



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

Media kini tidak hanya berbentuk koran, radio, atau televisi, kini media menggabungkan konten teks, *audio*, dan *video visual* di media *online* sebagai *platform* untuk bisa menyajikan informasi kepada khalayak luas secara cepat dan menyeluruh. Tidak hanya melalui media massa saja, saat ini bisa membagikan informasi melalui media sosial. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi media *online* untuk tetap bertahan.

Media *online* merupakan media yang proses penyampaian pesannya menggunakan internet kepada masyarakat luas. Tidak hanya di satu wilayah saja, namun pesannya sampai ke seluruh dunia. Menurut Romli (2014, h.33), media *online* memiliki keunggulan karakteristik yang tidak dimiliki oleh media cetak maupun elektronik. Media *online* mampu lebih cepat, memberikan tambahan atau perbaikan informasi, dan fleksibilitas yang dapat memudahkan jurnalis dan pembaca serta kemampuan media *online* untuk memberikan konten *multimedia* seperti *video*, *audio*, foto, dan artikel membuat pembaca cenderung beralih ke media *online*.

Widodo (2008, h.8), menjelaskan bahwa lahirnya media *online* tidak lepas dari *booming* media *online* di luar negeri pada pertengahan tahun 1990-an. Pada Mei 1992 Chicago *online*, *Chicago Tribune* menjadi koran pertama di AS yang meluncurkan media *online* yaitu *Chicago online*. Sampai April 2001 *database* AS telah berisi 12.878 berita *online*. Setelah itu mulai banyak media-media *online* lainnya yang lahir dan terus berkembang sampai saat ini.

Menurut Widodo (2008, h.9), *online journalism* atau lebih dikenal dengan nama jurnalisme *online* lahir pada 19 Januari 1998, ketika Mark Drugde membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut "*monicagate*". Ketika itu, Drugde berbekal

sebuah laptop dan modem, menyiarkan berita tentang “*monicagate*” melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita “*monicagate*”.

Di Indonesia saat ini juga sudah banyak media *online* yang tumbuh dan berkembang, seperti *detik.com*, *cnnindonesia.com*, *tempo.co*, *kompas.com*, *liputan6.com* dan masih banyak lagi. Namun sejarah kehadiran media *online* di Indonesia menurut Margianto dan Syaefullah (2014, h.17), berawal dari kehadiran *Republika online (Republika.co.id)* pada 1994 yang disusul Tempo Interaktif, Bisnis Indonesia, Waspada *online*, dan Kompas *online* pada tahun-tahun berikutnya. *Detik.com* hadir sebagai media pertama yang tidak memiliki media cetak sebagai induknya.

Menurut Widodo (2008, h.9), di Indonesia media *online* pada awalnya hanya memindahkan isi berita yang ada di surat kabar/koran ke media *internet* atau di *online*-kan istilahnya. Dengan kata lain produk berita versi cetak dengan *online* tidak ada perbedaan, sama persis. Namun yang dilakukan oleh situs *www.detik.com* pada pertengahan Juli 1998 tidaklah demikian. *Detik.com* tidak memindahkan berita versi cetak ke *online*. Mereka menjadi salah satu media *online* yang bisa berdiri sendiri.

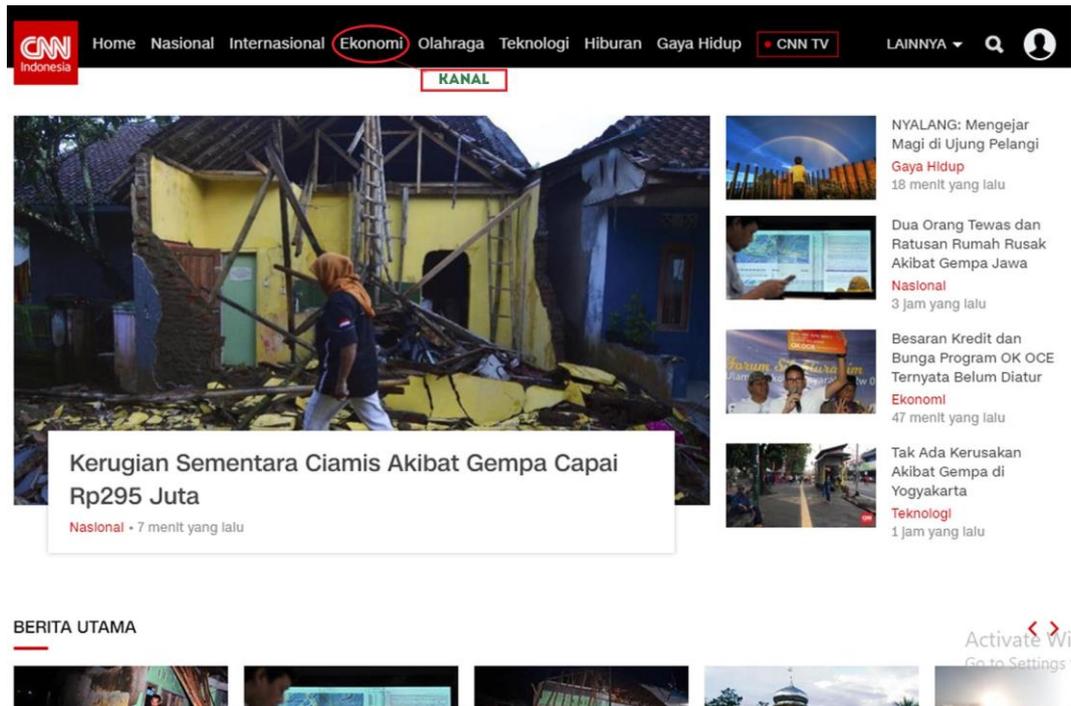
Dalam portal berita terdapat banyak kanal-kanal yang membantu pembaca untuk mendapatkan informasi sesuai yang di butuhkan mereka seperti berikut,

Gambar 1.1 Tampilan *liputan6.com*

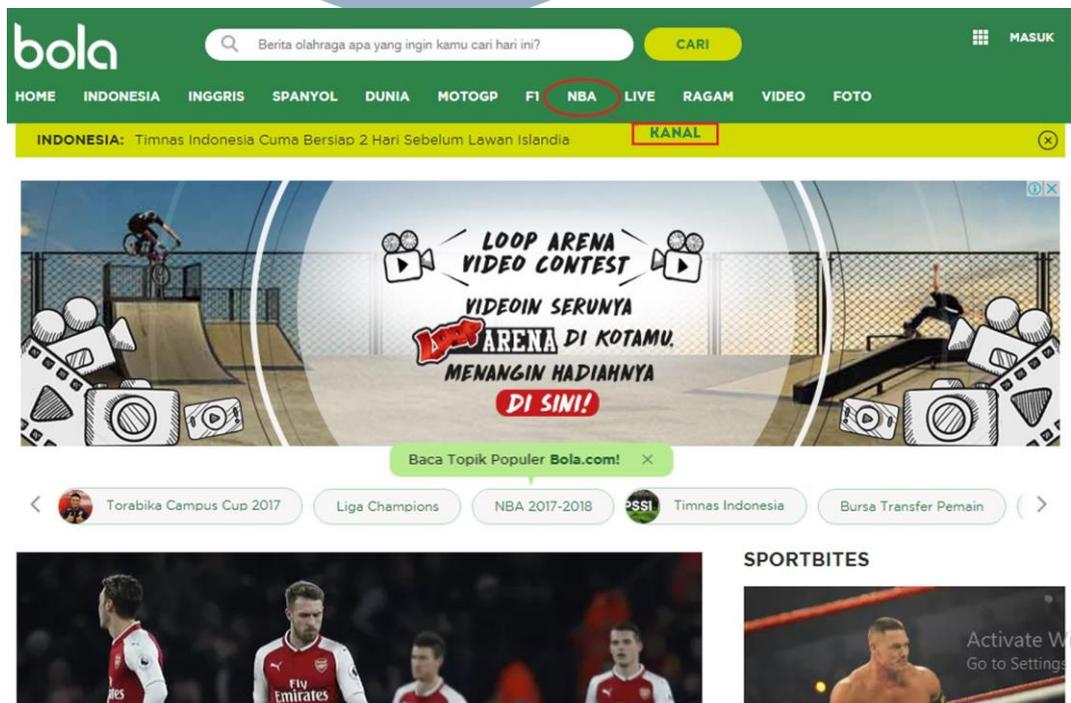


Sumber : *liputan6.co*

Gambar 1.2 tampilan CNN Indonesia.com



Gambar 1.3 tampilan bola.com



Sumber: bola.com

Berdasarkan beberapa media *online* yang ada, kanal *news* menyajikan berita berupa informasi terkini yang dekat dengan masyarakat, seperti berita bencana alam, kecelakaan, kriminal, pengusuran, dan kebijakan dari pemerintahan.

Selain kanal *news*, ada pula kanal politik dan ekonomi. Isi beritanya seperti peresmian sebuah kebijakan baru, berita pilkada, berita korupsi, berita kerjasama antar negara, berita melemahnya rupiah, dan berita kenaikan harga pokok.

Kanal nasional dan internasional berisikan tentang berita yang terjadi di dalam dan di luar negeri seperti berita Palestina dengan Israel, berita mengenai Donald Trump, berita kunjungan Presiden Jokowi ke daerah-daerah dan berita terorisme.

Ada juga kanal yang menyajikan berita-berita ringan, seperti kanal *lifestyle*, kanal hiburan dan kanal olah raga. Kanal *lifestyle*, menyajikan berita-berita seputar gaya hidup, gaya busana, dan kuliner. Kanal hiburan menyajikan berita seputar konser, tempat hiburan, dan ulasan mengenai tempat makan baru yang sedang naik daun. Kanal olah raga, kanal ini berisikan berita seputar sepak bola, *moto GP*, dan cabang olah raga lainnya.

Kanal berita pun semakin lama, semakin banyak. Berkembangnya zaman dan kebutuhan masyarakat meningkat membuat media-media konvensional menciptakan kanal-kanal terspesifik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kanal-kanal tersebut dipecah kembali menurut kebutuhan pembacanya. Seperti berita *entertainment* atau hiburan, *lifestyle*, olahraga, *otomotif*, *video*, infografik.

Dari ragam berita yang ada di media, media *online* mampu menyajikan berita yang terspesifik dan terkonsentrasi. Contohnya berita olah raga, yang memiliki banyak penggemar, sehingga memunculkan media *online* yang lebih spesifik. Muncullah *bola.net*, *bola.com*, *Juara.net*, *bola okezone.com*, *viva bola*, *bola sport*, dan lain sebagainya.

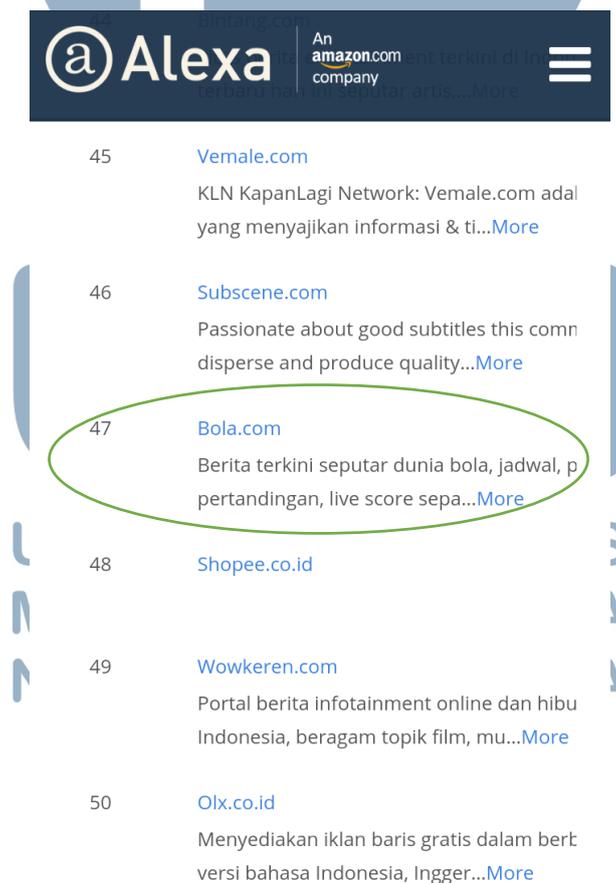
Di luar negeri pun terdapat media *online* yang khusus membahas olah raga seperti *fox sport*, *NBA.com*, *ESPN*, *goal.com*. *Fox Sport* khusus membahas berita-berita olah raga yang sedang berlangsung pertandingannya, seperti pertandingan sepak bola, *football*, *baseball*, *golf*, *basketball* dan ada pertandingan khusus seperti *hokkie*. Kemudian *ESPN* khusus membahas sepak bola, dan juga membahas beberapa cabang olah raga lainnya namun lebih didominasi oleh berita olah raga.

NBA.com sudah pasti hanya membahas tentang basket saja. *Goal.com* juga hanya membahas pertandingan sepak bola.

Di Indonesia sendiri setiap portal berita memiliki media khusus untuk berita olah raga, seperti *okezone.com* memiliki *bola okezone*, *detik.com* memiliki *detik sport*, kemudian *viva news.com* memiliki *viva bola* sebagai kanal olah raga mereka, *liputan6.com* memiliki *bola.com* sebagai kanal olah raga mereka, *kompas.com* memiliki *kompas bola*, *kapan lagi.com* memiliki *bola.net* sebagai kanal olah raga mereka.

Bola.com merupakan salah satu media *sport online* yang memiliki prestasi yang cukup baik. Meskipun *bola.com* baru berjalan dua tahun sejak 28 April 2015, *bola.com* mampu menjadi media *online* olahraga pertama yang sering diakses oleh masyarakat di Indonesia.

Gambar 1.4 Peringkat *bola.com* pada situs *Alexa.com*



Sumber: *alexa.com*

Data ini diunggah *alexa.com* pada 4 september 2017. *Bola.com* berada dalam grup EMTEK, bersama *liputan6.com*, SCTV, Indosiar, *vidio.com*, *bintang.com*, namun *bola.com* mampu bersaing dengan media besar lainnya dengan menjadi media olah raga yang sering di kunjungi se-Indonesia mengalahkan pendahulunya seperti *juara.net* atau *bola.net*.

Bola.com memiliki keunikan tersendiri untuk bisa menyampaikan isi berita yang cukup padat namun bisa dinikmati oleh pembacanya. Salah satu keunggulannya adalah *multimedia*. *Bola.com* memiliki berbagai macam program untuk bisa memberikan informasi kepada pembacanya, salah satunya *sport bite*. Program ini menampilkan ulasan pertandingan sepakbola, dengan menampilkan *review* gol cantik, atau pencetak gol, atau membahas sisi lain pemain bola tersebut. Penyampaian konten berbentuk *video* berdurasi kurang lebih satu menit, yang dilengkapi teks untuk menjelaskan informasinya. Hal ini membuat para pembaca tidak perlu mengeluarkan kuota yang banyak untuk bisa mengakses berita *bola.com*.

Kemudian ada 'Cerita ku' program yang membahas sisi lain dari atlet atau pemain sepak bola, pekerjaan seperti permainan tong setan yang ternyata pemainnya ada perempuan. Ini merupakan salah satu bagian *storytelling* milik *bola.com*. Berita pada portal beritanya pun sudah dilengkapi dengan *video* sebagai pendukung tulisan artikel mereka. *Vidio.com* menyediakan akses untuk bisa *live streaming* pertandingan sepak bola nasional, dan pertandingan NBA.

Penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di *bola.com* untuk menerapkan ilmu yang sudah didapat di bangku perkuliahan dan diterapkan di dunia kerja.

1.2 Tujuan Magang

Kerja magang yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana proses kerja dan peran asisten produser di media *online*. Kerja magang dijadikan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan penulis selama kuliah di Universitas Multimedia Nusantara, seperti proses pra produksi (pencarian ide dan konsep, pembuatan skrip, dan pengumpulan materi), proses produksi (proses syuting, liputan dan penyuntingan gambar) dan

pasca produksi (proses pengecekan konten, hasil *video*, dan pengunggahan *video*). Hal ini penulis aplikasikan di bagian *multimedia bola.com* sebagai asisten produser.

Selain itu, penulis juga berharap bisa mendapatkan ilmu dari praktik yang dilakukan di *bola.com*. Tidak hanya mendapatkan ilmu dan pengalaman, penulis juga mendapat wawasan tambahan dalam bidang jurnalistik. Penulis mendapatkan banyak relasi dengan orang-orang yang kompeten di bidangnya masing-masing.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Sesuai dengan kesepakatan, penulis mulai kerja magang di *bola.com* per 31 Juli 2017 sampai 7 November 2017. Sebelumnya penulis telah melakukan *interview* pada 7 Juli 2017 di sebuah kedai kopi di dalam stasiun KRL Manggarai. Penulis juga menambah tiga hari sampai 10 November yang seharusnya selesai 7 November untuk menambah absen yang kurang.

Pada dua minggu pertama, penulis masuk kerja mulai hari Senin-Jumat pukul 11.00 – 19.00 WIB. Kemudian Minggu selanjutnya penulis masuk pukul 13.00 – 20.00 WIB, karena jarak rumah penulis dan kantor *bola.com* yang jauh. Penulis juga diizinkan untuk mengganti absen dengan masuk di hari Sabtu dan Minggu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mulai mencari tempat magang pada bulan April 2017. Selama melakukan pencarian tempat magang, penulis melakukan:

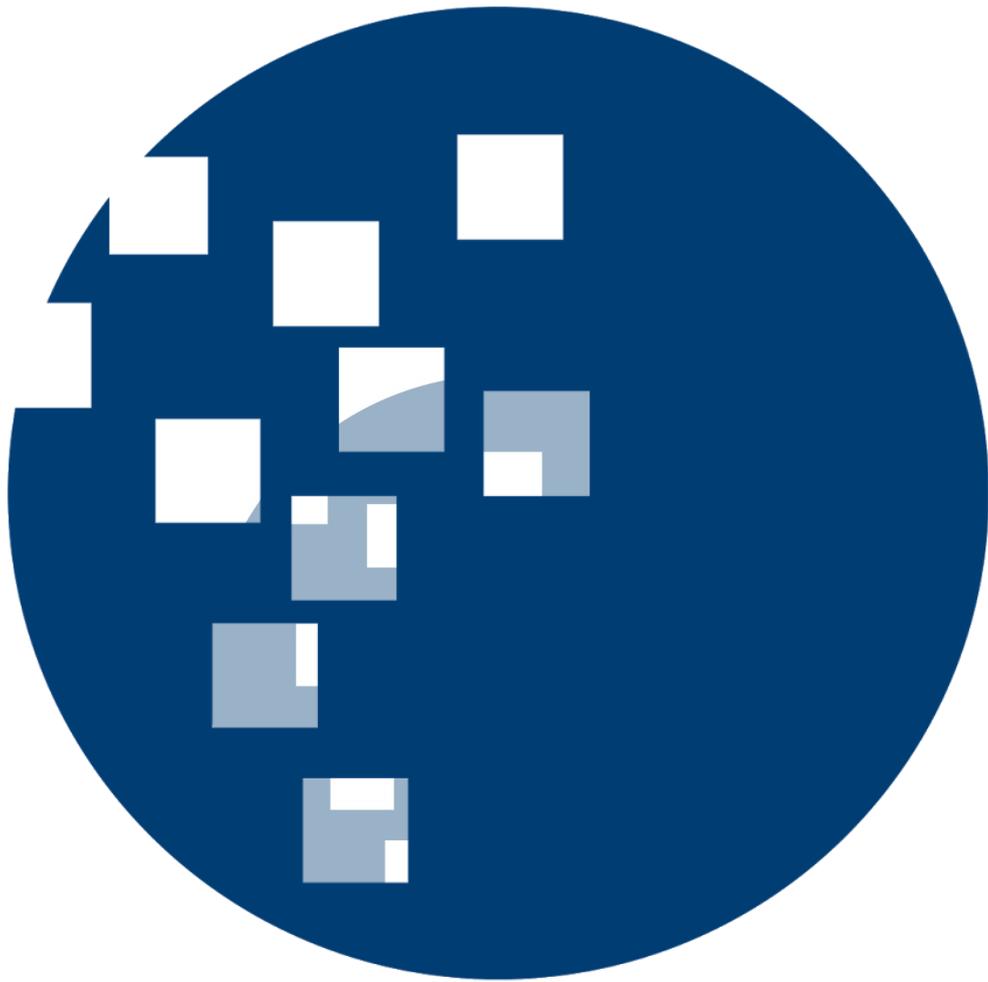
- Pengecekan sosial media milik media
- Relasi dengan dosen yang bekerja di media
- *Website* media konvensional yang ada di Jakarta
- Bertanya kepada senior yang sudah terlebih dahulu melakukan kerja magang sebelumnya.

Penulis menyerahkan berkas CV (*curriculum vitae*) ke beberapa media, yaitu *Kompas.com*, *Cnnindonesia.com*, Metro TV, Net TV, Kompas TV, *I-news* TV, dan Jakarta Post. Penulis melakukan pengiriman CV beserta portofolio tanggal 24 April 2017. Karena belum juga mendapatkan jawaban, penulis memutuskan untuk melakukan pengiriman ulang pada bulan Mei 2017.

Tanggal 30 Mei 2017, Jakarta Post mengundang penulis untuk menghadiri *interview*. Namun, penulis sempat berkendala tidak dapat melaksanakan kerja magang yang dimulai saat liburan karena SKS yang dimiliki penulis tidak mencapai standar yang sudah ditetapkan oleh pihak Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis diminta untuk menunggu hingga semua SKS (110 SKS) terkumpul, untuk dapat menjalankan kerja magang.

Sambil menunggu persetujuan kerja magang dari Kaprodi Ilmu Komunikasi, penulis memutuskan untuk melakukan kerja magang di Jakarta Post selama sebulan sebagai fotografer. Setelah tiga minggu melakukan kerja magang di Jakarta Post, Berto Wedha selaku mentor penulis di Jakarta Post, mengenalkan penulis kepada kepala *desk multimedia bola.com* bernama Peksi Cahyo.

Setelah mendapat persetujuan dari Kaprodi Ilmu Komunikasi penulis dipanggil untuk melakukan *interview* dengan Bapak Peksi Cahyo pada 7 Juli 2017 di stasiun KRL Manggarai pukul 11.00 WIB. Penulis mulai bekerja tanggal 31 Juli 2017 sebagai asisten produser di *desk multimedia bola.com*.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA