



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Utomo (2016, para. 6) menyatakan bahwa perkembangan media massa saat ini terasa sangat signifikan. Hal ini memberikan dampak yang besar juga terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Semua orang sekarang ini bisa mengakses berbagai informasi melalui banyak pilihan media. Dimulai dari media cetak, media televisi, radio, media daring, sampai media sosial. Terdapat berbagai konten-konten informasi yang tersusun secara sistematis dalam setiap bentuk media. Mulai dari konten berita, hiburan, laporan cuaca, sampai iklan. Utomo (2016, para. 5) dalam Remotivi menjelaskan bahwa dunia penyiaran dan jurnalistik yang kini dikenal sebagai sumber informasi masal yang paling efektif, kini juga harus melakukan berbagai inovasi baru untuk bisa beradaptasi dan tetap bertahan dalam mengikuti berbagai perkembangan yang terjadi. Ditambah dengan hadirnya internet yang sekarang ini sudah menjadi sumber paling praktis dan efektif, mau tidak mau media harus berbondong-bondong melakukan penyesuaian untuk mempertahankan eksistensinya sebagai penyedia informasi.

Terasa perubahan yang sangat signifikan dalam cara pandang masyarakat khususnya di Indonesia ini terhadap sebuah telepon pintar. Perubahan ini dimulai saat internet menjadi sarana paling praktis dan efisien dalam pencarian informasi. Cukup hanya menggunakan kedua ibu jari kita, kita bisa mengakses berbagai informasi yang kita inginkan. Wahyudi (2015, para. 1) menjelaskan bahwa hal inilah yang kini menimbulkan ketergantungan manusia dengan telepon pintar yang mereka miliki. Hal ini juga yang membuat media lama seperti radio, televisi, dan cetak mulai terkikis eksistensinya. Banyak orang yang kini lebih merujuk pada media yang memberikan informasi yang fleksibel dan interaktif seperti telepon pintar.

Kemp (2017, para. 1) mengungkapkan bahwa berdasarkan laporan dari lembaga global We Are Social dan Hootsuite menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk dunia sekarang ini menggunakan internet dan juga telepon

pintar. Dan penelitian ini memberikan implikasi yang menarik dalam ranah bisnis, pemerintahan dan aktivitas sosial. Konektivitas digital ini memberikan perubahan yang sangat besar kepada seluruh penduduk dunia. Tidak hanya itu, dinyatakan juga dalam situsnya We Are Social bahwa dalam 12 bulan terakhir, perkembangan digital di Asia-Pasifik berkembang dengan pesat. Lebih dari 1,5 juta orang di Asia-Pasifik sekarang sudah mengakses internet dan 95% di antaranya mengakses internet ini melalui telepon pintar.

Khususnya di Indonesia, kegiatan digital di Indonesia terkesan berkembang sangat signifikan. Hastyadi (2016, para. 2) dalam Kompas Tekno menyatakan bahwa berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) terbukti bahwa saat ini dari 256,2 juta orang penduduk Indonesia terdapat 132,7 juta orang yang terhubung ke internet. Di mana dapat disimpulkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah terhubung dengan internet. Data survei yang didapat juga mengungkap bahwa rata-rata penduduk di Indonesia mengakses internet menggunakan perangkat genggamnya. Yang menyebabkan pertumbuhan ini adalah jumlah vendor yang menjual telepon pintar dengan harga yang semakin terjangkau.

Perubahan gaya hidup manusia modern tersebutlah yang merangsang terjadinya konvergensi media. Glo (2010, para. 6) dalam Kompas.com mengungkapkan pernyataan Direktur Eksekutif Lembaga Studi Pers dan Pembangunan Ignatius Haryanto bahwa kini perkembangan teknologi menjadi hal utama yang mendorong terbentuknya konvergensi media. Konvergensi media atau digitalisasi media sudah banyak terjadi di Indonesia. Seperti harian Kompas yang kini memiliki media daring Kompas.com, juga majalah Tempo yang kini memiliki media daring Tempo.com, dan masih banyak lainnya. Fenomena ini terjadi karena media lama tersebut menyesuaikan dengan kebutuhan khalayaknya. Khalayak media saat ini lebih menyukai mengakses media daring dikarenakan mereka dapat mengaksesnya kapan pun dan di mana pun. Ditambah juga media daring yang semakin dilengkapi konten audio visual yang bisa menambahkan kepuasan khalayaknya.

Media daring dewasa ini sering kali kita jumpai juga ikut disematkan dengan konten-konten audio visual. Media audio visual adalah merupakan media perantara atau penggunaan materi dan penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran sehingga membangun kondisi yang dapat membuat khalayaknya mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Audio visual adalah media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi), meliputi media yang dapat dilihat dan didengar. (Rohani, 1997, h. 97-98). Audio visual dalam sebuah media merupakan suatu hal yang memiliki dampak sangat positif bagi khalayak media itu sendiri. Dengan demikian media ini dapat mendeskripsikan prinsip, konsep, proses maupun prosedur yang bersifat abstrak dan tidak lengkap menjadi lebih jelas dan lengkap (Kemp dan Dayton, 1985, h. 21). Seorang videografer memiliki peran yang penting dalam sebuah produksi karya audio visual.

Videografer atau juru kamera (*camera person*) bertanggung jawab atas semua aspek teknis pengambilan dan perekaman gambar. Seorang videografer harus memastikan bahwa ia tidak melakukan kesalahan pada saat pengambilan gambar. Seorang videografer harus bisa memastikan seluruh gambar yang diambil sudah fokus, komposisi gambarnya sudah sesuai, warna gambar yang sesuai, dan mendapatkan gambar yang terbaik. (Brata, 2007, h. 57). Dapat disimpulkan bahwa seorang videografer memiliki tugas yang sangat penting dalam sebuah media. Karena seorang videografer yang baik akan menghasilkan produk video yang menarik.

Menurut Zettl (2009, h. 4) dalam proses produksi terdapat tiga tahap produksi. Yang pertama adalah tahap pra-produksi. Dalam tahap pra-produksi ini adalah tahap sebelum produksi di mana di dalamnya dibagi lagi menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah saat mengolah ide dasar menjadi konsep atau skrip yang dapat dikerjakan. Dan bagian kedua adalah penentuan detail-detail produksi seperti lokasi, kru yang bertugas, dan keperluan perlengkapan-perengkapan untuk *single camera* atau *multi camera* (Zettl, 2009, h. 4).

Kemudian tahap yang ke dua adalah tahap produksi. Tahap ini dimulai pada saat kita membuka pintu studio, kita menaikkan perlengkapan-perengkapan

ke dalam mobil untuk syuting di lapangan. Dan tahap yang ke tiga adalah pasca produksi. Dalam tahap ini sudah dimulai proses penyuntingan video dan audio, penyesuaian komposisi warna dalam video yang sudah diambil, pemilihan musik latar, sampai mengkreasikan *audio effects* (Zettl, 2009, h. 4). Pada setiap siaran televisi, Videografer memiliki peran yang berbeda-beda. Khususnya seorang jurnalis video yang cenderung memiliki berbagai tugas utama. Seorang jurnalis video harus bisa menggabungkan fungsi dari reporter, videografer, penulis dan editor (Zettl, 2009, h. 10). Dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi terdapat berbagai tahap yang harus diselesaikan oleh semua kru yang bertugas. Kru yang bertugas tidak hanya satu atau dua orang, namun melibatkan banyak orang. Dan oleh sebab itu, proses produksi sangat membutuhkan kerja sama tim yang kuat. Masing-masing kru yang bertugas akan membutuhkan satu sama lain untuk bisa menghasilkan sebuah proses produksi yang sukses.

DBM Pro/Fimela TV merupakan divisi rumah produksi yang berada di bawah naungan Kapanlagi.com. Penulis tertarik dengan perusahaan ini karena perusahaan ini memiliki konten-konten produksi yang tidak terlalu ringan namun tetap menarik. Dan dalam perusahaan ini juga cenderung diperkerjakan oleh anak-anak muda yang kreatif. Pada tahun 2015 DBM Pro/Fimela TV memproduksi film pendek untuk mengiklankan sebuah aplikasi jalan-jalan yang dikenal dengan nama Traveloka. Film pendek berjudul “Kisah Tentang Bejo” ini berhasil ditonton oleh ratusan ribu penonton Youtube. Eka (2015, para. 3) dalam Muvila.com (media daring Fimela Group) juga menyatakan bahwa film ini juga mengantarkan DBM Pro/Fimela TV meraih penghargaan perunggu pada Phinastika *Award* 2015. Phinastika *Award* ini merupakan ajang perlombaan kreasi iklan karya anak muda di seluruh Indonesia. Berdasarkan hal itulah penulis yakin bahwa melalui proses kerja magang dalam perusahaan ini penulis bisa mendapatkan berbagai pengalaman baru dalam dunia kerja khususnya dalam bidang jurnalistik juga periklanan.

Untuk melengkapi dan mendokumentasikan praktik kerja magang yang penulis lakukan, laporan magang ini disusun. Laporan magang ini menguraikan proses dan hasil kerja magang penulis sebagai videografer DBM Pro/FimelaTV

serta menjabarkan bagaimana teori dan konsep yang penulis dapatkan selama kuliah bisa diterapkan saat bekerja magang.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan salah satu tahap akhir yang penting untuk dijalani oleh mahasiswa semester akhir, berikut adalah tujuan penulis dalam melakukan kerja magang:

- a) Mengetahui tugas seorang videografer di DBM Pro/Fimela TV;
- b) Mempersiapkan diri mahasiswa sebelum benar-benar masuk ke dalam dunia kerja khususnya di bidang jurnalistik;
- c) Memberikan koneksi dan jaringan dalam dunia kerja setelah lulus nanti;

1.3. Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah maksimal 40 hari. Namun hal tersebut dapat berubah sesuai dengan kebijakan dan kebutuhan pihak perusahaan tempat magang dilaksanakan. Terhitung sejak tanggal 18 Agustus 2016 hingga 18 November 2016, penulis berkesempatan melakukan praktik kerja magang di DBM Pro/Fimela TV selama tiga bulan. Berdasarkan kebijakan dari perusahaan, pukul 10.00 penulis sudah harus tiba di kantor. Kemudian jam 17.00 apabila sudah tidak ada hal yang harus diselesaikan penulis sudah dapat meninggalkan kantor. Namun ketentuan tersebut bisa saja berubah sesuai dengan jadwal peliputan dan syuting yang diberikan oleh perusahaan.

Penulis memiliki hari libur pada hari Kamis dan Jumat. Seharusnya, sistem di DBM Pro/FimelaTV ialah lima hari kerja, dan dua hari libur pada hari Sabtu dan Minggu. Karena penulis memiliki kewajiban untuk mengikuti kuliah pada hari Kamis dan Jumat, maka penulis diberikan kelonggaran untuk bisa mengikuti jam kuliah pada hari Kamis

dan Jumat tersebut. Namun waktu-waktu tersebut bisa menjadi sangat fleksibel ketika ada kegiatan produksi.

1.3.2. Prosedur Kerja Magang

Sebelum mengambil mata kuliah *internship* (magang) penulis harus terlebih dahulu mengikuti seminar magang dan skripsi yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara untuk diikuti oleh seluruh mahasiswa angkatan 2013 pada tanggal 10 Mei 2016. Seminar tersebut diadakan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dua semester terakhir yang merupakan penentu kelulusan untuk mendapatkan gelar S-1.

Prosedur pelaksanaan yang penulis jalankan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Pertama-tama, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) bersama dengan surat lamaran magang melalui surel. Selagi menunggu panggilan wawancara dari perusahaan, penulis membuat surat kerja magang pada bulan Agustus untuk diajukan ke perusahaan yang dituju. Setelah penulis mendapatkan panggilan untuk wawancara, penulis mendatangi perusahaan dengan membawa *Curriculum Vitae* (CV), rekap nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) sementara, dan surat kerja magang yang dibuat oleh Universitas Multimedia Nusantara. Penulis di-wawancarai oleh dua produser dan satu videografer yang menjabat dalam perusahaan tersebut.

Pada saat proses wawancara berjalan, produser perusahaan tersebut menanyakan pengalaman yang sudah pernah dikerjakan oleh penulis. Kemudian penulis menunjukkan beberapa portofolio hasil pekerjaan penulis. Produser dari perusahaan tersebut menjelaskan prosedur kerja yang berlaku dan gambaran pekerjaan yang akan dilakukan selama tiga bulan ke depan. Kemudian Produser dari perusahaan tersebut menyatakan bahwa mereka akan menghubungi penulis kurang lebih 3 hari ke depan mengenai apakah penulis diterima atau tidak untuk melakukan

kerja magang dalam perusahaan tersebut. Setelah mendapatkan kabar bahwa penulis diterima untuk menjalankan praktik kerja magang dalam perusahaan tersebut, penulis meminta surat pernyataan yang menjelaskan bahwa penulis sudah diterima untuk melakukan praktik kerja magang di DBM Pro/ Fimela TV. Surat yang diberikan oleh HRD DBM Pro/Fimela TV tersebut kemudian penulis serahkan kepada koordinator kerja magang Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02) dan form KM-03 hingga KM-07 yang akan ditandatangani oleh pembimbing kerja lapangan DBM Pro/Fimela TV.

Selama melakukan praktik kerja magang di DBM Pro/ Fimela TV sudah seharusnya penulis menaati peraturan yang berlaku di perusahaan tersebut, mulai dari ketentuan berpakaian hingga jam operasional kerja. Untuk ketetapan berpakaian, DBM Pro/Fimela TV memberikan kebebasan kepada karyawannya untuk mengenakan pakaian apa pun selama terlihat rapi dan sopan. Mengingat media ini bergerak di bidang busana dan *lifestyle* maka tak jarang busana yang dikenakan oleh karyawan DBM Pro/Fimela TV tampak terlihat sangat modis dan *uptodate*.

Setelah penulis selesai melakukan kerja magang, penulis pun diwajibkan untuk membuat laporan kerja magang. Penulis berkonsultasi dan berdiskusi dengan dosen pembimbing tentang laporan magang yang sedang dikerjakan sehingga layak diuji pada saat sidang laporan magang. Penulisan laporan magang ini dibimbing oleh Ibu Veronika S. Sos, M. Si.