



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

Eksistensi media massa tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi. Teknologi yang kian berkembang turut memajukan media massa itu sendiri (Respati, 2014, p. 40). Nur (2021, p. 51) menyebut media massa termasuk ke dalam media komunikasi yang memiliki peran sebagai perantara dalam penyampaian dan penyebaran informasi. Media massa umumnya dibagi menjadi tiga, yakni media cetak (koran dan majalah), media elektronik (radio dan televisi), dan media *online* (*website* dan media sosial). Media massa modern menawarkan produktivitas, efisiensi, kecepatan, dan lintas batas (Respati, 2014, p. 40). Hal ini juga dikenal dengan konvergensi media. Straubhaar et al. (2012, p. 8) mendefinisikan konvergensi media sebagai sebuah fenomena di mana terjadi integrasi antara media masa, komputer, dan telekomunikasi. Dengan adanya konvergensi, memungkinkan adanya platform informasi yang dapat memuat ataupun mendistribusikan berbagai bentuk komunikasi, seperti teks, audio, dan video dalam waktu yang bersamaan (Straubhaar et al., 2012, p. 24).

Seiring berkembangnya teknologi, media massa juga berubah. Modernisasi media tidak terlepas dari platform yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Dahulu, media hanya terbatas pada beberapa platform untuk menyebarkan berita, seperti televisi, radio, ataupun koran. Kini, media berkembang ke berbagai platform modern, contohnya media sosial. Menurut Flew (2008) dalam Respati (2014, p. 41), kehadiran media sosial menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah masuk ke berbagai aspek dalam kehidupan. Distribusi pesan melalui internet dinilai lebih praktis dan dapat lebih menjangkau khalayak luas dibandingkan dengan media konvensional.

Berdasarkan data dari We Are Social (2021), pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 sebanyak 202,6 juta. Angka ini mengalami kenaikan sekitar 16% atau sekitar 27 juta antara tahun 2020 dan 2021. Sementara itu, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta pada Januari 2021. Angka ini juga mengalami

penambahan antara tahun 2020 dan 2021, yakni sebesar 6,3% atau sekitar 10 juta pengguna. Secara global, Facebook menjadi platform sosial dengan pengguna terbanyak pertama. Di posisi kedua sebagai platform sosial dengan pengguna terbanyak adalah YouTube. Sementara itu, Instagram, TikTok, dan Twitter menempati peringkat kelima, ketujuh, dan ke-16 (We Are Social, 2021). Melihat data tersebut, banyak media berita yang kemudian memanfaatkan berbagai platform sosial sebagai sarana distribusi pesan dan informasi ke khalayak.

Proses produksi dan distribusi berita melalui media *online* disebut juga dengan jurnalisme *online*. Menurut Foust (2005) dalam Muliawanti (2018, p. 86) terdapat beberapa kelebihan dan kekuatan dari jurnalisme *online* sebagai berikut.

1. *Audience Control*
Audiens dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin dikonsumsi
2. *Nonlinearity*
Berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga pembaca tidak harus membaca secara berurutan.
3. *Storage and Retrieval*
Berita dapat disimpan dan dapat diakses kembali kapan saja oleh khalayak.
4. *Unlimited Space*
Jumlah berita yang didistribusikan tidak terbatas sehingga informasi juga dapat dimuat secara lengkap.
5. *Immediacy*
Informasi dapat tersampaikan secara cepat dan langsung kepada khalayak.
6. *Multimedia Capability*
Media dapat memasukkan teks, audio, dan visual secara lengkap dan mudah diterima oleh masyarakat.
7. *Interactivity*
Memungkinkan adanya interaksi antara pembaca dan media.

Salah satu media yang memiliki keunggulan di atas adalah media sosial. Kaplan & Haenlein (2010, p. 61) mendefinisikan media sosial sebagai

sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibuat dengan menggunakan teknologi web 2.0 dan memungkinkan terjadinya pembuatan ataupun pertukaran konten antarpengguna. Beberapa media sosial yang populer digunakan untuk mencari informasi pada masa ini antara lain, Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok. Adapun platform media sosial lain yang sering digunakan untuk mencari dan menyebarkan informasi adalah YouTube. Platform YouTube dianggap dapat menyediakan informasi yang lengkap, tetapi juga murah karena video-videonya dapat ditonton tanpa membayar (Putri, 2021, p. 67). Adapun yang menganggap bahwa YouTube adalah televisi masa kini dengan perangkat yang lebih sederhana (Putri, 2021, p. 67).

Salah satu media di Indonesia yang sudah melebarkan sayapnya ke berbagai platform media sosial adalah *Kompas.com*. Sebagai salah satu pionir munculnya media *online* di Indonesia, selain melalui laman resminya di *www.kompas.com*, terdapat beberapa media sosial yang digunakan oleh *Kompas.com* untuk menyebarkan berita, di antaranya Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube. Adapun baru-baru ini *Kompas.com* mulai mencoba platform media sosial baru, yaitu TikTok. Melalui platform-platform tersebut, *Kompas.com* memanfaatkan konten berjenis video sebagai metode untuk menyebarkan berita yang kemudian disebut dengan video berita.

Karena produksinya sedikit berbeda dengan berita yang berbentuk tulisan, dibutuhkan entitas yang bertanggung jawab dalam pembuatan konten video berita di *Kompas.com*. Entitas yang bertugas untuk membuat konten video berita di *Kompas.com* disebut dengan *Video Journalist*. Jenis video berita yang diproduksi di *Kompas.com* bermacam-macam jenisnya, ada yang bersifat *soft news*, *feature*, *hard news*, atau bahkan *straight news*. Video berita yang bersifat *soft news* dan *feature* cenderung didistribusikan ke platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Sementara itu, untuk video berita yang bersifat *hard news* dan *straight news* cenderung diunggah ke platform media sosial YouTube.

Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk melihat sekaligus terlibat secara langsung dalam proses produksi video berita di *Kompas.com*. Penulis memilih media *Kompas.com* sebagai tempat di mana penulis menerapkan ilmu yang telah penulis pelajari selama proses perkuliahan karena *Kompas.com*

merupakan salah satu media *online* tertua di Indonesia dan sudah dikenal kredibilitasnya oleh masyarakat luas.

Melalui praktik kerja magang ini, penulis ingin mengetahui tentang bagaimana praktik sebagai seorang *Video Journalist* di *Kompas.com* yang bertanggung jawab dalam mengemas berita ke dalam bentuk konten video sekaligus menyebarkannya ke berbagai platform media sosial dengan tetap mempertahankan keutuhan, kelengkapan, dan keakuratan berita. Untuk melihat hal ini, penulis melakukan pengamatan pada dua kanal YouTube milik *Kompas.com*, yakni Kompascom Reporter on Location (KROL) dan Kompas.com. Adapun Instagram @kompascom, Facebook Kompas.com, dan TikTok @kompascom. Selain itu, penulis juga berharap melalui praktik kerja magang di *Kompas.com* ini, penulis bisa menambah wawasan dan keahlian sebagai seorang *Video Journalist* dalam memproduksi video berita.

Melalui laporan ini, penulis akan menjelaskan mengenai apa saja yang sudah penulis kerjakan dan dapatkan selama menjalani praktik kerja magang sebagai seorang *Video Journalist* di *Kompas.com*. Laporan ini akan menjelaskan mengenai tugas dan kewajiban seorang *Video Journalist* dalam memproduksi video berita di platform media sosial milik *Kompas.com*. Penulis juga akan memaparkan mengenai proses dan alur kerja *Video Journalist* dalam memproduksi video berita, mulai dari tahap praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Selain itu, melalui laporan ini penulis juga akan memaparkan mengenai kendala dan solusi yang penulis rasakan selama menjalani praktik kerja magang sebagai seorang *Video Journalist* di *Kompas.com*.

1.1 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang adalah bagian dari pembelajaran di perkuliahan yang bertujuan mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi individu yang mampu bersaing di dunia kerja. Dalam kerja magang di *Kompas.com*, penulis mendapatkan pengalaman praktik langsung dalam industri media dan berkesempatan untuk menerapkan materi-materi yang selama ini telah penulis pelajari selama perkuliahan.

Lebih lanjut, praktik kerja magang yang penulis lakukan di *Kompas.com* bertujuan untuk:

1. mempelajari secara langsung peran *Video Journalist* di media daring;
2. memahami alur kerja *Video Journalist* secara langsung;
3. memahami strategi *Kompas.com* dalam meningkatkan *engagement*, baik di kanal YouTube maupun platform media sosial;
4. menerapkan dan mengevaluasi materi-materi yang telah dipelajari selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara berdasarkan pengalaman kerja magang.

1.2 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara mewajibkan setiap mahasiswa untuk melaksanakan praktik kerja magang selama minimal 60 hari kerja. Perhitungan masa praktik kerja magang dimulai ketika mahasiswa telah mengisi KM-01 dan mendapat KM-02 dari pihak program studi. Penulis mulai melaksanakan praktik kerja magang di *Kompas.com* sejak 27 Juli 2021. Namun, penulis baru mendapat KM-02 dari program studi pada 12 Agustus 2021. Dengan demikian, administratif perkuliahan, penulis baru terhitung melaksanakan kerja magang di *Kompas.com* terhitung sejak 12 Agustus 2021 hingga 2 November 2021.

Karena selama pelaksanaan kerja magang masih berada di situasi pandemi Covid-19, berdasarkan kebijakan dari *Kompas.com* seluruh pekerjaan dilakukan dari rumah atau *work from home* (WFH). *Kompas.com* sendiri memiliki jam kerja yang teratur setiap harinya. Hari kerjanya adalah Senin – Minggu dengan sistem piket pada hari libur dan sistem *shift* di hari Senin – Jumat. *Shift* pagi dimulai pukul 08.00 – 17.00 WIB, sedangkan untuk *shift* sore dimulai pukul 16.00 – 23.00 WIB. Setiap orang akan secara bergiliran ditempatkan di *shift* pagi dan sore, demikian juga dengan penulis.

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis juga melaksanakan kegiatan perkuliahan dengan satu mata kuliah, yaitu *Research Proposal Seminar in Journalism* di hari Senin pukul 14.00 – 17.00 WIB. Oleh karena itu, setiap hari Senin penulis diizinkan untuk menjalani magang setengah hari,

yakni dari pukul 08.00 – 13.00 WIB. Setelahnya, penulis diizinkan untuk mengikuti perkuliahan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang telah diatur dan ditulis dalam buku Panduan Magang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, penulis menuliskan dan menjelaskannya sebagai berikut.

1. Mengirimkan lamaran magang di *Kompas.com* sebagai *Video Journalist* melalui surat elektronik pada 8 Juli 2021. Bersamaan dengan lamaran tersebut, penulis juga mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio yang telah dipersiapkan sebelumnya.
2. Pada 14 Juli 2021, pihak HR *Kompas.com* membalas lamaran yang penulis kirimkan dan mengundang penulis untuk mengikuti wawancara pada 16 Juli 2021. Dalam wawancara tersebut, penulis diwawancara oleh *user* dari *Kompas.com*.
3. Setelah tahap wawancara, pada 20 Juli 2021 pihak HR menghubungi penulis melalui telepon WhatsApp untuk memberitahu bahwa penulis diterima untuk mengikuti magang di *Kompas.com* sebagai *Video Journalist*. Berdasarkan pemberitahuan tersebut, penulis akan mulai magang pada 27 Juli 2021.
4. Pada 27 Juli 2021 pagi, penulis bersama dengan para produser dan mahasiswa magang lainnya mengikuti *briefing*. Dalam *briefing* tersebut para produser menjelaskan gambaran kerja sebagai *Video Journalist* di *Kompas.com*. Dalam *briefing* tersebut juga dijelaskan bahwa penulis diberi tugas untuk mengolah minimal 1-2 video per hari.
5. Pada 8 Agustus 2021, penulis mengisi KM-01 melalui Google Form sesuai dengan Panduan Aplikasi Kartu Magang di Fakultas Ilmu Komunikasi yang dikirimkan oleh pihak Fakultas Ilmu Komunikasi melalui surat elektronik.

6. Setelah mengisi KM-01, penulis mendapat KM-02 yang dikirimkan melalui surat elektronik pada 10 Agustus 2021 dengan nomor surat 092/S.Peng/Intern-JR/VIII/2021.
7. Selanjutnya, penulis meminta kepada pihak *Kompas.com* untuk mengirimkan *acceptance letter*. Surat tersebut dikirimkan oleh pihak *Kompas.com* kepada penulis pada 12 Agustus 2021 dengan nomor surat 799/GoMed/HRDigital-Eks/VIII/2021.
8. Setelah mendapatkan KM-02 dan *acceptance letter*, di tanggal yang sama, penulis mengisi *form* yang ada di laman www.my.umn.ac.id.
9. Selama proses magang, penulis mengisi KM-04 dan KM-05 sebagai bukti absensi dan kegiatan kerja penulis di *Kompas.com* sebagai *Video Journalist* setiap harinya.
10. Selain melaksanakan magang, penulis juga melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing magang yang telah ditetapkan oleh program studi, yaitu Taufan Wijaya, S.Sos., M.A.