

# BAB I

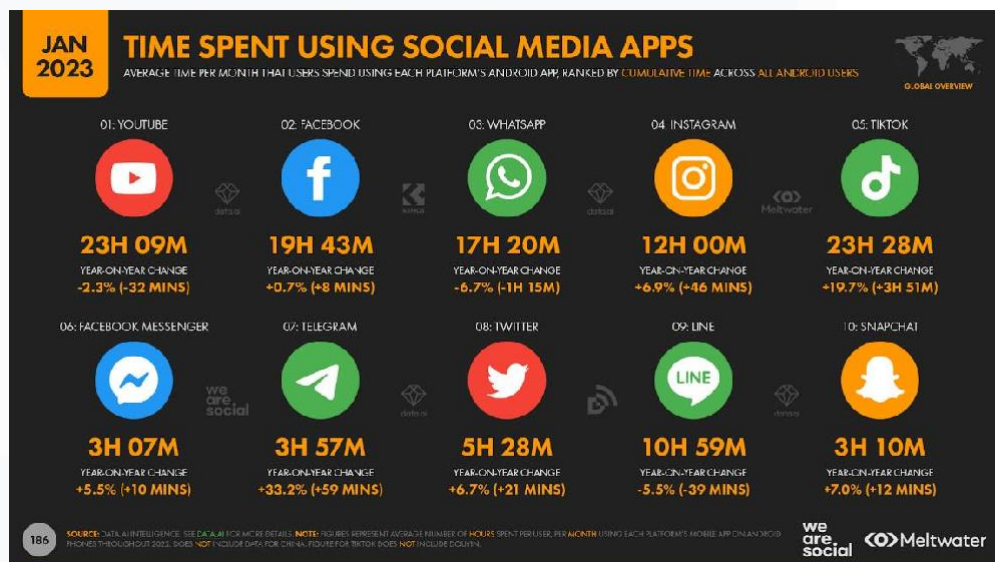
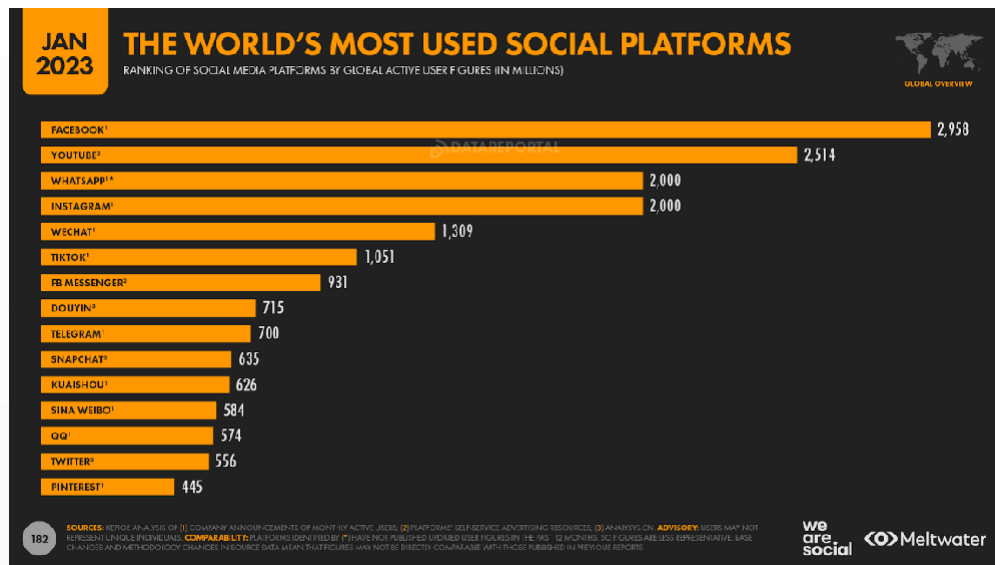
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi menyebabkan banyak perubahan dalam berbagai aspek. Ada banyak manfaat dari perkembangan ini. Tujuan dari inovasi ini adalah untuk membuat segala hal lebih mudah dan bermanfaat. Munculnya media baru adalah salah satu perubahan besar. Tidak seperti media lama, media baru memiliki sifat interaktif yang memberikan akses kepada individu sebagai penerima dan pengirim pesan (McQuail, 2011, p. 43).

Internet menjadi teknologi yang mendukung kemajuan baru dalam media massa. Seiring perkembangan teknologi, pola konsumsi media masyarakat mulai semakin berubah, media perlahan berubah dari *platform* konvensional ke *platform digital*. Media *online* mulai menggantikan media massa konvensional dan menjadi andalan bagi khalayak yang tidak memiliki cukup waktu untuk membaca surat kabar atau menonton televisi. Salah satunya portal berita *online* yang kini menjadi salah satu andalan bagi mereka yang tidak mempunyai cukup waktu untuk keduanya.

Media sosial muncul menjadi salah satu platform dari media baru bagi berita dan informasi disebarkan dengan cepat. Media sosial telah menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang di seluruh dunia. Menurut Kaplan & Haenlein (2010) media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi web 2.0, yang memungkinkan terjadinya pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna. Perkembangan teknologi dan mengubah gaya hidup manusia dalam mencari informasi dan berita.



Gambar 1.11 data pengguna media sosial tahun 2023 (atas), data waktu pengguna aplikasi media sosial tahun 2023(bawah)

sumber: *Datareportal.com*

Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2023 berdasarkan *dataportal.com* adalah sebanyak 212,9 juta pengguna dan sebanyak 167 juta pengguna internet menggunakan media sosial. Berdasarkan data dari *wearesocial* YouTube menjadi media sosial dengan pengguna kedua terbanyak setelah Facebook. Ada sebanyak 139 juta pengguna Youtube di Indonesia yang dicatat Google pada awal tahun 2023 (*dataportal.com*). YouTube juga menjadi salah satu media sosial dengan waktu pengguna terbanyak dengan waktu selama 23 jam 9 menit per bulan.

Pola konsumsi informasi masyarakat telah berubah dari saluran konvensional ke saluran online, terutama di media sosial. Salaverria (2019) mendefinisikan jurnalisme digital sebagai semua bentuk jurnalisme yang menggunakan sumber daya digital. Menurut Hill dan Lashmar (2014, p. 118), salah satu model yang dapat dihadirkan melalui dukungan multimedia di media daring adalah berita video. Mereka berpendapat bahwa berita video dapat menggabungkan elemen multimedia seperti teks, grafis, audio, dan visual.

Melihat pergeseran yang cepat dalam dunia jurnalistik, khususnya jurnalistik berbasis multimedia, penulis ingin mempelajari lebih dalam tentang jurnalistik media sosial dengan berfokus pada berita berformat video di media sosial Youtube. Untuk melakukannya, penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di *Kompas.com*, sebagai video jurnalis pada kanal YouTube.

*Kompas.com* menggunakan media sosial YouTube sebagai tempat distribusi konten berita setiap hari, puluhan berita dibuat dan didistribusikan lewat kanal YouTube *kompas.com*. Video berita dengan format *hard news* dan *feature* dikemas mengikuti algoritma yang sesuai sehingga dapat mencapai target *audience* yang lebih luas, salah satunya penggunaan fitur shorts pada YouTube. Mirip seperti media sosial Instagram maupun TikTok, Youtube shorts juga menggunakan format video yang vertikal.

Menurut Stephanidis dan Antona (2022), pengguna media sosial menikmati menggunakan video vertikal tanpa perlu memutar *smartphone* 90° derajat. Pernyataan ini menunjukkan bahwa bentuk *smartphone* vertikal menuntut pengguna untuk memegangnya vertikal. Karena pengoperasian media sosial dapat dilakukan dengan satu tangan untuk jangka waktu yang lama, pengguna dengan otomatis lebih nyaman menonton video vertikal. Menurut Kosarenko (2022) Format video vertikal memiliki beberapa keuntungan. Pertama penonton video langsung berfokus pada subjek yang ada di *frame*, kedua memungkinkan merekam adegan dengan objek vertikal, seperti gedung tinggi atau pohon. Ketiga tidak perlu khawatir tentang *background* jika tidak cukup waktu untuk membersihkan *background* atau merekam sesuatu dengan cepat. Keempat desain *smartphone* berbentuk vertikal memudahkan merekam video dalam format vertikal.

Penulis ingin belajar lebih banyak tentang jurnalisme video melalui praktik kerja magang ini sebagai video editor di *Kompas.com*. Dengan ide-ide terbaru dan inovatif yang terus dikembangkan di *Kompas.com*, penulis ingin meningkatkan inovasi dan kemampuan untuk membuat video.

## **1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Semua mahasiswa jurnalistik di Universitas Multimedia Nusantara harus memiliki pengalaman kerja magang atau *internship* sebagai persyaratan lulus. Selain itu kerja magang juga dilakukan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Meningkatkan pengalaman dan kemampuan, baik dalam bidang jurnalistik dan komunikasi di tempat kerja.
2. Menerapkan pengetahuan, teori, dan etika jurnalistik yang telah dipelajari ke dalam praktik selama kuliah, dengan bekerja sebagai video editor di *Kompas.com*.
3. Menelusuri dan mempelajari bagaimana alur sebuah konten diproduksi melalui media sosial dan YouTube.
4. Menambah pengalaman kerja yang diperoleh dari media sebagai bekal ketika nantinya memasuki dunia kerja sesungguhnya.

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

### **1.3.1 waktu pelaksanaan magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang pada 18 September 2023 hingga 8 Januari di *kompas.com* sebagai video jurnalis di YouTube *Kompas.com*. Bila dilihat dari tanggal mulai magang penulis terhitung sedikit terlambat saat memulai praktik magang daripada teman-teman mahasiswa yang sudah memulai magang lebih dulu. Sebenarnya, Kompas Gramedia sudah menutup pencarian anak magang pada website Kampus Merdeka. Untungnya penulis tetap diterima magang setelah mengirim CV dan portofolio melalui email.

Setiap minggu penulis bekerja selama lima hari dengan total waktu 8 jam yang dimulai dari pukul 9.00 hingga pukul 18.00, tidak termasuk jam makan siang pada jam 12.00 hingga jam 13.00. Pada dua minggu pertama penulis sebenarnya bekerja di *shift* siang yang dimulai

dari pukul 13.00 hingga 22.00. *Kompas.com* sendiri mempunyai delapan *shift* setiap hari kerja dan dua *shift* pada hari libur. *Shift* pada hari kerja dimulai pada pukul 05.00-14.00, *shift* kedua dimulai pada pukul 07.00-16.00, pada *shift* ini terdapat dua *shift* yang berjalan sekaligus, *shift* ketiga dimulai pada pukul 09.00-18.00, pada *shift* ini juga terdapat dua *shift* yang berjalan sekaligus, *shift* keempat dimulai pada pukul 11.00-20.00, *shift* kelima dimulai pada pukul 13.00-22.00 dan *shift* terakhir dimulai pada pukul 15.00-24.00. Penerapan *shift* ini dilakukan agar YouTube *Kompas.com* dapat aktif memberikan tayangan berita dari pagi hingga malam.

Penjadwalan *Shift* siang biasanya diberlakukan di hari saat penulis hanya mengerjakan video short. Sedangkan saat mengerjakan *daily news* penulis ditempatkan ke salah satu *shift* dari tujuh *shift* yang ada, perubahan *shift* saat mengerjakan *daily news* pada umumnya dikarenakan penulis dijadikan video editor pengganti video editor utama yang berhalangan bekerja pada hari itu, dan tak jarang penulis di tempatkan pada *shift* subuh (15.00-14.00). Penulis sendiri tidak pernah bekerja pada *shift* saat hari libur karena memiliki kegiatan lain di luar melakukan praktik magang ini.

Penulis melaksanakan praktik kerja magang ini secara *remote working*, karena lokasi kantor *kompas.com* divisi YouTube berada di Kota Solo, Jawa tengah. Sedangkan penulis berdomisili di Jakarta. Walaupun begitu sepertinya pandemi telah memaksa orang beradaptasi dan membuat proses kerja jarak jauh menjadi lebih mudah. Maka dari itu penulis tetap bisa bekerja maksimal dengan cara kerja jarak jauh ini.

Sehari-hari penulis mengerjakan tiga sampai lima video pendek berdurasi di bawah satu menit yang tayang pada YouTube Shorts *Kompas.com*. Tak hanya Shorts penulis juga mengerjakan *daily news* yang berdurasi kira-kira dua menit. Namun saat hari di mana penulis mengerjakan *daily news* biasanya hanya ada tambahan mengerjakan satu atau dua video shorts. Terakhir penulis juga mengerjakan program video “OH Begitu” yang tayang pada YouTube Oh Begitu dan YouTube *kompas.com*

### **1.3.2 Prosedur pelaksanaan magang**

Penulis melakukan beberapa tahap sampai akhirnya dapat melaksanakan program praktik kerja magang di *Kompas.com*, dimulai dari pencarian perusahaan media yang cocok

dengan kemampuan yang dimiliki penulis. Kompas Gramedia menjadi salah satu pilihan lebih menonjol dari pilihan perusahaan lainnya. Penulis akhirnya mencoba mengirim lowongan ke Kompas Gramedia sebagai video editor melalui email.

Setelah menunggu selama dua hari, akhirnya penulis dihubungi oleh *Human Resources (HR) Kompas.com* Adelia Galuh melalui telepon dan menanyakan keseriusan untuk magang di perusahaan Kompas Gramedia. Dua hari kemudian penulis diberikan *skill test* sebagai tahap uji kemampuan, *skill test* ini berupa editing video “OH Begitu.” Penulis hanya diberikan naskah dan arahan *editing*, penulis diharuskan mencari *footage* sendiri dan membuat *voice over (VO)* sendiri, batas akhir pengumpulan tes ini hanya 24 jam.

Kemudian setelah satu hari setelah tes dikumpul, penulis masuk ke tahap wawancara. Wawancara ini dilakukan oleh HR Adelia Galuh, *lead producer* Deta putri Setyanto dan *producer* Yusuf Reza dan Sherly puspita. Dalam wawancara penulis ditanyakan tentang pengalaman membuat karya jurnalistik dan menanyakan tentang tahap mengerjakan *test skill* yang dilakukan sebelumnya. Dalam wawancara itu juga ditanya kapan bisa mulai bekerja

Dua hari kemudian pada hari Senin tanggal 18 September 2023 penulis mendapatkan *letter of acceptance* dan langsung mulai praktik kerja magang. *letter of acceptance* dikirim ke website merdeka.umn sebagai tanda bukti diterima magang.