

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Televisi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Televisi merupakan gabungan dari media audio dan visual yang bersifat informatif dan memberikan hiburan. Masyarakat juga banyak yang menghabiskan waktunya untuk menonton acara televisi. Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti musik, film, *talkshow*, dan lain-lain.

Awal mula perkembangan televisi, tak dapat dipisahkan dari penemuan dasar hukum gelombang elektromagnetik pada era komunikasi elektronik yang ditemukan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday (1831). Di tahun 1840, Peter Goldmark berhasil menciptakan televisi warna dengan resolusi yang mencapai 343 baris. Kemudian di tahun 1876, George Carey menciptakan Selenium Camera yang digambarkan dapat membuat seseorang melihat gelombang listrik. Tahun 1881, para insinyur memperkenalkan konsep Teleponskop. Teleponskop merupakan suatu konsep gabungan antara telepon dan pengiriman gambar yang bergerak. Paul Nikow, seorang ilmuwan asal Jerman, berhasil mengirim gambar elektronik dengan menggunakan kepingan logam yang disebut Teleskop Elektrik dengan resolusi 18 garis pada 1884. Friedrich Reinitzeer, ahli botani Austria, pada 1888 menemukan cairan kristal (*liquid crystals*) Cairan kristal ini nantinya yang akan menjadi bahan baku dalam pembuatan LCD. Pada tahun 1897, seorang ilmuwan asal Jerman yang bernama Karl Ferdinand Braun berhasil menciptakan Tabung Sinar Katoda (CTR). Ini merupakan tabung pertama yang diciptakannya. Kodak mematenkan temuan OLED sebagai peralatan *display* pertama kali pada 1897. Barulah pada tahun 1900 istilah Televisi pertama kali digunakan oleh Constatin Perskyl, asal Rusia, saat acara Pameran Teknologi Dunia atau *International Congress of Electricity* di Paris.

Selain televisi, ada juga media sosial yang tergolong sebagai media baru. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi secara pesat, tentu media juga mengalami perubahan. Menurut McQuail (2011) yang dikutip dari buku *Teori Komunikasi Massa*, media baru merupakan teknologi komunikasi digital dan ketersediaannya luas, sehingga memungkinkan untuk digunakan sebagai alat komunikasi. Media baru juga terasosiasikan dengan internet sehingga penggunaannya dapat mengaksesnya dengan mudah. Dengan semakin canggihnya teknologi dan jangkauan internet yang semakin luas, maka dapat memunculkan jurnalisme daring. Dengan demikian, media konvensional pun juga dapat bertransisi dan beradaptasi dengan media baru untuk melakukan jurnalisme daring.

Menurut Craig (2005) yang dikutip dari buku *Online Journalism*, jurnalisme daring merupakan proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video, serta memungkinkan pembaca untuk membaca kembali berita yang telah lewat. Karena adanya media baru, media konvensional beradaptasi menuju digital. Platform distribusi untuk konten-konten terkait juga sudah semakin banyak. Sehingga, penyebaran konten menjadi lebih luas dan tidak terbatas, pengguna bisa menikmati konten-konten tersebut kapan saja. Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial, kini produk jurnalistik juga mulai disebarluaskan melalui platform media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, dan lainnya.

Menurut Hermida (2012, p. 313) yang dikutip dari skripsi Meghan Levana (2020) yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial dalam Praktik Jurnalisme di Media Konvensional: Studi Kasus pada Radio Surabaya”, keberadaan media sosial sebagai platform bagi audiens untuk berpartisipasi dalam praktik kerja jurnalistik membuat jurnalis mengadaptasi media sosial dalam praktik kerjanya. Tak bisa dipungkiri bahwa media sosial telah menjadi salah satu bagian dalam proses pengumpulan informasi yang dilakukan oleh jurnalis. Hermida juga berpendapat bahwa jurnalis telah memandang audiens sebagai sumber informasi tambahan yang dapat menyediakan berbagai bukti pendukung saat jurnalis tidak berada di lokasi kejadian, seperti foto, saksi mata, rekaman suara, ataupun video amatir.

Salah satu media konvensional yang juga aktif di media sosial adalah *Indosiar*. *Indosiar* merupakan salah satu jaringan televisi swasta nasional di Indonesia. Awalnya, *Indosiar* didirikan dan dikuasai oleh Salim Group. Pada tahun 2004, *Indosiar* adalah bagian dari PT. Indonesia Karya Media Tbk (sebelumnya bernama PT Indovisual Citra Persada) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (dahulu Bursa Efek Jakarta). Pada 13 Mei 2011, mayoritas saham PT Indosiar Karya Media Tbk telah dibeli oleh PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk, pemilik *SCTV* (melalui SCM sebelum bergabung dengan IDKM). Kini kedua stasiun televisi tersebut berada di bawah naungan yang sama.

Dalam pelaksanaan magang, penulis ditempatkan di posisi *social media intern*. Penulis belajar untuk menyeleksi dan mengunggah produk jurnalistik berbasis multimedia, seperti foto, video, ataupun teks yang tentunya sesuai dengan kaidah jurnalistik. Selain itu, penulis juga memiliki minat di bidang media sosial. Selama tiga bulan pelaksanaan kerja magang, *Indosiar* menerapkan sistem *Work From Home* (WFH) dikarenakan pandemi COVID-19.

Meskipun *Indosiar* telah mengalami perkembangan pesat dalam menghadirkan berbagai program-program acaranya, tetapi *Indosiar* bisa dibilang masih terlambat dalam mengurus media sosialnya. Hal ini dikarenakan akun media sosial tempat penulis melakukan magang baru muncul pada April 2021 lalu. Mungkin saat itu masih banyak masyarakat yang belum mengenal media sosial, sehingga mereka hanya mengandalkan televisi dan radio saja sebagai media untuk memperoleh informasi. Ini tentu menjadi pertimbangan bagi penulis untuk melakukan magang. Selain itu, *Indosiar* saat ini memang hanya fokus pada program-program acara televisi terbaru saja. Akun-akun media sosial masing-masing program acara digunakan hanya sebagai bentuk promosi saja.

Oleh karena itu, penulisan laporan magang ini akan menjelaskan mengenai alur kerja dari divisi media sosial *Indosiar* yang sesuai dengan kaidah jurnalistik dan praktik magang yang telah ditempuh penulis selama 90 hari, serta ilmu yang didapatkan selama belajar di universitas.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini merupakan kewajiban yang harus dilakukan bagi seluruh mahasiswa program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara yang sedang berada di semester 7. Kerja magang ini juga menjadi salah satu syarat kelulusan mata kuliah JR-738 Internship dan juga Strata-1 (S1). Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut.

1. Mendapatkan pengalaman kerja di media dan mengetahui seluk beluk media.
2. Memenuhi syarat kelulusan Strata (S1), Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan dalam meningkatkan *engagement* pada media sosial seperti *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube*.
4. Menerapkan ilmu-ilmu jurnalistik yang sudah dipelajari di kampus saat bekerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu yang ditetapkan oleh UMN dalam pelaksanaan kerja magang sebenarnya adalah 60 hari kerja, tetapi *Indosiar* menerapkan kerja magang selama 90 hari kerja (3 bulan). Penulis mulai magang pada tanggal 12 Agustus 2021-11 November 2021. Waktu mulai bekerja magang adalah pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Namun, terkadang waktu selesai bekerja bisa lebih dari pukul 17.30 WIB. Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan dengan sistem WFH.

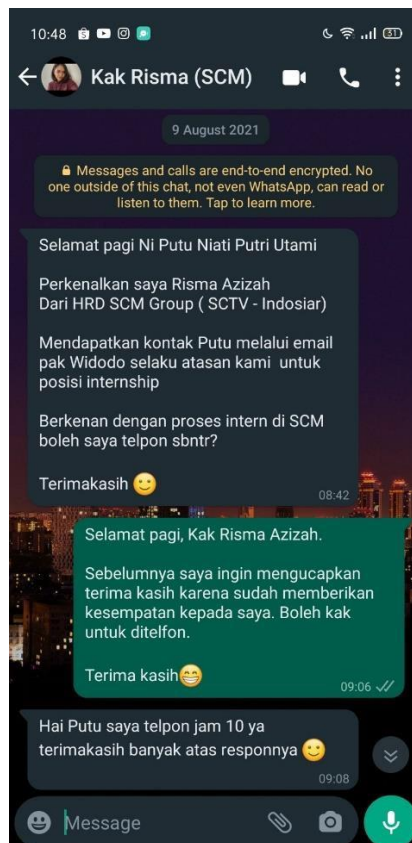
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan magang di *Indosiar*, penulis terlebih dahulu mencoba melamar di berbagai media daring seperti *Kompas.com*, *IDN Times*, *Detik.com*, *Magdalene*, *High End Magazine*, *Pop Bella*, *Elle*, *Narasi TV*, *CNN Indonesia*, *Hops.id*, dan berbagai media lainnya. Bahkan penulis juga sempat mencoba melamar di radio seperti *Delta.fm*, *Prambors*, *Pop.fm*, dan *Heart.fm*. Namun, semuanya tidak mendapatkan balasan sama sekali. Semua itu dilakukan oleh penulis terhitung sejak 21 Juli 2021-6 Agustus 2021. Ada pula media yang

membalas bahwa mereka belum membuka kembali slot untuk magang.

Pada 7 Agustus 2021, penulis mendapatkan info dari kerabat bahwa *Indosiar* sedang mencari anak magang. Penulis langsung diberikan email oleh kerabat untuk segera menghubungi HRD dari *Indosiar*. Penulis juga langsung mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke HRD Surya Citra Media (SCM) yang bernama Pak Widodo. Lalu, pada tanggal 9 Agustus 2021, penulis mendapatkan chat WhatsApp dari salah satu tim HRD SCM yang bernama Kak Risma terkait posisi untuk *internship*.

Gambar 1.1 Tim HRD *Indosiar* menghubungi penulis



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah itu, penulis ditelepon oleh Kak Risma pada pukul 10.00 WIB untuk menjelaskan proses magang dan cara kerja dari divisi yang akan penulis tempati. Lalu, Kak Risma mengatakan bahwa CV penulis di *accept* oleh Kepala dari Tim Divisi Media Sosial *Indosiar* yang bernama Frans Josua Sitohang atau yang dipanggil Kak Jo. Penulis lalu melakukan *interview* pada 10 Agustus 2021 via *Zoom*.

Gambar 1.2 *Link Zoom Untuk Interview Magang*



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Setelah melakukan *interview*, sore harinya sekitar pukul 17.00 WIB, penulis dikabarkan kembali oleh Kak Risma bahwa penulis diterima magang di *Indosiar*. Dua hari kemudian, tepatnya Kamis, 12 Agustus 2021, penulis resmi bergabung dengan *Indosiar* di divisi *Social Media*. Lalu, penulis mengurus berkas-berkas magang terlebih dahulu.

Pada 13 Agustus 2021, penulis mengajukan surat magang (KM 01) yang kemudian dikirimkan surat pengantar kerja magang (KM 02) oleh pihak kampus. Penulis mengirimkan surat pengantar kerja magang kepada HRD *Indosiar* untuk ditukarkan dengan surat penerimaan magang. Setelah penulis menerima surat penerimaan magang, penulis mengunduh beberapa *form*, seperti Kartu Kerja Magang (KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Formulir Realisasi Kerja Magang (KM-05), Form Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).