



### **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:**

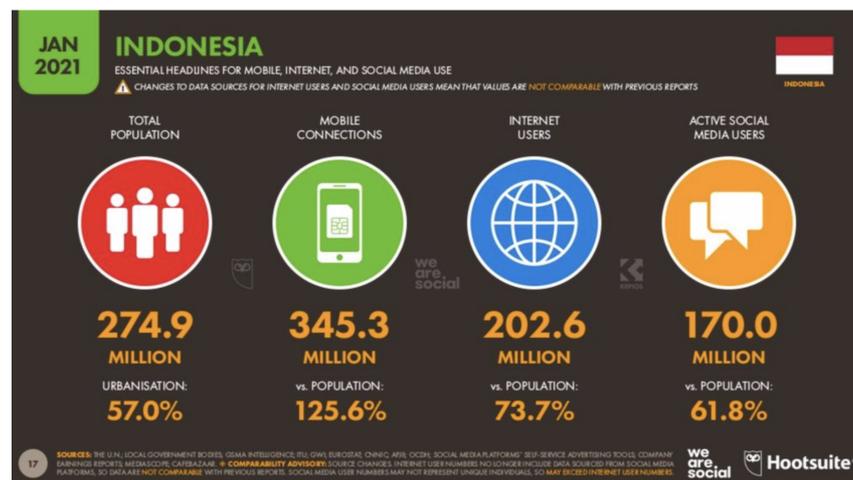
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangannya yang semakin pesat, teknologi membuat sebagian besar individu mengalami ketergantungan dengan ponsel pintar (*smartphone*). Pada era digital saat ini, *smartphone* digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena penggunaannya yang mudah serta dapat digunakan di mana pun dan kapan pun.



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

Sumber: We Are Social

Gambar 1.1 merupakan data hasil riset yang dilakukan oleh platform manajemen media sosial Hootsuite dan agensi sosial We Are Social. Riset tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pada 2021 telah mencapai 345,3 juta penduduk. Sedangkan, populasi penduduk Indonesia hanya mencapai 274,9 juta sehingga dapat disimpulkan bahwa setidaknya terdapat individu yang memiliki lebih dari satu *smartphone*. Melalui hasil riset tersebut, dapat diketahui bahwa masyarakat tidak terlepas dari *smartphone* karena mampu mempermudah segala aktivitas kesehariannya.

Seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin lekat dengan *smartphone*, jurnalis mulai dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Oleh karena itu, *smartphone* mulai digunakan oleh jurnalis sebagai perangkat penunjang kegiatan jurnalistik melalui metode *mobile journalism*. Terlebih, perkembangan teknologi menuntut media dan jurnalis untuk terus beradaptasi serta berinovasi dalam menyajikan informasi.

*Mobile journalism* merupakan salah satu contoh wujud antara teknologi dan jurnalisme yang saling berkaitan dan bergantung satu sama lain (Westlund dan Quinn, 2018, p. 4). *Mobile journalism* menawarkan peluang besar bagi jurnalis, khususnya media daring berbasis multimedia. Sebab, perangkat *smartphone* telah memiliki sejumlah fitur multimedia, seperti foto, video, hingga audio dengan kualitas dan resolusi yang tinggi.

Saat ini, sebagian besar media massa berupaya untuk melakukan transisi dari media konvensional ke media digital melalui *mobile first mindset*. *Mobile first mindset* merupakan salah satu bentuk adaptasi yang berarti pemikiran media massa harus terfokus pada pembuatan konten yang mudah diakses di *smartphone* dan media sosial. Hal tersebut karena portal berita konvensional (situs web berita) kini sudah menjadi pilihan kedua (Adornato, 2017, p. 2).

Digitalisasi merupakan salah satu fokus dalam terbentuknya jurnalisme baru. Kecepatan dan internet telah menjadi aspek terpenting dalam peran distribusi berita, baik dari jurnalis maupun audiens. Terbentuknya jurnalisme baru seperti *mobile journalism* dapat menciptakan waktu yang lebih efektif. Sebab, internet menuntut media massa untuk bekerja secara cepat dan terkonvergensi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

Media massa merupakan alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan TV (Cangara, 2000). Apabila media cetak menghasilkan dan mendistribusikan tulisan, radio menghasilkan dan mendistribusikan tulisan audio, televisi menghasilkan dan mendistribusikan audio-visual, maka jurnalisme multimedia menghasilkan dan mendistribusikan keseluruhan aspek tersebut (Quinn dan Filak, 2005, p. 147).

Secara deskriptif, jurnalisme multimedia merupakan representasi suatu berita pada situs web yang menggunakan dua format media atau lebih, seperti animasi grafis, elemen *hyperlink*, hingga gambar (Deuze, 2004, p. 140). Maka, jurnalisme multimedia bersifat lebih luas dan kompleks apabila dibandingkan dengan jurnalisme daring. Sebab, jurnalisme multimedia memuat sejumlah elemen untuk meningkatkan interaksi dengan pembaca (Kuncoro, 2019, para. 4). Hal tersebut selaras dengan *mobile first mindset* yang bertujuan utama untuk menciptakan interaksi dengan audiens melalui konten yang diproduksi.

Video merupakan salah satu bentuk aspek visual yang mampu menarik perhatian audiens. Kemampuan video yang menyajikan berita berupa audio visual membuat pembaca lebih paham terkait informasi yang hendak disampaikan (Kuncoro, 2019, para. 5). Terlebih, apabila video dari suatu media massa memiliki perpaduan teks dan gambar (Wendratama, 2017, p. 85).

*IDN Times* merupakan salah satu media massa multiplatform yang telah terverifikasi dan dinyatakan faktual oleh Dewan Pers sejak 11 Juli 2018. Dalam distribusi beritanya, *IDN Times* mulai menerapkan *mobile first mindset*, yaitu mulai terfokus pada pembuatan konten berita yang mudah diakses di *smartphone* dan media sosial, seperti Instagram, YouTube, hingga TikTok. Salah satu bentuk konten yang difokuskan pendistribusiannya kepada media sosial adalah Video. Hal tersebut karena *IDN Times* memiliki akun Instagram (@idntimes.video), TikTok (@idntimes), dan YouTube (IDN Times) yang dikhususkan untuk mengunggah berita format video. Maka, *IDN Times* membutuhkan *video editor* untuk menyunting berita format video untuk mewujudkan *mobile first mindset* tersebut.

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis telah menempuh mata kuliah *Mobile and Social Media Journalism* dan *Digital Videography* yang terdapat di Program Studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara. Dalam kedua mata kuliah tersebut, penulis mempelajari bagaimana cara melakukan produksi video, memahami dan menerapkan *mobile journalism* serta *mobile first mindset*, hingga memahami bagaimana mendistribusikan dan menganalisis *engagement* konten berita yang diunggah pada media sosial.

Melihat *IDN Times* melakukan produksi berita berupa format video yang diunggah melalui media sosial, penulis ingin melakukan praktik kerja magang sebagai *video editor* di *IDN Times* untuk mempelajari bagaimana implementasi redaksi *IDN Times* dalam menerapkan *mobile journalism* dan *mobile first mindset* berupa mendistribusikan konten dan meraih *engagement* yang diinginkan.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Dalam kurikulum, kerja magang disusun melalui mata kuliah *Internship*. Selain memenuhi syarat mata kuliah dan kelulusan, tujuan penulis melakukan kerja magang adalah.

1. Mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dari perkuliahan ke industri media, seperti *Digital Videography*, *Academic Writing*, *Bahasa Indonesia for Communication*, *Critical and Creative Thinking*, dan *Mobile and Social Media Journalism*,
2. Mengetahui alur kerja jurnalis khususnya penyunting video di media massa,
3. Mengetahui aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam mengemas berita dalam bentuk video,
4. Mengembangkan kemampuan *hard skill* dan *soft skill* penulis sehingga dapat dijadikan acuan ketika ingin melamar pekerjaan,
5. Mengetahui, melihat, dan berupaya mengimplementasikan *mobile journalism* secara teknis di media massa,
6. Mengetahui dan mempelajari bagaimana cara media massa meraih *engagement* melalui penerapan *mobile first mindset*.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Apabila mengacu pada kontrak yang telah disepakati dengan *IDN Times*, penulis melaksanakan praktik kerja magang selama lima bulan, yaitu 1 Agustus 2021 hingga 31 Desember 2021. Namun, praktik kerja magang yang terikat dengan kewajiban mata kuliah *Internship* hanya berlaku pada 10 Agustus 2021 hingga 1 November 2021 atau 60 hari. Sebab, bila mengacu pada prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang ditetapkan oleh kampus, penulis dapat resmi memulai praktik kerja magang jika telah mengisi KRS mata kuliah *Internship*, mengisi KM-01, dan menerima KM-02. Penulis melaksanakan KRS pada 3 Agustus 2021 dan baru menerima KM-02 pada 9 Agustus 2021. Maka, praktik kerja magang untuk mata kuliah *Internship* baru dapat dilakukan pada 10 Agustus.

Saat penulis mulai melaksanakan praktik kerja magang, *IDN Times* masih menerapkan *Work From Home* (WFH) karena DKI Jakarta masih menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) level 4. Namun, sejak Senin, 27 September 2021, penulis diwajibkan untuk melakukan *Work From Office* (WFO) setiap Senin. Sedangkan, Selasa hingga Jumat penulis diminta untuk tetap melakukan WFH kecuali apabila dibutuhkan untuk WFO.

Dalam satu minggu, penulis diwajibkan untuk melaksanakan lima hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat dengan waktu bekerja pukul 09.00 WIB—18.00 WIB. Namun, apabila pekerjaan telah selesai sebelum waktu yang ditentukan, penulis diperbolehkan untuk mengakhiri pekerjaan. Begitu pula sebaliknya, apabila terdapat *breaking news* atau suatu kegiatan tambahan lainnya, penulis harus siap untuk bekerja di luar waktu yang telah ditetapkan.

Saat bekerja di rumah, waktu pelaksanaan kerja magang lebih fleksibel. Selain praktik kerja magang, penulis juga menjalankan tugas sebagai asisten praktikum (Aspra) untuk tiga kelas mata kuliah *Mobile and Social Media Content Production* dan satu kelas mata kuliah *Video Program Production* serta mengikuti dua mata kuliah lainnya, yaitu *Seminar on Final Project Proposal* dan *Reporting Sports*.

Atas seizin pembimbing lapangan, setiap Selasa penulis baru dapat memulai pekerjaan pukul 14.00 WIB, Kamis baru dapat memulai pekerjaan pukul 11.00 WIB, dan dapat mengambil waktu rehat bekerja untuk melaksanakan kelas atau kegiatan aspra pada Senin dan Jumat. Pembimbing lapangan hanya berpesan agar dalam satu hari, seluruh target pekerjaan harian dapat terselesaikan.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Setelah melaksanakan perkuliahan semester enam, yakni Juni 2021, penulis mulai mempersiapkan materi yang akan digunakan untuk melamar praktik kerja magang, seperti daftar riwayat hidup (CV) dan portofolio karya. Selain itu, penulis juga mulai melakukan riset terkait praktik kerja magang dengan bertanya dengan kakak tingkat. Harapannya, riset tersebut dapat menjadi bekal penulis sebelum melaksanakan praktik kerja magang.

Penulis mulai melakukan pengiriman lamaran via surat elektronik (Surel) pada 18 Juni 2021. Penulis mengirimkan lamaran praktik kerja magang kepada dua media massa, yaitu *IDN Times* melalui alamat surel [hi@idntimes.com](mailto:hi@idntimes.com) dan [career@idntimes.com](mailto:career@idntimes.com) dan *Kompas.com* melalui LinkedIn. Pada *IDN Times*, penulis melamar sebagai *video editor*, sedangkan pada *Kompas.com*, penulis melamar sebagai *video journalist*.

Selanjutnya, pada Kamis, 24 Juni 2021 pukul 17.18 WIB, penulis dihubungi oleh Creative Video Manager *IDN Times*, Fiqih

Damarjati melalui WhatsApp. Dalam pesan tersebut, ia memperkenalkan diri dan menanyakan sejumlah hal, seperti perencanaan praktik kerja magang, kemampuan menyunting video, dan kemampuan menggunakan kamera.

Setelah satu minggu tidak ada konfirmasi kelanjutan rekrutmen, Rabu, 7 Juli 2021, penulis kembali menghubungi Fiqih Damarjati melalui WhatsApp untuk memperoleh konfirmasi. Harapannya, apabila tidak diterima di *IDN Times*, maka penulis akan segera mengirimkan lamaran praktik kerja magang di media massa lain. Namun, ternyata penulis diterima sebagai anggota magang tim video *IDN Times* sebagai *video editor*. Dalam proses rekrutmen, penulis tidak melewati tahap wawancara baik secara tatap muka ataupun telewicara.

Sesudah itu, Fiqih Damarjati menjelaskan terkait pekerjaan yang akan penulis lakukan, waktu pelaksanaan kerja, hingga prosedur kerja *IDN Times* lainnya. Penulis resmi memulai melakukan praktik kerja magang sejak Senin, 2 Agustus 2021. Awalnya, kontrak untuk melakukan praktik kerja magang hanya empat bulan, yaitu 1 Agustus 2021 hingga 30 November 2021. Namun, pada 1 November 2021, penulis melakukan perpanjangan kontrak hingga 31 Desember 2021 atas permintaan pembimbing lapangan, Reynaldy Wiranata.