



### **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 III

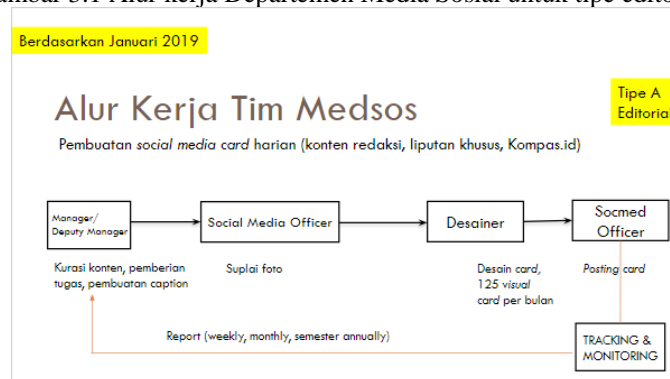
### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama magang di Departemen Media Sosial, penulis bertugas sebagai sebagai *video content creator*. Penulis berkedudukan langsung dalam pengawasan di bawah *social media manager, deputy manager, editorial social media officer,* dan *business social media officer* dari tim Departemen Media Sosial. Tugas sehari-hari yang penulis lakukan yaitu merancang dan memproduksi konten-konten untuk akun media sosial harian *Kompas*. Jenis pekerjaan yang dilakukan penulis yaitu melakukan riset seputar artikel terdahulu dan konten-konten harian *Kompas* lainnya untuk mencari ide dan referensi, merekam video untuk kebutuhan visual dari konten tersebut, menyunting hasil rekaman, dan mengisi *voice over* suatu konten.

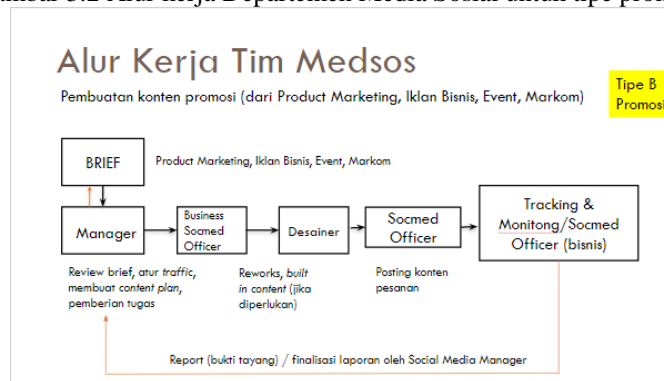
Kegiatan penulis dalam merancang dan memproduksi konten tersebut berfokus pada pembuatan konten untuk platform Instagram dan Tiktok walaupun terdapat beberapa macam konten yang diunggah juga ke platform media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, dan YouTube. Konten video yang dikerjakan oleh penulis yaitu bentuk pengemasan ulang dari artikel terbitan *Kompas.id*. Berikut alur-alur kerja yang dilakukan oleh Departemen Media Sosial harian *Kompas*:

Gambar 3.1 Alur kerja Departemen Media Sosial untuk tipe editorial



Sumber: dokumentasi Departemen Media Sosial (2020)

Gambar 3.2 Alur kerja Departemen Media Sosial untuk tipe promosi



Sumber: dokumentasi Departemen Media Sosial (2020)

Dalam merancang dan memproduksi konten, penulis melakukan koordinasi bersama Cecilia Gandes selaku *social media manager*, Vina Rizqia selaku *editorial social media officer*, dan Antonius Sulistyو selaku *business social media officer*. Koordinasi tersebut berupa penugasan untuk memproduksi konten-konten mendatang, diskusi untuk merevisi penugasan konten, dan penentuan waktu untuk evaluasi mingguan. Koordinasi dilakukan melalui grup WhatsApp bersama rekan magang lainnya dan surel untuk pengiriman penugasan dan *briefing*.

Gambar 3.3 Pengiriman hasil penugasan oleh penulis melalui WhatsApp



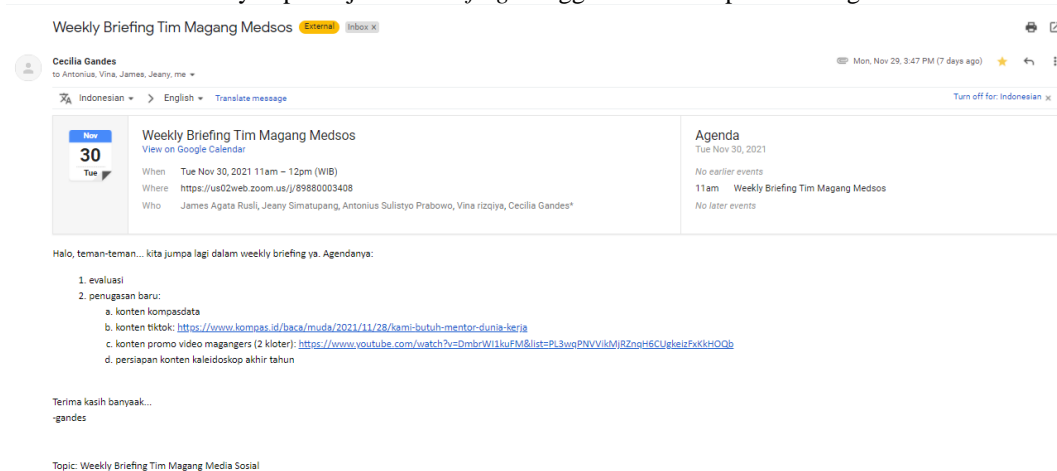
Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.4 Penyampaian revisi oleh tim pembimbing melalui WhatsApp



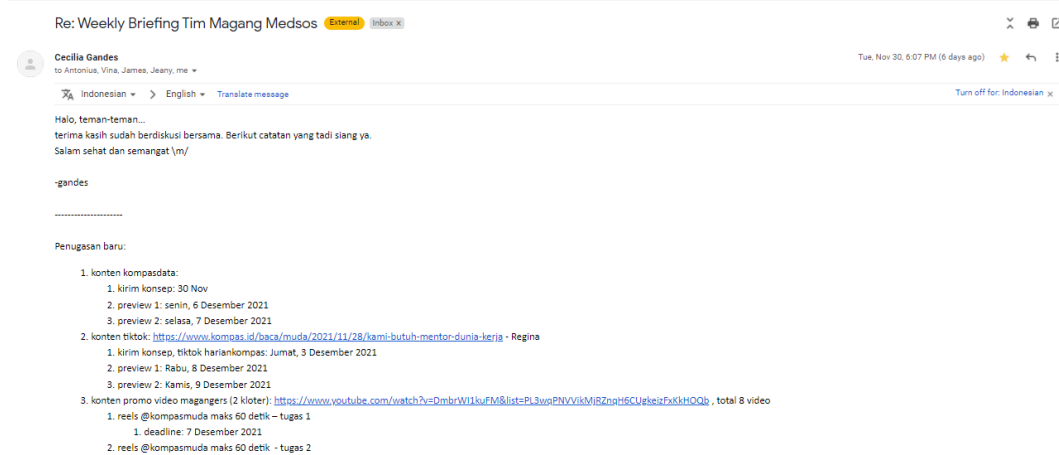
Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.5 Penyampaian jadwal *briefing* mingguan oleh tim pembimbing melalui surel



Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.6 Penyampaian penugasan oleh tim pembimbing melalui surel



Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Namun, pengiriman *preview* untuk tugas yang dikerjakan oleh tim pemegang juga disampaikan melalui WhatsApp. Lalu, tim pembimbing melalui WhatsApp juga membagikan hasil pantauan percakapan di media sosial untuk memicu ide dari tim pemegang dalam bekerja.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan utama yang penulis lakukan yaitu merancang konsep konten media sosial dan melakukan proses produksi konten tersebut. Penulis bersama dua rekan magang lainnya memiliki tugas untuk mengemas kembali artikel yang sebelumnya sudah diterbitkan di *Kompas.id* menjadi bentuk konten media sosial yang menghibur dan mengikuti *tren*. Selain mengemas ulang artikel *Kompas.id*, konten yang diproduksi juga dapat seputar peringatan hari besar tertentu, ulasan buku, dan rekomendasi tontonan.

Artikel dan/atau jenis konten yang akan diproduksi tim pemegang sudah ditentukan terlebih dahulu oleh tim pembimbing. Namun, tim pembimbing juga membebaskan kepada tim pemegang untuk mencari dan memberikan ide atau referensi lain untuk dijadikan konten.

Tabel 3.1 Rincian pekerjaan per minggu yang dilakukan oleh penulis

Minggu	Pekerjaan
1 (2 September - 8 September)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendapat penugasan mencari minimal 10 referensi konten media sosial kategori video yang menarik (<i>news</i> atau <i>non-news</i>) dan cocok untuk media sosial harian <i>Kompas</i></li> <li>2. Pengerjaan tugas mencari minimal 10 referensi konten media sosial kategori video yang menarik (<i>news</i> atau <i>non-news</i>) dan cocok untuk media sosial harian <i>Kompas</i> Rapat Departemen Media Sosial (daring)</li> </ol>
2 (9 September - 15 September)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengerjaan tugas mencari minimal 10 referensi konten media sosial kategori video yang menarik (<i>news</i> atau <i>non-news</i>) dan cocok untuk media sosial harian <i>Kompas</i></li> <li>2. Mendapat penugasan oleh tim pembimbing mengenai insight konten untuk redaksi Komunitas dan Budaya</li> <li>3. Pengerjaan dan pengumpulan tugas mengenai pengusulan insight konten untuk redaksi Komunitas dan Budaya</li> </ol>
3 (16 September - 22 September)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengerjaan dan pengumpulan tugas mencari minimal 10 referensi konten media sosial kategori video yang menarik (<i>news</i> atau <i>non-news</i>) dan cocok untuk media sosial harian <i>Kompas</i></li> <li>2. Evaluasi dan briefing daring pada pukul 11.00 WIB</li> <li>3. Mendapat penugasan Reels Kompas Klasika “Belajar Fotografi”, IGTV Kompas Muda “Sejarah Kopi di Sumatera Utara” untuk Hari Kopi Sedunia, dan IGTV Kompas Muda “Apa yang terjadi ketika kita kurang tidur?” untuk Hari Kesehatan Mental Sedunia</li> <li>4. Tim pemegang diskusi untuk konsep konten</li> <li>5. Proses shooting untuk materi video tugas Reels Kompas Klasika “Belajar Fotografi” (<i>PIC</i> oleh rekan magang)</li> <li>6. Proses shooting untuk materi video tugas IGTV Kompas Muda “Sejarah Kopi di Sumatera Utara” untuk Hari Kopi Sedunia (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> </ol>
4 (23 September - 29 September)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyampaian konsep tugas IGTV <i>Kompas Muda</i> “Sejarah Kopi di Sumatera Utara” untuk Hari Kopi Sedunia (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>2. Proses <i>shooting</i> untuk materi video tugas Reels <i>Kompas Klasika</i> “Belajar Fotografi” dilanjutkan (<i>PIC</i> oleh rekan magang)</li> <li>3. Proses <i>shooting</i> untuk materi video tugas IGTV <i>Kompas Muda</i> “Sejarah Kopi di Sumatera Utara” untuk Hari Kopi Sedunia dilanjutkan (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>4. Penyampaian preview tugas IGTV <i>Kompas Muda</i> “Sejarah Kopi di Sumatera Utara” untuk Hari Kopi Sedunia (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>5. Melakukan presentasi hasil penugasan mencari minimal 10 referensi konten media</li> </ol>

	sosial kategori video yang menarik ( <i>news</i> atau <i>non-news</i> ) dan cocok untuk media sosial harian <i>Kompas</i>
<b>5 (30 September - 6 Oktober)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses <i>shooting</i> untuk materi video tugas IGTV <i>Kompas Muda</i> “Apa yang terjadi ketika kita kurang tidur?” untuk Hari Kesehatan Mental Sedunia (<i>PIC</i> oleh rekan magang)</li> <li>2. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 16.30 WIB</li> <li>3. Mendapat penugasan video <i>office tour</i>, membuat list rekomendasi buku bacaan dari drama “Hometown Cha Cha Cha” dan Reels harian <i>Kompas</i> “Hak Asasi Binatang Sedunia”</li> <li>4. Penyampaian referensi untuk penugasan konten video <i>office tour</i> (<i>PIC</i> oleh penulis dan rekan magang)</li> <li>5. Mendapat penugasan untuk menonton “Hometown Cha Cha Cha” dan membuat list rekomendasi buku bacaan dari drama “Hometown Cha Cha Cha” (<i>PIC</i> oleh penulis dan rekan magang)</li> </ol>
<b>6 (7 Oktober - 13 Oktober)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusi dan memantau produksi konten selanjutnya</li> <li>2. Penyampaian konsep dan <i>rundown</i> untuk video <i>office tour</i> (<i>PIC</i> oleh penulis rekan magang)</li> <li>3. Proses <i>shooting</i> untuk materi video tugas konten video <i>office tour</i> di Menara Kompas (<i>PIC</i> oleh penulis dan rekan magang)</li> </ol>
<b>7 (14 Oktober - 20 Oktober)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perekaman <i>voice over</i> untuk tugas Reels harian <i>Kompas</i> “Hak Asasi Binatang Sedunia” (<i>PIC</i> oleh rekan magang)</li> <li>2. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 11.00 WIB</li> <li>3. Mendapat penugasan Reels <i>Kompas Data</i> “Peringatan Hari Sumpah Pemuda dari Setiap Masa” dan nge-story-in momen <i>interview online</i> calon pemegang <i>batch</i> selanjutnya untuk tim pemegang</li> <li>4. Penyampaian konsep tugas Reels <i>Kompas Data</i> “Peringatan Hari Sumpah Pemuda dari Setiap Masa” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>5. Penyampaian perubahan rencana produksi konten bertemakan “Hometown Cha Cha Cha” oleh tim pembimbing</li> </ol>
<b>8 (21 Oktober - 27 Oktober)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses produksi untuk tugas Reels <i>Kompas Data</i> “Peringatan Hari Sumpah Pemuda dari Setiap Masa” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>2. Penyampaian preview tugas Reels <i>Kompas Data</i> “Peringatan Hari Sumpah Pemuda dari Setiap Masa” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>3. Diskusi dan memantau produksi konten selanjutnya</li> <li>4. Penyampaian ide/referensi tambahan untuk pembuatan konten</li> <li>5. Penyampaian tugas setor video Instagram <i>Kompas Muda</i> konten story momen FGD calon pemegang <i>batch</i> selanjutnya</li> </ol>

<p><b>9 (28 Oktober - 3 November)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyimak artikel-artikel di <i>Kompas.id</i> yang membahas tentang Facebook sekarang ganti nama</li> <li>2. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 11.00 WIB</li> <li>3. Mendapat penugasan Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Pahlawan” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>4. Penyampaian konsep tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Pahlawan” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>5. Diskusi dan memantau produksi konten selanjutnya</li> </ol>
<p><b>10 (4 November - 10 November)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses produksi untuk tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Pahlawan” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>2. Penyampaian <i>preview</i> tugas untuk tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Pahlawan” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>3. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 11.0 WIB</li> <li>4. Mendapat penugasan Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Ayah”, rekomendasi buku Litera Pustaka, dan rekomendasi drama Korea</li> <li>5. Penyampaian hasil revisi untuk tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Pahlawan” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>6. Penyampaian konsep untuk tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Ayah” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> </ol>
<p><b>11 (11 November - 17 November)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses produksi dan penyampaian <i>preview</i> untuk tugas Reels <i>Kompas Muda</i> dan Tiktok harian <i>Kompas</i> “Hari Ayah” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>2. Diskusi dan memantau produksi konten selanjutnya</li> </ol>
<p><b>12 (18 November - 24 November)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyampaian konsep untuk tugas konten rekomendasi buku Litera Pustaka dan dua tema rekomendasi drama Korea (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>2. Proses produksi dan penyampaian <i>preview</i> konten rekomendasi buku Litera Pustaka (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>3. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 11.00 WIB</li> <li>4. Penyampaian <i>preview</i> hasil revisi konten rekomendasi buku Litera Pustaka (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>5. Proses produksi merekam <i>voice over</i> untuk konten rekomendasi drama Korea tema bahasa Korea (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>6. Proses produksi untuk tugas konten Reels <i>Kompas Muda</i> “Pesan-pesan Universal HAM yang Dipotret dalam Drama Korea” (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>7. Penyampaian <i>preview</i> bagian pertama <i>voice over</i> untuk konten rekomendasi drama Korea tema bahasa Korea (<i>PIC</i> oleh penulis)</li> <li>8. Proses produksi untuk tugas konten Reels</li> </ol>



	<p><i>Kompas Muda</i> “Pesan-pesan Universal HAM yang Dipotret dalam Drama Korea” (PIC oleh penulis)</p> <p>9. Penyampaian preview untuk tugas konten Reels <i>Kompas Muda</i> “Pesan-pesan Universal HAM yang Dipotret dalam Drama Korea” (PIC oleh penulis)</p> <p>10. Penyampaian <i>caption</i> untuk konten rekomendasi buku Litera Pustaka (PIC oleh penulis)</p>
13 (25 November - 1 Desember)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyampaian <i>caption</i> untuk konten rekomendasi drama Korea (PIC oleh penulis)</li> <li>2. Penyampaian hasil revisi untuk tugas konten Reels <i>Kompas Muda</i> “Pesan-pesan Universal HAM yang Dipotret dalam Drama Korea” (PIC oleh penulis)</li> <li>3. Diskusi dan memantau produksi konten selanjutnya</li> <li>4. Proses produksi merekam <i>voice over</i> untuk konten rekomendasi drama Korea tema bahasa Korea (PIC oleh penulis)</li> <li>5. Penyampaian <i>preview</i> bagian kedua <i>voice over</i> untuk konten rekomendasi drama Korea tema bahasa Korea (PIC oleh penulis)</li> <li>6. Evaluasi dan <i>briefing</i> daring pada pukul 11.00 WIB</li> <li>7. Mendapat penugasan Reels <i>Kompas Data</i> “Memahami Sembilan Kluster Perilaku Audiens Berita Digital” (PIC oleh rekan magang)</li> <li>8. Proses shooting untuk materi video tugas Reels <i>Kompas Data</i> “Memahami Sembilan Kluster Perilaku Audiens Berita Digital” (PIC oleh rekan magang)</li> </ol>

Sumber: olahan penulis (2021)

Saat memberikan penugasan, tim pembimbing sudah menentukan *person in charge* (PIC) dari tim pemegang untuk bertanggung jawab atas suatu konten. Namun, tim pemegang diperbolehkan untuk saling melakukan diskusi dalam perancangan hingga produksi konten. PIC dari suatu konten dapat berjumlah satu sampai dua orang pemegang.

Setelah penulis mendapatkan penugasan konten, penulis mencari artikel atau materi lainnya dari *Kompas.id* dan memahami isinya untuk dijadikan sebagai sumber utama isi konten. Kemudian, penulis membuat rancangan konsep berdasarkan referensi konten yang penulis temukan. Asistensi konsep oleh tim pembimbing dilakukan setelah konsep sudah selesai dan dibuat penulis. Setelah

itu, penulis membuat konten sesuai konsep yang sudah diasistensi tim pembimbing.

### **3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Dalam melaksanakan kerja magang, penulis bertugas untuk mengerjakan kegiatan yang tergolong ranah jurnalistik, yaitu mulai dari melakukan proses pengumpulan informasi, merekam/*shooting* video, menyunting/*editing* video, sampai dengan penyebaran informasi. Selama melakukan tugas magang, penulis juga menemukan pembelajaran kuliah yang dapat diterapkan, yaitu perkuliahan *Digital Videography* dan *Mobile and Social Media Journalism*.

Melalui *Digital Videography*, salah satu pembelajarannya yaitu pergerakan kamera. Jadi, penulis dapat menerapkan teknik pengambilan dan *editing* video tersebut selama magang. Lalu, melalui *Mobile and Social Media Journalism*, penulis dapat menerapkan cara mengumpulkan dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Berikut uraian tugas dan kendala penulis selama pelaksanaan kerja magang, yaitu.

#### **3.3.1 Konsep dan Tugas**

Selama magang 64 hari, penulis menjadi *video content creator* untuk media sosial harian *Kompas*. Salah satu penugasannya yaitu membuat konten untuk Hari Kopi Sedunia. Penulis ditugaskan untuk merencanakan konsep konten tersebut dan mengambil gambar untuk kebutuhan videonya.

Proses perencanaan konsep yang dilakukan oleh penulis yaitu terdiri dari membuat naskah untuk *voice over* dan *subtitle* narator, membuat perencanaan gambar dan ukuran *frame* yang akan diambil, musik latar untuk video, dan durasi video. Dalam pembuatan konsep dan produksi konten, penulis juga dibantu oleh rekan-rekan magang dan tim pembimbing. Rekan-rekan magang membantu penulis dalam memberikan saran mengenai konsep yang dirancang, proses *editing* video, dan menuliskan *caption* untuk ditulis dalam unggahan media sosial. Lalu, tim pembimbing membantu penulis dalam memberikan koreksi untuk naskah dan perencanaan gambar yang akan diambil.

Gambar 3.7 Tampilan halaman pertama dan kedua dari perencanaan konten

**IGTV Kompas Muda "Toba, Kisah Kopi yang Mendunia"**

**Treatment:**  
Script 90"-120"

Menurut William Marsden, pejabat perusahaan Hindia Timur Britania, kopi Sumatera sudah umum ditanam saat penyebarannya pada tahun 1771, seabad sebelum kopi berkembang. Namun, dalam bukunya yang berjudul "The History of Sumatra", ia menuliskan kualitas kopi masih buruk karena kurangnya perawatan dan pengolahan.

Tahun 1878, penanaman kopi sudah mulai menyebar dari daerah Serdang Hulu dan budidyaanya berhasil pada tahun 1890. Selanjutnya pada 1899, kebun kopi sudah berada di Bandar Baru Sibolang. Pertumbuhan ekonomi kawasan Barus Hulu dan Toba pun menjadi berkembang.

Sekarang, kopi asal Sumatera sudah menjadi salah satu kopi andalan dunia. Sebut saja kopi Mandheling, kopi Lintong, sampai dengan kopi Sigarantung, masing-masing memiliki cita rasa istimewa dengan karakter, aroma, dan tingkat keasaman yang beragam.

Hasil penelitian Pujiatmika menyatakan, cita rasa kopi itu spesial karena hasil ditanam di sekeliling Danau Toba. Namun, walaupun sama-sama ditanam di sekeliling Danau Toba, kawasan penanaman tiap kopi tetap berkaitan terhadap hasil cita rasa yang berbeda-beda. Kopi Lintong di kawasan curah hujan tinggi. Kopi Mandheling di kawasan curah hujan sedang hingga tinggi.

Oh ya, kopi menjadi sumber perekonomian keluarga petani kopi di Sumatera. Hasil penjualan kopi berubah manis, mulai untuk ambil biaya sekolah sampai untuk bayar utang.

VISUAL	SUBTITLE & VO	DURASI
1. Extreme long shot kebun kopi 2. Very wide shot kebun kopi dan petani kopi 3. Wide shot petani kopi  <i>Karena footage-nya kopi Toraja, bisa disubtitl dengan email footage perijinan ke rumah nenek untuk ambil lanskap Sumatera supaya tetap ada kontiks Sumatera utara.</i>	Menurut William Marsden, pejabat perusahaan Hindia Timur Britania, kopi Sumatera sudah berkembang seabad sebelum dia melakukan penyebarannya di Sumatera pada tahun 1771.	15"

1. Mid shot petani kopi dan tanaman kopi	Namun, dalam bukunya yang berjudul "The History of Sumatra",	5"
1. Medium close up tanaman kopi <i>Footage bisa berupa biji kopi close up.</i>	ia menuliskan kualitas kopi masih buruk karena kurangnya perawatan dan pengolahan.	5"
1. Extreme wide shot Danau Toba angle 1 2. Very wide shot Danau Toba angle 2  <i>Seandainya enggak lewat Danau Toba waktu ke rumah nenek, pakai stock foto.</i>	Tahun 1878, penanaman kopi sudah mulai menyebar dari daerah Serdang Hulu	10"
1. Wide shot budaya lokal (untuk menggambarkan latar budaya Sumatera)  <i>Dikaitasi dengan stock foto aktivitas budidaya di Sumatera</i>	dan budidyaanya berhasil pada tahun 1890.	5"
1. Wide shot kedai kopi 2. Wide shot kedai kopi dan pegawai kedai 3. Mid shot pegawai kedai mengolah kopi	Selanjutnya pada tahun 1899, kebun kopi sudah berada di Bandar Baru Sibolang. Pertumbuhan ekonomi kawasan Barus Hulu dan Toba pun menjadi berkembang.	15"
1. Mid shot pajangan kopi 2. Medium close up pagangan kopi	Sekarang, kopi asal Sumatera sudah menjadi salah satu kopi andalan dunia. Mulai dari kopi Mandheling, kopi Lintong, sampai dengan kopi Sigarantung memiliki cita rasa istimewanya masing-masing.	10"
1. Wide shot penjunjung kedai	Tiga kopi tersebut memiliki cita rasa istimewanya	15"

Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.8 Tampilan halaman ketiga dan keempat dari perencanaan konten

2. Mid shot penjunjung kedai menikmati kopi 3. Medium close up menikmati kopi	masing-masing dengan karakter, aroma, dan tingkat keasaman yang beragam. Hasil penelitian Pujiatmika menyatakan	
1. Medium close up gelas kopi angle 1	cita rasa kopi itu spesial karena hasil ditanam di sekeliling Danau Toba.	5"
2. Medium close up gelas kopi angle 2	Walaupun sama-sama ditanam di sekeliling Danau Toba,	5"
1. POV shot petani kopi lihat cuaca 2. Weather shot cuaca tempat kebun kopi angle 1	kawasan penanaman tiap kopi tetap berkaitan terhadap hasil cita rasa yang berbeda-beda.	10"
1. Weather shot cuaca tempat kebun kopi angle 2  <i>Bisa dari footage Kopi Toraja</i>	Kopi Lintong di kawasan curah hujan tinggi.	5"
1. Noddy shot respon cuaca petani kopi	Kopi Mandheling di kawasan curah hujan sedang hingga tinggi.	5"
1. Over the shoulder shot petani kopi dan keluarga	Kopi menjadi sumber perekonomian keluarga petani kopi di Sumatera.	5"
1. Two shot anak-anak petani (untuk menggambarkan tentang pembayaran sekolah)  <i>Stock foto/video anak2.</i>	Hasil penjualan kopi berubah manis, mulai untuk biaya sekolah sampai untuk bayar utang.	5"

**SCRIPT**  
March of the Toy Soldiers - Mike #tck

March of the Toy Soldiers - Mike #tck

0:00 0:10 0:20 0:30 0:40 0:50 1:00 1:10 1:20 1:30 1:40 1:50 2:00

**Footage 90"-120" (still on going)**  
[Click here to see more](#)

**Caption IG TV Kompas Muda "Toba, Kisah Kopi yang Mendunia"**

Selamat Hari Kopi Sedunia!

Sobat Muda, apakah kalian penikmat kopi?

Dari berbagai jenis kopi di dunia, kira-kira adakah kopi nusantara yang masuk ke dalam list kopi favorit kamu?

Di Sumatera Utara, beragam jenis kopi hadir dengan karakter dan aroma yang khas. Menurut William Marsden, penanaman kopi di Sumatera Utara mulai menyebar pada tahun 1878 dari daerah Serdang Hulu.

Pada tahun 1890, budidaya kopi berhasil sehingga dapat membantu pertumbuhan ekonomi di beberapa daerah seperti Serdang Hulu dan Toba. Saat ini, kopi dari Sumatera menjadi salah satu kopi andalan dunia, lo.

Yuk, simak video selengkapnya untuk mengetahui bagaimana perjalanan kopi di Sumatera Utara.

Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Topik yang dipilih oleh penulis untuk konten Hari Kopi Sedunia yaitu mengenai kopi Sumatera Utara. Alasan penulis memilih topik tersebut yaitu karena terdapat artikel yang menarik dan lengkap di *Kompas.id* yang membahas tentang kopi Sumatera Utara dan lokasi penulis yang saat itu sedang berada di Sumatera Utara dapat menjadi kesempatan baik dalam proses pengambilan gambar-gambar yang relevan. Artikel *Kompas.id* yang berjudul "Toba, Kisah Kopi yang Mendunia" menjadi sumber utama informasi di konten video tersebut.

Penulis membaca artikel tersebut terlebih dahulu sebelum membuat rancangan kontennya. Perancangan konten dibuat berdasarkan informasi-informasi yang tersedia dalam artikel terkait.

Untuk perencanaan *shooting*, penulis merencanakan hal-hal apa saja dan ukuran *frame* seperti apa yang akan ditampilkan. Perencanaan tersebut dibuat penulis setelah melakukan riset dan mendapatkan referensi dari video-video peliputan mengenai kopi yang tersedia di internet. Penulis melakukan *shooting* di wilayah Pematang Siantar, Danau Toba, dan Pulau Samosir untuk mendapatkan materi gambar. Penulis melakukan *shooting* di tiga wilayah tersebut karena bertepatan dengan momen penulis yang saat itu sedang melakukan perjalanan dari Pematang Siantar ke Rianiate.

Beberapa gambar yang penulis ambil yaitu antara lain seperti gambar Danau Toba untuk menampilkan wilayah Sumatera Utara, rumah adat untuk menampilkan budaya Sumatera Utara, dan minuman kopi untuk menampilkan kopi yang sedang dinikmati. Pengambilan gambar minuman kopi dilakukan penulis di Kedai Kopi Sedap yang berlokasi di Pematang Siantar. Pengambilan gambar Danau Toba dilakukan penulis saat menyeberang dari Pelabuhan Parapat ke Pelabuhan Tomok. Lalu, pengambilan gambar rumah adat dilakukan penulis di kampung adat Ambarita, Samosir.

Selain itu, penulis juga merencanakan ukuran *frame* yang hendak digunakan untuk *shooting*. Jenis ukuran *frame* dalam videografi yaitu *extreme close up*, *big close up*, *close up*, *medium close up*, *medium shot*, *full shot*, dan *long shot* (Bonafix, 2011, p. 852).

Ukuran *frame* yang digunakan oleh penulis, yaitu *extreme close up*, *big close up*, *medium shot*, *full shot*, dan *long shot*. Beberapa adegan hasil *shooting* penulis, yaitu.

Gambar 3.9 Adegan biji kopi yang diambil dengan ukuran *close up* yang menampilkan objek secara jelas



Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.10 Adegan keluarga petani yang diambil dengan ukuran *medium close up* agar menampilkan rupa subjek



Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Gambar 3.11 Adegan menimbang kopi yang diambil dengan ukuran *medium shot* agar menampilkan kegiatan seseorang sedang menakar porsi kopi untuk dijual



Sumber: dokumentasi penulis (2021)

Lalu, penulis juga menggunakan *footage* lainnya dari peliputan kopi terdahulu milik akun YouTube harian *Kompas* untuk menambahkan kelengkapan video yang tidak bisa didapatkan penulis karena keterbatasan mobilitas akibat kebijakan PPKM. Gambar-gambar tersebut yaitu antara lain seperti gambar tanaman kopi, proses penggilingan kopi, dan varian biji kopi lainnya.

Setelah dilakukan proses produksi dan diasistensi tim pembimbing, konten Hari Kopi Sedunia dipublikasikan melalui Facebook, Instagram, dan YouTube. Selain konten Hari Kopi Sedunia, penulis juga bertugas untuk membuat delapan konten lainnya dengan pengemasan dan pendistribusian yang berbeda-beda.

Tujuan dari diunggahnya konten-konten video tersebut ke media sosial yaitu untuk meningkatkan lalu lintas situs web *Kompas.id*. Masyarakat menjadi jarang untuk berkunjung ke situs web sebuah pemberitaan. Aktivitas media sosial yang menarik dari suatu akun milik media massa dapat menjadi dorongan utama dalam mengarahkan audiens untuk mengunjungi situs web media tersebut. Hal itu dikarenakan audiens ingin kelanjutan informasi dari unggahan media sosial yang dia lihat sebelumnya (Adornato, 2018, p. 244).

Jurnalis yang ingin berkembang penting untuk melakukan pengujian terhadap tiap perkembangan baru dalam mengemas konten unggahan karena tidak ada buku mengenai hal tersebut (Adornato, 2018, p. 279). Jurnalis juga dituntut agar kreatif dan cepat untuk melakukan inovasi terhadap tampilan informasi dan berita yang dibuat (Puspita dan Suciati, 2020, p. 138). Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis juga melakukan hal yang sama terhadap penugasan konten-konten lainnya.

### **3.3.2 Kendala dan Solusi**

Terdapat kendala yang dialami penulis sama magang. Kendala yang dialami penulis yaitu keterbatasan informasi yang dapat diperoleh penulis mengenai *engagement* dari konten yang diproduksi dan diunggah di akun-akun media sosial harian *Kompas*. Penulis hanya dapat memantau *engagement* melalui jumlah *likes* dan *comments* yang memang dapat dilihat secara terbuka oleh umum.

Pantauan *engagement* yang lebih rinci, seperti seputar *accounts reached* dan *content interactions* hanya dapat diakses oleh tim pembimbing. Pantauan *engagement* yang rinci dapat menjadi acuan yang jelas bagi penulis untuk pembuatan konten selanjutnya. Sebab, pantauan tersebut menginformasikan tentang jenis konten yang sesuai dan/atau disukai oleh audiens.

Solusi untuk mengatasi kendala tersebut yaitu penulis diinformasikan oleh tim pembimbing secara lisan saat evaluasi rutin mengenai pantauan *engagement* tiap konten yang diproduksi tim pemegang. Tujuan tim pembimbing menyampaikannya yaitu untuk mengapresiasi penugasan tim pemegang dan untuk memicu ide dari tim pemegang dalam proses produksi konten-konten selanjutnya.