



### **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

Perkembangan teknologi media memberikan perubahan pada tiap generasi. Media konvensional telah beradaptasi dengan teknologi yang serba digital dan berkolaborasi hingga melahirkan media *online*. Era inilah yang disebut dengan era *new media*. Selain digitalisasi sumber informasi, kaidah dan sistem jurnalistik *online* juga beradaptasi dan mengalami perubahan.

Media dalam *platform* yang jamak bersifat absolut, walau dalam perangkat yang berbeda, fungsi komunikasi dan sarana pencarian informasi tetap dapat dilakukan (Straubhaar, LaRose, & Lucinda, 2016). Bergabungnya media-media konvensional (konvergensi media) membentuk satu media baru, yakni media *online*. Perkembangan teknologi dalam media *online*, menawarkan kemudahan akses melalui *smartphone*, tablet, dan perangkat lainnya yang digunakan sehari-hari.

Straubhaar,dkk (2016), juga melihat teknologi pada era *new media* berdampak pada segi budaya dengan adanya perubahan gaya hidup baru, terbukanya lapangan pekerjaan baru yang juga diiringi eliminasi beberapa jenis pekerjaan, terciptanya regulasi baru, dan terbentuknya isu sosial yang lebih beragam. Penekanan bentuk media *online*, terletak pada sifat interaktif, yang mana media menyediakan ruang untuk interaksi interpersonal. Karakter inilah yang menjadi ciri khas media *online* dibandingkan dengan media konvensional sebelumnya.

Era media baru berasosiasi dengan teknologi media interaktif, yang didukung dengan internet. Karakteristik media *online*, antara lain : digital, interaktif, sosial, tidak diakses secara bersamaan, multimedia, dan lebih ringkas dalam pemaparan informasi. Sepaket kelebihan media *online* inilah yang menjadikannya sumber informasi tangan pertama yang cepat dan mudah, namun menjunjung partisipasi khalayak.

Media *online* menjadi produk dari konvergensi media massa dan perkembangan teknologi informasi. Teknologi dasar dapat digunakan untuk menyebar semua bentuk komunikasi (teks, audio, video) secara bersamaan (Straubhaar, LaRose, & Lucinda, 2016). Domain digital media menyatukan beragam industri media, seperti *broadcasting* (televisi dan radio), layanan kabel, *film*, musik, dan *publishing* (buku, jurnal, dan lainnya) yang dapat dikonsumsi secara *online* berbasis *World Wide Web*. Hal ini juga telah disediakan dalam bentuk aplikasi.

Digital media mewajibkan jurnalis untuk lebih bertarung dengan kecepatan, ketepatan, interaktif, dan kemampuan menggapai isu lokal. Selain itu, jurnalis juga dituntut untuk mampu beradaptasi dan memiliki beragam keahlian, seperti mampu secara bersamaan melakukan pelaporan, wawancara, meriset, memproduksi audio dan video, memotret, mempublikasikan cerita, dan mengoneksikannya ke dalam sosial media. Hal ini disebabkan karena jurnalistik *online* mengutamakan kelengkapan beragam *platform* dalam pengemasan setiap informasi.

Perbedaan yang mendasar dari jurnalistik *online* dengan media konvensional lainnya, terletak pada esensi mengapa dan bagaimana sektor jurnalistik mengemas informasi (Carroll, 2017). Informasi bukan lagi sekadar apa yang perlu diberitakan, namun sektor mengapa dan bagaimana cara pengemasannya yang dapat menjadi strategi untuk melihat informasi dalam perspektif yang berbeda. Khalayak dituntut untuk mengetahui informasi secara keseluruhan, bukan hanya sekadar mengetahui secara garis besar informasi yang ada.

Di Indonesia, kehadiran media *online* bukanlah sebuah fenomena yang baru. Beragam jenis dan karakteristik media *online* telah banyak tersedia. Kehadirannya pula yang menjadi faktor kematian pada media-media konvensional, seperti; surat kabar, majalah, dan radio. Untuk memperpanjang kehadirannya, media konvensional tersebut beradaptasi dengan mengubah *platform*nya menjadi media *online*. Selain itu, kehadiran media *franchise* juga mewarnai keberagaman media *online* di Indonesia.

Terdapat dua tipe jurnalistik *online*, yakni *short and fast*, serta *long form journalism*. *Short and fast* menjadi karakteristik yang diterapkan oleh perusahaan media detik.com, sedangkan untuk *long form journalism* diterapkan oleh CNN atau BBC. Salah satu media *online* yang mengadaptasi kedua karakteristik tersebut yaitu Kumparan.com. Selain itu, Kumparan.com juga berinovasi melakukan kolaborasi *platform* seperti sosial media.

Dirintis oleh pendiri-pendiri dari media *online* Detik.com, Kumparan.com dibentuk karena adanya perubahan pola konsumsi berita oleh khalayak Indonesia yang perlu diantisipasi oleh media (Pratama, 2017). Kumparan.com memulai pengembangannya sejak pertengahan 2016 dengan tujuan untuk menjadi media berbasis inovasi dan teknologi yang mampu memberikan dampak positif untuk masyarakat secara luas. Selain itu, Kumparan.com juga menjunjung kredibilitas dalam penyampaian informasi.

Mengedepankan prinsipnya, Kumparan.com tidak menganggap teknologi sebagai pilar pendukung saja, namun menjadikannya sebagai fondasi utama. Kumparan.com memanfaatkan teknologi yang tengah populer, seperti *React*, *Node.js*, hingga penerapan *machine learning* (Pratama, 2017). Hal ini pula yang menjadi landasan Kumparan.com melakukan penggabungan *platform* konsep situs berita dengan media sosial. Selain membaca berita, khalayak dapat membuat dan mengikuti topik bacaan dari penulis tertentu.

Menjadi media *online* baru dengan sistem *platform* kolaboratif dan interaktif dengan pasar millennials, penulis memilih untuk melaksanakan kerja magang di Kumparan.com. Penulis ingin mengetahui konten yang relevan dengan pembaca muda, mendapatkan pengalaman terlibat dalam proses produksi konten video, dan mengalami iklim kerja media *online* yang baru dirintis.

Video sebagai salah satu bentuk konten yang menarik, ringkas, dan lengkap dalam menyampaikan informasi, membuat penulis memilih kerja magang menjadi videografer di Kumparan.com. Selain tertarik dengan kekuatan audio visual yang

mampu menjabarkan informasi lebih menarik, penulis ingin menggali dan menerapkan ilmu yang telah didapatkan di masa perkuliahan, serta mempraktikkan cara mengemas informasi secara kreatif.

Dalam hal ini, penulis menerapkannya dengan mengikuti tahapan produksi program (pra produksi-produksi-pasca produksi), melakukan peliputan, serta mengedit video editorial, *slideshow*, dan program yang ditayangkan pada akun *Youtube* maupun *website* Kumparan.com.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Mengikuti program kerja magang sebagai videografer di Kumparan.com, penulis bertujuan memenuhi salah satu syarat kelulusan strata satu (S1). Selain itu, tujuan lainnya, yaitu:

1. Mengaplikasikan teori dan ilmu dari masa perkuliahan ke dunia kerja
2. Mengetahui proses dan alur kerja (pra produksi, produksi, dan pasca produksi) konten video di Kumparan.com
3. Mengetahui peran Videografer di media *online*
4. Menambah pengalaman kerja

## 1.3 Waktu Kerja dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang selama 60 hari kerja, dimulai pada tanggal 24 Agustus - 24 November 2017. Sebagai videografer di Kumparan.com, penulis memiliki waktu yang fleksibel dalam bekerja. Di luar jadwal produksi program, videografer dikondisikan dalam keadaan siap ketika adanya permintaan peliputan atau pengeditan video dari tim redaksi.

Di kantor Kumparan.com yang berlokasi di Jalan Jati Murni 1A, Jati Padang, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, penulis mengikuti pola waktu kerja yaitu hari kerja Senin – Jumat dan sistem *weekend 212*, yaitu jadwal piket masuk dalam dua minggu sekali di setiap Sabtu.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Awalnya, penulis mengisi formulir KM-00 dan KM-01 untuk pengajuan kerja magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Jurnalistik, F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A. dan Kaprodi Ilmu Komunikasi, Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.. Setelah menyerahkan formulir Pengajuan Kerja Magang kepada admin prodi Ilmu Komunikasi, penulis mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02).

Berawal dari pengiriman lamaran, *Curriculum Vitae*, dan portofolio pada Sabtu, 12 Agustus 2017 ke [join@kumparan.com](mailto:join@kumparan.com), kemudian penulis mendapat panggilan *interview* untuk Rabu, 16 Agustus 2017. Namun karena penulis sedang berhalangan di luar kota, pihak penulis dan perusahaan mengadakan penjadwalan ulang pada Selasa, 22 Agustus 2017. Pada Kamis, 24 Agustus 2017, penulis resmi memulai kerja magang sebagai videografer di Kumparan.com.

Selama proses kerja magang, penulis berada dibawah bimbingan Videografer-Video Editor, Ridho Robby, videografer lainnya, para redaktur, dan para reporter. Penulis diberikan kepercayaan untuk melakukan peliputan, produksi, dan pengeditan konten video.

Setelah proses kerja magang selesai, penulis mendapatkan penilaian kerja magang (KM-06), dan surat keterangan selesai kerja magang, penulis melakukan penyusunan laporan kerja magang yang dibimbing oleh Rony Agustino Siahaan, M. Si. Laporan Kerja Magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.