja magang selama 4 bulan di *Tempo.co* sebagai *video journalist*, karena *Tempo.co* merupakan salah satu media yang memperluas praktik jurnalistik dalam bidang multimedia.

Penulis dapat memanfaatkan kemampuan baru yang ditawarkan oleh disrupsi teknologi seperti pengeditan digital, jurnalisme multimedia, jurnalisme video untuk meningkatkan efisiensi produksi (Saltziz & Diskinson, 2008, p. 7).

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam kerja magang yang dilakukan, penulis memiliki tujuan, yaitu:

1. Mempraktikkan teori-teori yang sudah diajarkan selama masa perkuliahan dari semester 1 – 7.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses dan alur kerja *video journalist* di *Tempo.co*.
3. Untuk mendapatkan pengalaman dan gambaran bagaimana dunia kerja melalui perusahaan atau media yang relevan dalam bidang Jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalani praktik kerja magang selama 4 bulan yang terhitung dari 5 Agustus 2021 – 4 Desember 2021. Selama magang, penulis bekerja dengan sistem *hybrid*. Dalam seminggu penulis pergi ke kantor tiga kali dan dua kali *work from home* (WFH). Jam kerja penulis fleksibel tidak terpaku dari pukul 08:00 – 17:00 karena jam kerja penulis disesuaikan dengan perencanaan dari tim *weekly Tempo.co*. Kantor *Tempo.co* terletak di Jalan Palmerah Barat No.8 Jakarta dengan kode pos 12210.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada 22 Juli 2021, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio karya ke *Tempo.co* melalui alamat surel pelatihan@tempo.co.id kepada HRD *Tempo.co*. Besoknya pada 23 Juli 2021 HRD *Tempo.co* mengirimkan surel yang berisi persyaratan yang harus dilengkapi, yaitu proposal magang ke PT Tempo Inti Media Harian (Tempo Media Grup), foto BPJS/Asuransi Swasta, foto KTP, portofolio, dan surat permintaan magang dari kampus.

Pada saat itu penulis belum memiliki proposal magang dan surat permintaan magang dari kampus sehingga, penulis mengirimkan surel untuk bertanya apakah surat permintaan dari kampus boleh menyusul. Penulis mengatakan baru bisa mendapatkannya setelah KRS semester ganjil 2021. Pihak *Tempo.co* pun langsung membalas surel dengan cepat dan memberitahukan bahwa surat bisa menyusul.

Pada 26 Juli 2021, penulis kembali mengirimkan surel yang berisi dengan proposal magang, foto BPJS/Asuransi Swasta, foto KTP, CV, dan portofolio karya penulis. Kemudian pada 30 Juli 2021 pihak HRD *Tempo.co* menelepon penulis melalui Whatsapp untuk melakukan wawancara singkat.

Usai melakukan wawancara, tepat 4 hari setelahnya pada 3 Agustus 2021 penulis telah dimasukan ke grup Magang yang ada di WhatsApp dan diberitahukan bahwa penulis sudah diterima magang di *Tempo.co* departemen Multimedia yang dimulai pada 5 Agustus 2021 – 4 Desember 2021.

Selama kerja magang, penulis berada dibawah bimbingan Nana Riskhi selaku kepala departemen Multimedia *Tempo.co*. Selain itu, penulis juga dibimbing oleh beberapa senior yang ada di departemen Multimedia *Tempo.co* seperti Dheayu Jihan sebagai produser dan Aditya Sista sebagai *video journalist*.

Pada hari pertama penulis diberi pengarahan oleh Nana Riskhi selaku Kepala Departemen Multimedia bahwa dalam dua minggu awal merupakan masa orientasi penulis untuk mengetahui penulis lebih cocok menjadi produser atau *video journalist*.

Penulis mendapatkan arahan bahwa jika penulis menjadi produser, penulis akan melakukan beberapa pekerjaan seperti mencari dan membuat riset liputan, mencari narasumber, melakukan wawancara, dan membuat naskah yang nanti akan dijadikan sebuah bahan yang akan digunakan *video journalist* untuk merealisasikan menjadi sebuah video. Jika penulis menjadi

video journalist akan melakukan kerja sama dengan produser untuk melakukan pengambilan gambar dan *editing* sampai video tersebut sudah mendapatkan persetujuan tayang dari produser.

Minggu pertama dan kedua penulis menggarap menjadi produser pada Opini Tempo dan *video journalist* untuk *tapping* Cek Fakta dan Opini Tempo. Selain itu, penulis juga ikut membantu alur *Live Streaming* Intstagram yang dilakukan oleh *Tempodotco* setiap minggu.

Minggu ketiga, penulis sudah selesai dalam tahap orientasi yang akhirnya mendapatkan penempatan yang tetap, yaitu penulis dijadikan *video journalist* selama magang penulis di *Tempo.co*.

Pada minggu keempat sampai minggu kedua belas, penulis melakukan liputan untuk program Feature Pilihan dan mendapatkan pertanggungjawaban baru di program Wawancara Tempo. Disini penulis merealisasikan naskah yang sudah ditulis oleh produser untuk menjadi sebuah video yang akan tayang di Youtube *Tempodotco*.

Setelah selesai melakukan praktik kerja magang, penulis membuat laporan magang sebagai bukti pertanggungjawaban penulis dalam praktik kerja magang. Laporan kerja magang ditulis dibawah bimbingan dosen pembimbing Rossalyn Ayu Asmarantika, S. Hum., M. A. Ketika sudah disetujui oleh dosen pembimbing dan pembimbing lapangan di media *Tempo.co*, maka penulis akan mempresentasikan di hadapan tim penguji saat sidang magang pada bulan Januari 2022.