

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berita berbasis video diawali dengan adanya kemajuan teknologi, sehingga membuat media mulai menjangkau audiens baru khususnya di dunia digital. Salah satunya sebuah media daring yang menjadi sumber untuk memperoleh informasi yang dengan mudah diakses oleh publik. Berita yang disajikan berbentuk video memiliki efek visual yang ditampilkan. Dalam pembuatannya, berita yang berbasis video dibuat oleh berbagai orang yakni produser, *video journalist*, dan editor.

Video sendiri adalah alat multimedia yang digemari oleh audiens karena memudahkan masyarakat untuk bisa lebih memahami sebuah berita, penyusunan dalam pembuatan video adalah gambar yang bergerak, teks untuk narasi, dan juga suara latar (Wendratama, 2017, p.84). Hal itu menjadi penguat alasan platform Youtube, menjadi sarana yang paling banyak digunakan oleh audiens di Indonesia, karena bentuknya video. Media sendiri harus menyesuaikan audiens dalam adanya ketersediaan informasi dan kecepatan yang diinginkan oleh audiens (Nilsson et al., 2001, p. 38).

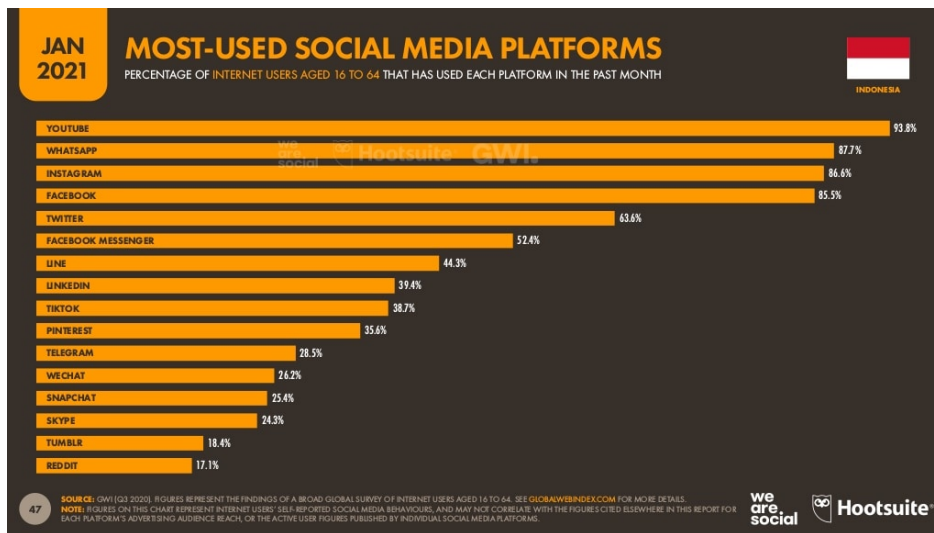
Media jurnalistik berkembang dan memunculkan model terbaru yang menjadi bentuk dari sebuah inovasi dan menjadi salah satu alternatif dari model-model terdahulu. Begitu juga dengan media daring yang juga menjangkau audiens lebih besar dengan menghadirkan berita yang berbasis video.

Berita video menjadi salah satu hal yang penting bagi sebuah industri media karena bisa menjadi cara untuk membangun loyalitas para pemirsanya. Di Asia sendiri ditemukan sekitar 93% orang yang menyaksikan sebuah berita yang berbasis video karena terlihat lebih menarik, serta sebanyak 96% responden dari Indonesia menyebutkan bahwa berita video lebih meningkatkan pemahaman mereka mengenai sebuah pemberitaan ( *Video Akan Berperan Penting Di Media Online | Dailysocial*, n.d., para. 4)

Contoh lainnya di Indonesia, platform video yakni, Youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. *Hootsuite* dan *We Are Social*

per Januari 2021, merilis bahwa pengguna Youtube di Indonesia sebanyak 170 juta orang, atau sekitar 93,8 persen dari total keseluruhan populasi yakni 181,9 juta masyarakat di Indonesia yang menggunakan internet di usia 16 hingga 64 tahun (*Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights*, n.d.).

Gambar 1.1 Statistik Pengguna Youtube di Indonesia



Sumber: Data Reportal

Audiens yang mendominasi pada platform Youtube juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi berbagai media membuat berita yang berbentuk video dan membagikannya di kanal Youtube mereka. Selain itu, format video lebih mudah dimaknai oleh audiens karena dilengkapi dengan gambar dan audio. Fenomena ini juga menjadi faktor mengapa media membuat berita berformat video. Kelebihan dari berita yang berbasis video mengakibatkan adanya perubahan minat publik dalam mengonsumsi berita yang awalnya mengonsumsi berupa teks beralih ke visual.

Oleh karena itu, penulis memilih untuk menjadi *video journalist* di Skor Indonesia, dan penulis masuk ke dalam divisi produksi video. seorang *video journalist* merupakan seseorang yang serba bisa karena harus menjalankan berbagai tugas yakni, reporter, editing, kameramen, dan menyajikan sebuah konten berbentuk video ('Tugas Video Jurnalis, Dari Siapkan Tripod Sampai Jadi

Produser', n.d., para. 1). Hal ini membuat penulis tertarik untuk menjadi *video journalist* karena posisi tersebut dapat membuat penulis mempelajari berbagai kemampuan di bidang jurnalistik. *Video journalist* tak hanya sekedar mengambil gambar di lapangan dan melakukan *editing* video, tetapi peran *video journalist* juga bisa mencari dan menentukan sebuah ide berita, melakukan penyusunan *storyline*, melakukan wawancara, menyusun transkrip hasil wawancara, dan melakukan proses *editing*. *Video journalist* bisa membuat penulis meningkatkan kemampuan di berbagai aspek yang berkaitan dengan proses produksi berita dalam bidang jurnalistik, mulai dari *editing* video, *editing* foto, menulis skrip berita, mengoperasikan kamera, dan mengoperasikan perangkat audio, serta melakukan *voice over*.

Audiens tak hanya tertarik pada perbedaan bentuk berita, tetapi audiens juga tertarik dengan tema-tema pemberitaan yang diangkat oleh media. *Sex* (seks), *scandal* (skandal) dan *sport* (olahraga) menjadi tema di kesatuan 3S yang efektif untuk menarik audiens (Muktiyo, 2011, p. 18). Oleh karena itu ketiga berita tersebut menjadi pembahasan yang sering diangkat oleh media. Salah satunya adalah pembahasan mengenai olahraga yang di berbagai media Indonesia, mulai dari media cetak dan media daring ditemukan kanalnya tersendiri hingga berbagai media yang hanya berfokus membahas olahraga.

Secara umum jurnalisme olahraga adalah salah satu ranah di jurnalistik yang membahas, meliput, serta memproduksi berita yang berkaitan dengan dunia olahraga. Berita olahraga menjadi sebuah informasi yang dibutuhkan masyarakat karena sifatnya menghibur.

*TopSkor* menjadi salah satu media olahraga yang membanggakan, karena pernah mendapatkan sebuah penghargaan tahun 2010, hal ini karena *TopSkor* dinilai berpengaruh cukup baik dalam memerdekakan olahraga di tanah air. Selain *TopSkor*, ada media serupa di Indonesia yang hanya menyajikan pemberitaan mengenai olahraga, yakni *IndoSport*, *Bola.com*, *Bola.net*, *Goal.com*. Media-media tersebut menyediakan berbagai konten jurnalisme olahraga mancanegara dan nasional, baik dalam bentuk teks, foto, dan video.

Dengan adanya pemberitaan mengenai olahraga membuat masyarakat tahu cara untuk berolahraga yang baik dan mengetahui perkembangan serta capaian

olahraga dalam negeri maupun luar negeri, hal ini membuat masyarakat menantikan berita olahraga karena ingin melihat pemberitaan tersebut (BeritaSatu.com, n.d., para. 1).

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Skor Indonesia karena penulis ingin meningkatkan kemampuan di dalam bidang produksi berita video, mulai dari editing video, meliput video berita, serta membuat berita yang dikemas dalam bentuk video dan audio terutama mengenai olahraga. Selain itu, Skor Indonesia juga mengangkat pemberitaan olahraga yang mana menjadi salah satu pembahasan yang digemari oleh masyarakat.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Pelaksanaan sebagai *video journalist* di media Skor Indonesia dilakukan dengan beberapa tujuan yang nantinya ingin dicapai dengan mempraktikkan ilmu-ilmu jurnalistik yang telah dipelajari, yakni sebagai berikut;

1. Ingin menambah pengetahuan mengenai proses produksi berita video, mulai dari melakukan *voice over* hingga *editing* video.
2. Ingin mengasah kemampuan menulis naskah video berita olahraga pada media Skor Indonesia.
3. Ingin mendapatkan pengetahuan terhadap jurnalisme olahraga khususnya sebagai *video journalist* secara langsung dari profesional yang telah lebih dulu bekerja di bidang jurnalistik.
4. Ingin memperdalam praktik dari jurnalisme olahraga dan bagaimana cara mengeksekusinya.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **a. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Skor Indonesia selama tiga bulan, dimulai pada 30 Agustus 2021 dan berakhir pada 29 November 2021. Praktik kerja magang di Skor Indonesia menerapkan sistem campuran, *work from home* (WFH) dan *work from office* (WFO). Dalam seminggu penulis datang ke kantor Skor Indonesia sebanyak dua kali yaitu pada hari Selasa dan Kamis.

Sementara itu, untuk jam dan durasi kerja tergantung pada sistem yang diterapkan. Pada saat WFH, penulis biasanya mulai memproduksi konten pada pukul 08.00 WIB dan selesai pada pukul 15.00 WIB. Tetapi saat WFO, penulis masuk mulai pukul 13.00 WIB hingga 20.00 WIB.

#### **b. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktek kerja magang sebagai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada beberapa perusahaan pada akhir Juli 2021. Dari beberapa perusahaan tersebut, penulis mendapat jawaban dari Skor Indonesia pada 18 Agustus 2021 melalui pesan WhatsApp. Pada tanggal 19 Agustus 2021, *Head of Video Production*, Skor Indonesia menghubungi penulis, serta mewawancarai penulis melalui fitur telepon aplikasi WhatsApp. Kemudian pada tanggal 20 Agustus 2021 penulis resmi diterima magang di Skor Indonesia serta mendapat surat keterangan magang.

Pada surat keterangan magang dari Skor Indonesia tertulis bahwa penulis memulai praktik kerja magang di Skor Indonesia pada 23 Agustus. Namun, penulis terlebih dahulu diberikan orientasi dan arahan oleh pendamping di Skor Indonesia pada minggu pertama yakni, 23-27 Agustus 2021. Penulis baru mulai memproduksi konten di kanal *YouTube* Skor TV pada 30 Agustus 2021.

Setelah dipastikan diterima magang di Skor Indonesia, penulis pun mengajukan KM01 melalui tautan *Google Form* pada 20 Agustus 2021. Kemudian penulis mendapatkan surat pengantar magang dari kampus (KM02) pada 23 Agustus 2021 melalui *email student*. Penulis pun langsung mengirimkan KM02 tersebut kepada Produser Senior sekaligus pendamping dari Skor Indonesia, Ikra Muhlis, pada hari yang sama. Penulis mengisi formulir dan surat keterangan magang dari perusahaan di *my.umn.ac.id* pada bagian *Self Service > Enrollment > Internship > Pre Internship > 02. Input Form KM 1/Final Comp.*