

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media daring hadir didukung dengan jaringan internet yang dapat memudahkan akses pengguna media. Media daring merupakan media berbasis telekomunikasi dan multimedia. Yang termasuk dalam kategori media daring adalah portal, *website*, media sosial, radio daring, TV daring, dan *e-mail* (Romli, 2012, p. 35).

perkembangan media daring di Indonesia diawali dengan hadirnya *Republika Online* pada 1995, kemudian disusul *Tempo Interactive* yang berdiri pada 1996. Namun, *Detik.com* merupakan pelopor dari berkembangnya media daring di Indonesia karena *Detik.com* memberikan informasi tanpa dukungan media cetak. Tak seperti media daring lainnya pada waktu itu, *detik.com* sama sekali tidak memiliki versi cetaknya (Margianto & Syafeullah, 2012, p. 17).

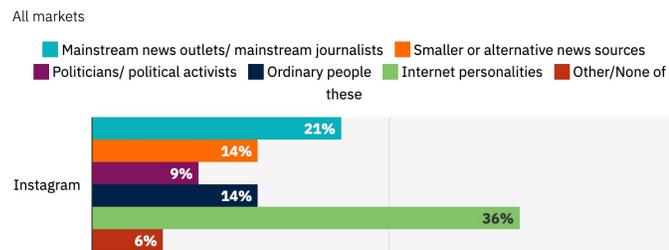
Sejak diawali kemunculan *Republika Online*, *Tempo Interactive*, dan *Detik.com*, media berbasis daring lainnya juga ikut bermunculan. Ketua Dewan Pers, Yoseph Adi Prasteyo, yang menjabat pada 2016-2019, menjelaskan bahwa keberadaan media daring di Indonesia sudah mencapai 43.300 (DewanPers, 2020, Para. 3). Masifnya perkembangan media daring di Indonesia didukung dengan pengguna internet yang terus meningkat. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Hootsuite* pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia dilaporkan mencapai 206,6 juta orang. Angka ini tumbuh 15,5 persen dari tahun sebelumnya (Novianty & Prastya, 2021, Para. 1).

Media daring memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional. Media daring mampu memproduksi konten berbasis multimedia, seperti video, foto, audio dan artikel. Selain melalui web, media daring kini dapat memperluas cakupannya dengan menggunakan media sosial (Romli, 2017, p. 37).

Reuters Institute melakukan analisis tentang penggunaan media sosial untuk mengakses berita dalam beberapa dekade terakhir. Berdasarkan analisis Reuters Institute, *platform* Instagram merupakan salah satu *platform* yang digunakan oleh konsumen untuk mengakses berita. Rata-rata pengguna *platform* Instagram adalah golongan usia muda karena mereka terbiasa mengadopsi konten berbasis visual (Simge, 2021, p. 54).

Berdasarkan data Reuters Institute, sebesar 36% konsumen mengakses media sosial untuk melihat konten yang dihasilkan oleh *social media influencer*, selebritas, aktor, dan juga musisi. Jurnalis dan organisasi media turut menghasilkan konten berita di media sosial, dan diakses oleh 21% konsumen (Simge, 2021, p. 54).

Gambar 1.1 Jumlah Pengakses Konten Media Sosial Instagram



Sumber: Reuters Institue, 2021

Maraknya misinformasi mendorong jurnalis dan organisasi media turut berkontribusi menghasilkan berita yang kredibel di media sosial. Tujuannya adalah khalayak mendapatkan informasi yang benar dan akurat saat mengakses media sosial. Konten berita yang dihasilkan oleh jurnalis dan organisasi media di media sosial dikemas dengan cara yang menarik dan menghibur. Contohnya adalah *The Guardian* yang membuat segmen “Fake or for Real” untuk membahas seputar berita hoaks atau fakta dengan menggunakan fitur *quiz* di *platform* Instagram (Simge, 2021, p. 54).

Media *Jejak Digital* adalah salah satu media berbasis digital yang memiliki saluran utama untuk distribusi konten melalui *platform* media sosial Instagram. Konten yang dihasilkan oleh media *Jejak Digital* untuk *platform* Instagram di antaranya adalah konten hiburan dan juga konten berita. Proses produksi konten video media *Jejak Digital* membutuhkan peran dari *video editor*.

Video editor memiliki peran penting dalam pembuatan konten video dapat melakukan *editing* berbasis multimedia. video editor mengumpulkan bahan materi yang sudah diberikan oleh produser untuk dijadikan satu video utuh dengan dilengkapi teks, audio, *voice over* (VO), dan juga *footage* video. Setelah selesai proses *editing*, video tersebut akan diunggah di *platform* media sosial milik *Jejak Digital*. Video editor juga memiliki peran sebagai *gatekeeper* yang bertugas untuk menyeleksi *footage* atau gambar yang akan digunakan dalam sebuah video yang akan dipublikasikan.

Format dan konsep video yang diterapkan untuk media daring adalah untuk format video, media daring umumnya memiliki format video secara vertikal dengan ukuran 9:16. Menurut Adonarto (2017), penggunaan perangkat gawai dan media sosial semakin tinggi sehingga format dalam video harus disesuaikan agar memudahkan penonton dalam mengakses konten video melalui handphone genggam. Untuk konsep video, konten video yang disajikan melalui media daring cenderung cepat dengan durasi satu hingga dua menit dan informasi yang disampaikan padat dan jelas. Selain itu, konsep video di media daring memiliki konsep video berupa animasi atau visual grafis yang bertujuan untuk memberikan daya tarik bagi penonton dan memudahkan penonton dalam menerima informasi yang disampaikan.

Penulis tertarik untuk mempraktikkan kemampuan melakukan *editing video* dan juga mempraktikkan pembelajaran tentang video jurnalistik di masa kuliah. Dengan bekal yang dimiliki oleh penulis dari kuliah, penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di *Jejak Digital* di posisi *video editor*. Penulis berharap bekal yang sudah didapatkan pada masa kuliah dapat bermanfaat di dunia kerja yang sebenarnya.

1.2 Tujuan Kerja magang

Praktik kerja magang adalah suatu kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kemampuan mahasiswa dalam dunia kerja nyata. Dalam proses kerja magang di media *Jejak Digital*, penulis mendapatkan pengalaman bagaimana alur kerja di industri media dan memiliki

kesempatan untuk mengaplikasikan materi-materi yang sudah diajarkan di masa perkuliahan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan waktu kerja magang di media *Jejak Digital* berlangsung selama 90 hari kerja, mulai 30 Juli 2021 hingga 1 November 2021. Jam kerja di media *Jejak Digital* cukup fleksibel dan tidak memiliki aturan yang ketat karena proses kerja dilakukan secara daring. Pada masa itu sedang berlangsung Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat akibat lonjakan virus Corona yang meningkat maka penulis melakukan kerja magang dari rumah atau *work from home*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berlakunya masa PPKM Darurat menyebabkan beberapa perusahaan terutama industri media tidak menerima praktik kerja magang bagi mahasiswa. Sebelum melaksanakan praktik kerja magang di media *Jejak Digital*, penulis sudah mengirimkan CV ke beberapa perusahaan media, di antaranya *Kompas Gramedia*, *Kumparan*, *IDN Times*, namun tidak membuahkan hasil yang positif.

Pada 5 Juli 2021 penulis mendapatkan informasi dari sebuah akun di Instagram yang bernama *Magangupdate* bahwa sebuah media yang bernama *Jejak Digital* sedang membuka program *internship* bagi mahasiswa. *Jejak Digital* membuka program *internship* untuk posisi *copywriter*, *graphic design*, *creative director*, video editor, sosial media, dan *videographer* dengan periode kerja magang 30 Juli 2021 hingga 1 November 2021.

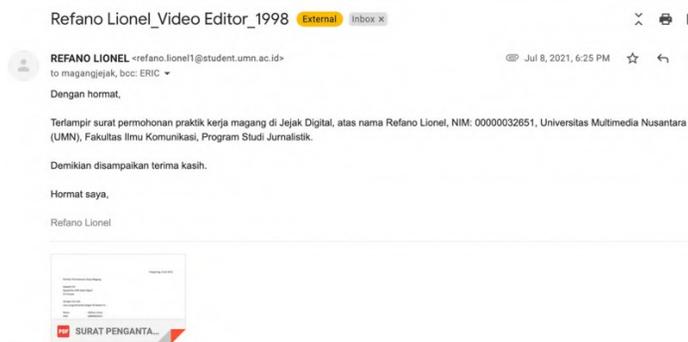
Gambar 1.2 Proses Mencari Perusahaan untuk Magang



Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah mendapatkan informasi tersebut, pada 8 Juli 2021 penulis mengirimkan surat pengantar magang yang berisikan CV dan portfolio ke email magangjejak@gmail.com. Penulis melamar praktik kerja magang di *Jejak Digital* sebagai *video editor*.

Gambar 1.3 Proses Mengirim Email ke Media Jejak Digital



Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada 13 Juli 2021 penulis mendapatkan informasi bahwa penulis terseleksi pada tahap 1 untuk program kerja magang. Dari email tersebut, penulis diarahkan untuk mengkonfirmasi jadwal wawancara ke nomor Whatsapp yang tertera di *email*. Proses konfirmasi dilakukan di hari yang sama dan pihak media *Jejak Digital* membalas pesan konfirmasi dari penulis pada 14 Juli 2021.

Gambar 1.4 Mendapatkan *Email* Lolos Seleksi Tahap 1



Sumber: Dokumentasi pribadi

Setelah mendapatkan balasan pesan Whatsapp dari media *Jejak Digital*, penulis mendapatkan jadwal untuk mengikuti *interview* pada 21 Juli 2021. Proses *interview* dilakukan secara daring melalui Google Meet.

Gambar 1.5 Proses Konfirmasi Kerja Magang melalui Whatsapp



Sumber: Dokumentasi pribadi