

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kita sedang berada pada era industri 4.0 di mana hampir semua hal yang kita lakukan berhubungan dengan dunia digital yang memanfaatkan internet. Pada era industri 4.0, kita harus mampu memanfaatkan teknologi demi menciptakan pengetahuan yang kuat mengenai suatu hal atau informasi (Suwardana, 2018, p. 114). Perubahan tersebut membuka peluang bagi bisnis media *online* untuk berkembang dengan pesat. Media *online* atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet (Suryawati, 2011, p. 46). Terdapat ciri utama dari media baru, diantaranya adanya keterhubungan akses antara khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, kegunaan yang beragam, dan sifatnya yang ada di manapun (McQuail, 2011, p. 43).

Media sendiri sudah mengalami banyak sekali perubahan, dari yang sebelumnya disebut media lama hingga sekarang disebut media baru. Media lama sendiri meliputi koran, majalah, atau novel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Borneo, menyatakan bahwa mahasiswa tersebut lebih tertarik untuk membaca atau mencari informasi di internet dibandingkan dengan media lama. Hal tersebut dikarenakan informasi yang mereka peroleh di internet lebih *up to date* dan praktis. Selain itu, mereka cenderung memperoleh informasi untuk hiburan atau memperoleh banyak informasi untuk kepentingan sendiri daripada untuk tujuan akademis (Firima Zona Tanjung, 2017, pp. 153-154).

Karena perkembangan zaman yang menuntut setiap dari media di seluruh dunia untuk mulai mengubah format penyajiannya, dari cetak menjadi digital. Media-media yang memulai perjalanan mereka sebagai media konvensional dengan mengandalkan media cetak, TV dan Radio, kini beralih ke media daring. Media tersebut mulai coba beradaptasi dengan kondisi sekarang, di mana banyak masyarakat yang lebih berminat untuk memperoleh informasi melalui daring, misal

platform Youtube, Instagram, Twitter, TikTok, dan lain sebagainya. Hal tersebut dikarenakan melalui platform tersebut, masyarakat dapat memperoleh informasi dengan praktis, mudah dimengerti, dan lebih mudah didapatkan.

Berdasarkan survei yang dilakukan *Program for International Student Assessment (PISA)* yang dirilis oleh *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*, menyatakan bahwa tingkat literasi di Indonesia menduduki peringkat ke-62 dari 70 negara yang diikutsertakan dalam survei. Hal tersebut menjadi masalah yang cukup serius, khususnya pada kalangan Gen Z. Karena minat baca masyarakat Indonesia yang rendah, industri media di Indonesia harus dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen berdasarkan beberapa aspek, misal tingkat minat baca.

Karena masalah tersebut, media-media banyak yang menggunakan format pemberitaan yang jauh berbeda dengan zaman dahulu. Media saat ini sudah menggunakan format pemberitaan dalam bentuk yang banyak disukai oleh masyarakat khususnya Gen Z, misal *podcast* (visual maupun audio), *video journalism*, *listicle*, dan lain sebagainya. Penulis melaksanakan program kerja magang sebagai seorang *videographer intern* karena ingin mengembangkan format penyampaian informasi tersebut agar semakin banyak masyarakat khususnya Gen Z yang tertarik untuk memperoleh informasi dengan baik, akurat, serta menarik.

Dari beberapa format pemberitaan baru yang penulis sebutkan sebelumnya, penulis merasa *podcast* menjadi salah satu format pemberitaan baru di media yang memiliki tingkat kemenarikan tinggi. Hal tersebut dikarenakan *podcast* memberikan beberapa elemen di dalamnya. Diantaranya, elemen visual dan elemen audio yang dapat dipadukan menjadi satu kesatuan *podcast* berbentuk video. Sebelum memiliki format video, *podcast* awalnya hanya berbentuk audio di mana setiap penikmatnya hanya bisa mendengarkan suara sang host melalui *platform-platform* yang tersedia.

Melalui program kerja magang ini, saya harap ilmu mengenai *videography* khususnya dalam dunia media, bisa saya kembangkan untuk menjadi modal dalam berkarir kelak. Hal tersebut mengingatkan saya memiliki keinginan atau cita-cita menjadi seorang *videographer* yang berkecimpung baik di media, perusahaan,

agency, *production house*, atau tempat manapun yang memercayakan saya berada di tempat tersebut dan berhubungan dengan *videography*.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri kreatif khususnya posisi *videographer Intern* di sebuah media. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Menjadikan magang sebagai wadah mempelajari proses kerja sebagai *videographer* di media (Kompas.com) yang ilmunya akan penulis gunakan sebagai pondasi melanjutkan cita-cita penulis.
2. Menjadikan magang sebagai tempat menggali ilmu sebanyak-banyaknya dari *videographer* maupun mentor yang sudah berpengalaman di posisi magang yang penulis ambil.
3. Memahami bagaimana mengambil gambar yang baik dan benar sesuai dengan ilmu jurnalistik agar penonton bisa menikmati karya-karya penulis dengan baik.
4. Membangun *networking* di dunia kerja profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam menjalani praktik kerja magang, terdapat waktu pelaksanaan dan prosedur kerja magang yang telah ditetapkan dan **wajib** untuk diikuti oleh penulis selama menjalani praktik kerja magang. Berikut penulis sampaikan waktu dan prosedur kerja magang yang penulis lakukan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang penulis lakukan di *Kompas.com*, yang berlangsung pada 10 Juli 2023 hingga 10 Desember 2023 dengan durasi

minimal 100 hari dan 800 jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1. Persyaratan yang telah diberukan dari kampus dan syarat dari perusahaan telah penulis ikuti dan taati dengan baik.

Program kerja magang dilaksanakan dengan durasi 5 hari dalam satu minggu, jam kerja disesuaikan dengan waktu produksi program di mana penulis ditugaskan menjadi *videographer* program tersebut. Namun, penulis kerap datang lebih awal untuk mencoba membangun relasi, mempelajari lebih dalam mengenai penggunaan alat-alat produksi konten, dan melakukan set up lokasi syuting untuk program yang akan penulis garap pada hari tersebut. Lokasi syuting pun tidak selalu di kantor, namun penulis sering kali ditugaskan untuk melakukan syuting di luar kantor. Misal, rumah narasumber, *cafe*, kantor narasumber, dan lain sebagainya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) secara virtual melalui Zoom pada 16 Agustus 2023.
- 2) Mengisi kartu rencana studi *internship* di my.umn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D dan E. Serta melakukan *request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang pada laman www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *email* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.

- 4) Mengisi dan melakukan *submit* formulir KM-01 pada laman my.umn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Penulis mengirimkan *CV* ke *Kompas.com* dalam bentuk email.
- 2) Penulis mendapat balasan dari HRD *Kompas.com* pada tanggal 20 Juni 2023 dan melakukan proses wawancara pada 28 Juni 2023.
- 3) Penulis dinyatakan lolos dari tahap wawancara dan mendapatkan surat penerimaan magang (*acceptance letter*) pada tanggal 4 Juli 2023 sebagai *Videographer Intern*.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Videographer Intern* pada Departemen Video.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *warehouse and video production leader*, Roderick Adrian Mozes selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Mengisi *daily task* yang telah disetujui oleh pembimbing lapangan setiap hari pada laman merdeka.umn.ac.id.
- 4) Pengisian dan penandatanganan formulir KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Aditya Heru Wardhana, STP, M.A.Comms, selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring maupun daring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.



UMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A