

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi mengharuskan jurnalisisme untuk berkembang lebih cepat. Adanya digitalisasi dalam hal teknologi serta informasi menyebabkan adanya internet yang menjadi pendorong munculnya Jurnalisme Digital (Sambo & Yusuf, 2017, p.19). Hal ini membuat munculnya media daring dari berkembangnya teknologi yang dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses berita atau informasi. Adanya cara penyampaian informasi yang selalu berubah-ubah menjadi *multiplatform* yakni, pesan yang disampaikan oleh jurnalis melalui tulisan, media audio, dan video (Fajarlie dan Sa'diah, 2021, p.1).

Kemajuan digitalisasi dalam hal inovasi internet akan memudahkan sampainya informasi secara lebih cepat dan mudah didapat (Muhammad, 2018, p.31). Informasi atau berita yang dipublikasikan oleh media daring biasanya dikemas menjadi beragam bentuk seperti, video, infografik, *podcast*, gambar atau foto Fajarlie dan Sa'diah, 2021, p.2). Tapsell (2018) mengatakan bahwa cara kerja media saat ini menerapkan strateginya agar dapat beradaptasi ke dalam bentuk media digital. Selain itu, dalam hal kecepatan informasi dan internet, transformasi media massa ke dalam bentuk digitalisasi media digital memengaruhi cara kerja jurnalis dalam pembuatan konten ke *platform* jurnalisisme (Kovach & Rosentiel, 2003, pp.87-121).

Data dari hasil riset yang dilakukan oleh *platform* manajemen media sosial *Hootsuite* dan agensi sosial *We Are Social* menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2021 telah mencapai 202,6 juta penduduk. Sementara, populasi penduduk Indonesia hanya mencapai 274,9 juta sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia menganggap bahwa internet sangat penting di kehidupannya. Melalui hasil riset tersebut, dapat diketahui bahwa dalam kehidupan saat ini masyarakat tidak terlepas dari penggunaan internet. Hal tersebut

dikarenakan masyarakat telah menilai bahwa internet dapat mempermudah segala aktivitas kesehariannya (Riyanto ,2021, para.2).

Lalu, menurut survei yang dilakukan oleh *Digital News Report 2021* yang dirilis Reuters Institute for the Study of Journalism mengenai survei kepercayaan publik, Media *CNN Indonesia* menjadi media yang mendapat tingkat kepercayaan tertinggi sebesar 68,94 persen. Disusul oleh media *Kompas* yang mendapat tingkat kepercayaan tertinggi sebanyak 66,94%. Hal ini menjadi bukti bahwa masyarakat percaya terhadap berita yang didistribusikan oleh media *Kompas*. Selain itu, televisi masih memiliki nilai yang penting bagi beberapa kalangan yang tidak memiliki akses internet dengan menjadikannya sebagai sumber berita (Javier, 2021, para.1-3).

Hasil Riset yang dilakukan oleh Deloitte berjudul “Tinggal Landas: Era Baru Berita Video di Asia”, terdapat 4.500 responden di tiga negara yakni, Indonesia, Jepang, dan China. Hasil riset menyatakan bahwa video berperan sangat penting dalam menyajikan berita di media daring (Dailysocial, 2013, p.1). Lalu, laporan tersebut menyebutkan bahwa 93% penggunaan video berita di asia sangatlah penting karena membuat berita menjadi lebih menarik. Selain itu, 96% berpendapat bahwa adanya video berita membuat masyarakat lebih mengerti sebuah berita (Dailysocial, 2013, p.3).

Dengan munculnya *platform* baru yang kuat seperti, Facebook dan YouTube, banyak media terdorong untuk dapat bereksperimen secara bebas menggunakan bentuk dan cara baru untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas (Kalogeropoulos, 2016, p.16). Karakteristik video yang dihasilkan media *online* memiliki bentuk video berisikan perpaduan antara gambar dan teks artikel berita berdurasi pendek yang memudahkan masyarakat untuk memahami informasi yang diberikan (Wendratama, 2017, p. 85).

Adanya video berita tidak terlepas dari peran video editor yang melakukan *editing*. *Video editing* merupakan pekerjaan memotong dan menggabungkan beberapa potongan gambar untuk menjadi sebuah berita yang utuh dan siap untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Hasil gambar dan suara yang sudah direkam dan didapat dengan bantuan reporter dari lapangan. Lalu, video tersebut dipotong-potong dan disusun menjadi beberapa menit. Kemudian hasil video disiarkan

menjadi berita singkat di *platform* tertentu. Biasanya video editor melakukan pekerjaan *editing* berdasarkan materi yang video editor dapatkan dari reporter di lapangan (Morissan, 2008, p.233).

Seperti media *Kompas TV* yang mengikuti perkembangan teknologi hingga saat ini serta ikut beradaptasi membentuk *platform* digital. Media *Kompas TV* ini mengajak jurnalis muda yang berpengalaman bekerja di beragam media *multiplatform* untuk mengembangkan sarana digital guna lebih menjangkau masyarakat secara lebih luas lagi. *Kompas TV* memberikan informasi tidak hanya melalui artikel *website* atau *live* televisi saja, tetapi juga memberikan informasi melalui berbagai macam media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok.

Bahkan, *Kompas TV* juga mempunyai siaran langsung pada *website* dan YouTube. Pengemasan beritanya pun dilakukan dengan verifikasi dan fakta yang ada. Bahkan *Kompas TV* tetap mengikuti tren yang ada, seperti membuat konten viral yang dapat menaikkan *engagement* pada media sosial *Kompas TV* miliki. *Kompas TV* memiliki berbagai macam jenis video berita dengan durasi yang bermacam-macam yang dirangkum secara mendalam dengan diiringi oleh fakta.

Hal tersebut membuat seorang video editor sangat dibutuhkan dalam proses pengemasan berita dalam bentuk video. Video editor dituntut untuk memberikan informasi yang jelas dan secara fakta kepada masyarakat dengan menampilkan bukti gambar untuk memperkuat informasi yang ditampilkan. Seorang video editor harus dapat mengumpulkan bahan materi yang didapat untuk disusun menjadi suatu video yang utuh dan siap untuk disampaikan ke masyarakat luas. Tidak hanya memberikan informasi kepada masyarakat, video editor juga harus dapat memilih gambar yang sesuai, membangun simpati, sempati, dan rasa emosional dengan penonton yang akan melihat video berita tersebut ditayangkan.

Penulis memilih perusahaan *Kompas TV* sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja magang karena perusahaan *Kompas TV* merupakan salah satu media televisi berita terpercaya di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan yang berkontribusi banyak dalam memberikan informasi kepada masyarakat luas di Indonesia, penulis ingin mengetahui bagaimana rasanya bekerja di perusahaan pertelevisian ternama di Indonesia. Perusahaan *Kompas TV* juga bergerak di bidang yang sesuai dengan

jurusan penulis, yaitu Jurnalistik sehingga hal tersebut membuat penulis tertarik untuk melaksanakan praktik kerja magang di *Kompas TV*. Penulis yakin dengan melaksanakan praktik kerja magang di *Kompas TV* penulis akan mendapatkan banyak pengetahuan serta pengalaman tentang cara kerja dunia pertelevisian di Indonesia serta cara media televisi mendapatkan informasi secara fakta dan pendistribusiannya sebagai berita yang layak dikonsumsi oleh masyarakat secara luas.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis ingin menggunakan ilmu yang didapat pada selama menganut beberapa mata kuliah dan juga dengan mengikuti organisasi-organisasi. Ilmu tersebut kelak dapat dipraktikkan pada saat melakukan praktik kerja magang di tim *news digital Kompas TV*. Maka dari itu, laporan ini akan menjelaskan bagaimana alur kerja video editor di *Kompas TV* khususnya pada *news digital* yang setiap harinya memproduksi video berita.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang untuk mencapai tujuan berikut:

1. Mengetahui sekaligus mencicipi realitas dunia kerja media secara spesifik dan mendalam
2. Mempraktikkan ilmu jurnalistik yang telah diperoleh di bangku perkuliahan pada mata kuliah, Videografi dan Jurnalistik TV
3. Mencari pengalaman serta mengasah kemampuan penulis sebagai video editor berita di *Kompas TV*
4. Belajar berorganisasi dan berkomunikasi di dalam lingkungan *Kompas TV*, terutama tim video editor

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di *Kompas TV* bagian *news digital* selama enam puluh hari atau sekitar tiga bulan, yakni kurang lebih 61 hari sejak 12 Januari sampai 8 April 2022.

Dalam satu pekan, penulis bekerja selama lima hari.dengan harus mengikuti shift yang telah ditetapkan oleh perusahaan di *Kompas TV*. Penulis harus masuk selama lima hari dengan jadwal libur yang bisa didapat di hari *weekdays* atau hari kerja. Dalam perusahaan *Kompas TV* terdapat tiga shift yakni, P1, P2, dan S2.

Shift penulis dalam pelaksanaan kerja magang mengikuti shift adalah pukul yakni, (P1) pukul 05.00- 14.00 WIB, (P2) pukul 09.00- 18.00 WIB dan (S3) pukul 16.00- 01.00. WIB. jam selesai kerja yakni, (P2) pada umumnya rata-rata selesai pukul antara pukul 18.00 WIB bahkan bisa lebih awal sekitar pukul 17.00 tergantung penyelesaian pengerjaan video di hari itu. Jika masuk pada shift (P1) pukul 05.00-14.00, penulis menyelesaikan pekerjaan pada pukul 14.00 dan shift (P3) pukul 16.00- 01.00, penulis menyelesaikan pekerjaan pada pukul 01.00 atau dapat lebih vepat pukul 23..00 WIB.

Karena masih adanya pandemi virus Covid-19 maka ketentuan kerja Work From Home (WFH) dan Work From Office (WFO) dibebaskan dan diberikan keringanan oleh pembimbing magang di *Kompas TV* tetapi, jika flu atau tidak enak badan disarankan tidak untuk ke kantor karenaantisipasi terpaparnya virus Covid-19.

132 Prosedur Pelaksanaan

Setelah memastikan persyaratan akademik mengambil mata kuliah Internship sudah terpenuhi, penulis lalu melakukan pengisian KRS untuk mata kuliah tersebut. Penulis memilih *job desk* menjadi editor karena pengalaman yang sudah penulis dapatkan dalam perkuliahan Jurnalistik TV dan Videografi, selain itu, penulis juga mengikuti freelance sebagai video editor. Maka dari itu penulis merasa yakin melamar sebagai video editor dengan pengalaman sudah penulis dapatkan. Dalam Penulis mulai mengirim lamaran magang lengkap dengan curriculum vitae (CV) dan portofolio yang telah disiapkan sebelumnya via surel ke beberapa perusahaan media.

Setelah itu, penulis melihat lowongan magang beberapa media yang ada di Instagram hingga akhirnya mendapatkan mengirimkan ke alamat email ke Media tersebut adalah *Kompas TV, Harian Kompas, Suara.com, Bola.com* dan

Liputan 6.com. penulis diterima dari semua media yang penulis lamar, tetapi penulis media *Kompas TV* karena media tersebut yang langsung merespon dengan cepat email penulis.

Hanya selang beberapa hari, pihak *Kompas TV* merespons positif lamaran penulis dan melalui surel menawarkan untuk bekerja magang di *news digital Kompas TV* Kemudian, penulis mengikuti proses administrasi dan tes yang dibutuhkan perusahaan. Penulis juga melengkapi Kartu Magang (KM). Setelah mengisi form KM-1, dilanjut dengan KM-2 yang kemudian dikirimkan ke perusahaan. Lalu, ada pula KM-3 hingga KM-7 yang dikirim ke pembimbing lapangan untuk ditandatangani.