



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

Menurut McQuail (2010, h.70), media memiliki lima fungsi, yaitu informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan, dan mobilisasi. Salah satu fungsi yang mendasar adalah media massa sebagai sumber informasi, yang artinya media massa harus dapat menyediakan informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang ada di masyarakat.

Namun, fungsi media massa untuk memberikan informasi tidak luput dari peran jurnalis atau wartawan dalam mencari, mengumpulkan, dan menyajikan informasi kepada masyarakat.

Saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa hal baru bagi media massa. Sejak hadirnya media *online* pada tahun 1994 yang dipelopori oleh Republika Online telah membawa perubahan bagi media massa dan jurnalis dalam menghasilkan informasi. Penyebaran informasi yang sudah begitu luas dan tidak terbatas menjadikan masyarakat bisa mengakses informasi secara bebas dengan mudah.

Kehadiran media yang memanfaatkan internet ini, memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses foto, video, dan audio serta kecepatan dalam pembaharuan suatu informasi (Craig, 2005, h.8). Maka tak heran jika media cetak, radio, dan televisi berlomba-lomba untuk menghadirkan berita dengan versi *online* untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Salah satu contohnya, Harian Kompas yang memiliki media interaktif, yaitu Kompas.com dan e-paper. Pada Kompas.com, sebagian besar berita yang terdapat pada media cetak dibagikan melalui *online* agar masyarakat dapat mengetahui informasi secara cepat. Namun, bagi khalayak yang ingin mengakses berita secara keseluruhan dan komperensif dapat melalui media cetak.

Hal ini juga didukung karena perbedaan yang dimiliki media *online* dengan media konvensional yang menjadikan jurnalistik *online* memiliki

karakteristik dan kelebihan tersendiri yang dikemukakan oleh Romli (2012) pada bukunya berjudul *Jurnalistik Online*, yaitu

1. *Audience Control*

Khalayak diberikan kebebasan untuk memilih informasi yang ingin dikonsumsi

2. *Immediacy*

Proses penyebaran informasi melalui media *online* begitu cepat tanpa adanya pengantara atau pihak ketiga

3. *Multimedia Capability*

Khalayak dapat menikmati berita dalam format foto, tulisan, suara, dan video secara bersamaan.

4. *Nonlinear*

Berita yang disajikan bersifat independen

5. *Storage and Retrieval*

Berita yang lama dapat kembali dinikmati karena tersimpan secara “abadi” pada internet.

6. *Unlimited Space*

Berita yang disampaikan jurnalis *online* tidak terbatas pada halaman

7. *Interactivity*

adanya interaksi langsung antara khalayak dan jurnalis.

Salah satu media *online* di Indonesia yang memiliki keunggulan di atas adalah *Bola.com*. *Bola.com* merupakan media olahraga online Indonesia yang pertama kali menghadirkan desk multimedia (sumber: HRD *Bola.com*). Hadirnya multimedia dalam media online olahraga telah membawa perubahan besar dalam penyebaran informasi seputar olahraga karena berita yang disajikan pun terdiri dari berbagai format seperti, video, tulisan, dan gambar yang dapat diakses secara bersamaan oleh khalayak.

Selain itu, *Bola.com* memiliki keunikan pada desk multimediana, yaitu dengan memberitakan berita nasional dan internasional dalam bentuk video singkat yang ringan dan unik. Maka tak heran jika segmentasi khalayak *Bola.com* tidak hanya berpusat bagi pecinta olahraga dan sepak bola saja, tetapi bagi pembaca lainnya. Hingga saat ini, media olahraga

lainnya juga ikut menghadirkan desk multimedia agar format berita olahraganya semakin kaya.

Walaupun media *online* olahraga ini terbilang baru karena baru dua tahun diluncurkan, *Bola.com* menurut data yang dikeluarkan Alexa.com telah menempati posisi ke 45 sebagai media *online* yang paling banyak di akses dan posisi kedua sebagai media *online* olahraga yang paling diminati khalayak.

Jika dibandingkan dengan *Bola.net* yang berada di posisi pertama sebagai media online yang paling banyak diminati khalayak, *Bola.com* masih lebih aktif dan banyak dalam memproduksi sebuah video setiap harinya, yaitu sekitar 25-40 berita yang ditautkan dengan video.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang di *Bola.com* untuk menerapkan ilmu yang penulis dapatkan selama perkuliahan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis selama 60 hari bertujuan untuk mengetahui alur kerja video editor pada *Bola.com*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Penulis melaksanakan prosedur kerja magang dimulai pada 31 Juli 2017 hingga 31 Oktober 2017. Namun dikarenakan jadwal perkuliahan dan kepanitian yang penulis ikuti di Universitas Multimedia Nusantara, penulis menyelesaikan kerja magang pada 10 November 2017.

Penulis masuk setiap hari Senin – Jumat pada pukul 11.30 – 20.00. Namun dalam pelaksanaannya jam kerja tersebut fleksibel tergantung dari kondisi pekerjaan yang ditugaskan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada awalnya, penulis mengajukan form KM-01 untuk mendapatkan surat pengantar dari Universitas Multimedia

Nusantara. Perusahaan media yang penulis ajukan adalah Kompas Gramedia, Net Mediatama, dan Media Televisi Indonesia. Namun pada 10 Juli 2017, penulis mendapatkan ajakan dari teman untuk mendaftar di *Bola.com*. Lalu penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio.

Penulis kembali mengajukan form KM-01 untuk mendapatkan surat pengantar ke *Bola.com*. Pada 25 Juli 2017, penulis mendapatkan panggilan untuk melakukan wawancara dan sharing bersama *Head of Operation*, Darajatun; Redaktur Pelaksana, Tjatur Wiharyo; dan *Head of Multimedia*, Peksi Cahyo Priambodo, Produser, Yusuf Satria.

Pada 31 Juli 2017, penulis resmi memulai praktik kerja magang di *Bola.com*. Pada hari pertama, penulis diajak berkenalan dengan beberapa orang yang ada di redaksi serta pengenalan tugas sebagai video editor.

Penulis mendapatkan beberapa template, logo grafis, Bug ID *Bola.com*, dan standar editing yang ada pada *Bola.com* yang harus diikuti. Selain itu, penulis langsung diberikan tugas untuk membuat video kompilasi pertandingan sepak bola.

