

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dari ilmu pengetahuan dan teknologi yang ditandai dengan kemajuan dibidang media informasi dan teknologi pada saat ini telah berjalan begitu pesat (Ameliola & Nugraha, 2013). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan media. Teknologi informasi yang paling banyak digunakan masyarakat adalah media sosial (Zeva, Rizqiana, Novitasari, & Radita, 2023). Pada saat ini banyak media yang menjangkau jaringan dengan lebih luas untuk bisa berkembang kedepannya, khususnya dalam memproduksi konten jurnalistik. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana dalam menyampaikan informasi ke publik. Mengenai menarik perhatian masyarakat, media sosial yang merupakan bagian dari media *online* bisa saja lebih aktif dalam mengalihkan perhatian masyarakat dari media massa dan hanya tertuju pada media sosial.

Saat ini, modernisasi terus berlangsung hingga ke berbagai lini kehidupan Masyarakat, diantaranya dalam menyampaikan serta menerima berita dalam format yang dinilai lebih mudah untuk diakses secara *online* oleh *audience*. Selain itu, perkembangan teknologi memiliki hubungan antara produsen dengan konsumen saling terikat, jika setiap produsen tidak peduli maka pasti akan ditinggalkan oleh konsumennya (Rohimah, 2018). Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terkini menunjukkan rasio pengguna internet terhadap total penduduk Indonesia sebesar 77,02 persen pada tahun 2022, artinya lebih dari 210 juta masyarakat Indonesia menggunakan internet. Hal tersebut menggambarkan bahwa mayoritas Masyarakat Indonesia sudah memanfaatkan kehadiran internet.

Kehadiran internet ini membuka peluang bagi dunia jurnalistik untuk semakin dekat dengan *audience* yang sebelumnya sulit untuk dijangkau karena mereka yang belum bisa mengakses internet secara lebih luas. Semenjak teknologi berkembang pesat, media cetak “dituntut” untuk melakukan perubahan secara cepat dan praktis dimasa era digital saat ini.

Dengan adanya media *online* akan mempermudah mendistribusikan berita secara gratis, cepat, interaktif dan pada saat itu juga (*event on the making*) dirasakan oleh media massa mainstream sebagai cara yang tepat untuk memperbesar jaringan kepada pembaca agar memiliki loyalitas (Putra, 2019). Diera internet, media bisa melakukan distribusi konten jurnalistik ke berbagai kanal seperti website dan media sosial. Jenkins (2006) menuliskan pada awal tahun 1983 *Ithiel de Sola Pool* dalam bukunya berjudul *Technology of Freedom* telah menggunakan istilah konvergensi untuk menggambarkan kekuatan perubahan dalam industri media.

Pamuji (2019) menunjukkan dari banyaknya perusahaan media cetak mulai beralih ke media *online* karena saat ini perhatian konsumen tertuju pada media sosial. Mengonsumsi berita dengan cara lama sama saja dengan membaca berita melalui media cetak. hal tersebut dinilai kurang praktis dan efisien dalam mengonsumsi berita pada masa ini. Sedangkan, pengaksesan media *online* tergolong sangat mudah dijangkau untuk berbagai kalangan (Ameliola & Nugraha, 2013). Oleh karena itu, terciptalah sebuah media massa yang mampu menjawab atas kekurangan yang ada dan mampu menjadi solusi bagi media massa agar tetap memiliki eksistensi dalam Masyarakat (Putra, 2019). Generasi Z dipercaya lebih mudah menggunakan Internet, telepon seluler, dan berbagai situs media sosial secara teratur dengan menggunakan berbagai cara untuk menyalurkan komunikasi (Grail, 2011).

Menurut Ameliola & Nugraha (2013) beberapa program yang mencakup pengembangan media informasi dan teknologi yang dinamis, efektif, dan produktif. media sosial juga merupakan penghubung dalam proses peralihan masyarakat tradisional ke masyarakat modern karena media sosial tersebut digunakan oleh individu agar menjadi makhluk sosial yang dapat berbagi isi, berita, dan lain sebagainya. Generasi millennial sangat dekat dengan teknologi internet karena dapat memudahkan pengguna khususnya remaja millennial untuk mengakses dengan mudah karena terdapat berbagai fitur fitur di dalamnya (Ainiyah, 2018). Sekarang ini terdapat kanal-kanal atau aplikasi serta situs yang menyediakan konten maupun berita. Pada saat perkembangan media sosial saat ini memudahkan berbagai pengguna untuk bisa mengakses informasi yang beredar seperti, Pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya (Anggraini & Djatmiko, 2019). Hadirnya media sosial dapat memberikan kemudahan terutama bagi anak remaja millennial sekarang yang

dapat diakses kapan saja. Saat ini, alat yang sering digunakan adalah alat informasi karena pengguna bisa mencari tau apa yang menurutnya menarik dengan mengikuti berbagai akun sesuai informasi yang dibutuhkan (Pitaloka, Aprilizdihar, & Dewi, 2021).

Salah satu Perusahaan yang memang dibuat khusus untuk kalangan millennial secara konsisten adalah PT Dinamika Pratama Mediatama melalui unit bisnis mereka berupa media yaitu *IN Today Media*. Perusahaan ini berdiri pada 2019, sampai saat ini masih terus memproduksi berbagai konten jurnalistik. Perusahaan tersebut merupakan sebuah media *online* yang memanfaatkan berbagai kanal media sosial yang sering digunakan Masyarakat Indonesia, seperti *Instagram, Tiktok, Youtube, dan website*. Konten berita serta hiburan yang disediakan bersifat aktual dan faktual dengan berbagai konten yang dinilai mampu memenuhi kebutuhan target *audience* yang didominasi oleh generasi z. Salah satunya adalah konten yang tersedia di Instagram *IN Today Media* setiap harinya. Media tersebut tentu memiliki beberapa program di *Youtube Channel* mereka yaitu, *Instruments, Point Of View (POV), Podchill, Today's Property*, dan lain sebagainya.

Adapun divisi produksi ikut berperan dalam menjalankan proses liputan dan syuting yang nantinya akan dipublikasi diberbagai kanal media sosial milik media. Divisi produksi bertugas bertanggung jawab untuk mengikuti proses produksi dengan meng-handle proses pengambilan gambar berupa video dan foto. Setelah itu, hasil dari proses peliputan atau *syuting* perlu melewati tahap proses *editing* yang dijalankan oleh divisi produksi. Menjalankan kerja magang di *IN Today Media* dinilai mampu memberikan berbagai pengalaman dan keterlibatan dalam memproduksi konten-konten yang berskala besar. Hal yang terlihat dari produksi konten di sosial media atau diinternet ialah terkait komposisi, format, dan durasi konten tersebut. Tidak hanya itu, pemegang bisa dapat mengusulkan ide-idenya untuk meningkatkan kebaruan konten kedepannya.

Selain itu, penulis juga tertarik dengan media yang dirasa mampu untuk berkembang lebih baik lagi dengan menggunakan elemen jurnalisme strategi komunikasi. Hal ini yang akhirnya membuat penulis melakukan kerja magang di perusahaan PT. Dinamika Pratama Mediatama atau *IN Today Media* yang terletak di Soho, Pancoran, Jakarta Selatan, sebagai seorang videografer dan video editor.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang ini tentu memperkaya pengalaman dalam menjalankan pekerjaan secara professional sesuai dengan bidangnya. Adapun maksud dan tujuan dari penulis selama melakukan kerja magang di *IN Today Media* sebagai videografer adalah sebagai berikut:

- a. Menjalani program magang di media sebagai syarat kelulusan mahasiswa dari program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara (UMN)
- b. Mengaplikasikan pengetahuan penulis dalam mata kuliah *Digital Photography, Photojournalism, Digital Videography, Audio Storytelling, Video Program Production, Mobile and Social Media Content Production, and Documentary Journalism* membuat penulis mampu menjalankan tanggung jawab di divisi produksi dalam proses liputan, *syuting*, dan *editing* (audio, video, dan foto) di *IN Today Media*.
- c. Mengetahui cara kerja sebagai videografer dan video editor di lingkungan media yang bersifat profesional. Kesempatan yang telah diberikan sebagai videography dan video editor membuat penulis menjadi semakin matang untuk turun di dunia professional.
- d. Memperluas jaringan di dunia kerja media professional yang mampu membuka peluang-peluang lain dalam memperoleh kesempatan kerja. Hal tersebut didapatkan dari performa selama menjalankan kerja magang

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani program kerja magang dalam kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) jalur 1, penulis diwajibkan oleh pihak dari program studi Jurnalistik Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk dapat memenuhi target minimal 640 jam kerja di tempat penulis melaksanakan magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalankan kerja magang di *IN Today Media* dalam jangka waktu sekitar 640 jam. Kegiatan kerja magang disepakati dimulai pada 8 Agustus 2023, dan berakhir pada 8 Januari 2023. Waktu kerja magang berjalan lima hari kerja berlangsung secara WFO (*Work From Office*) dan WFH (*Work From Home*).

Pembagian jadwal antara WFO dan WFH sesuai dengan proyeksi yang terbit setiap

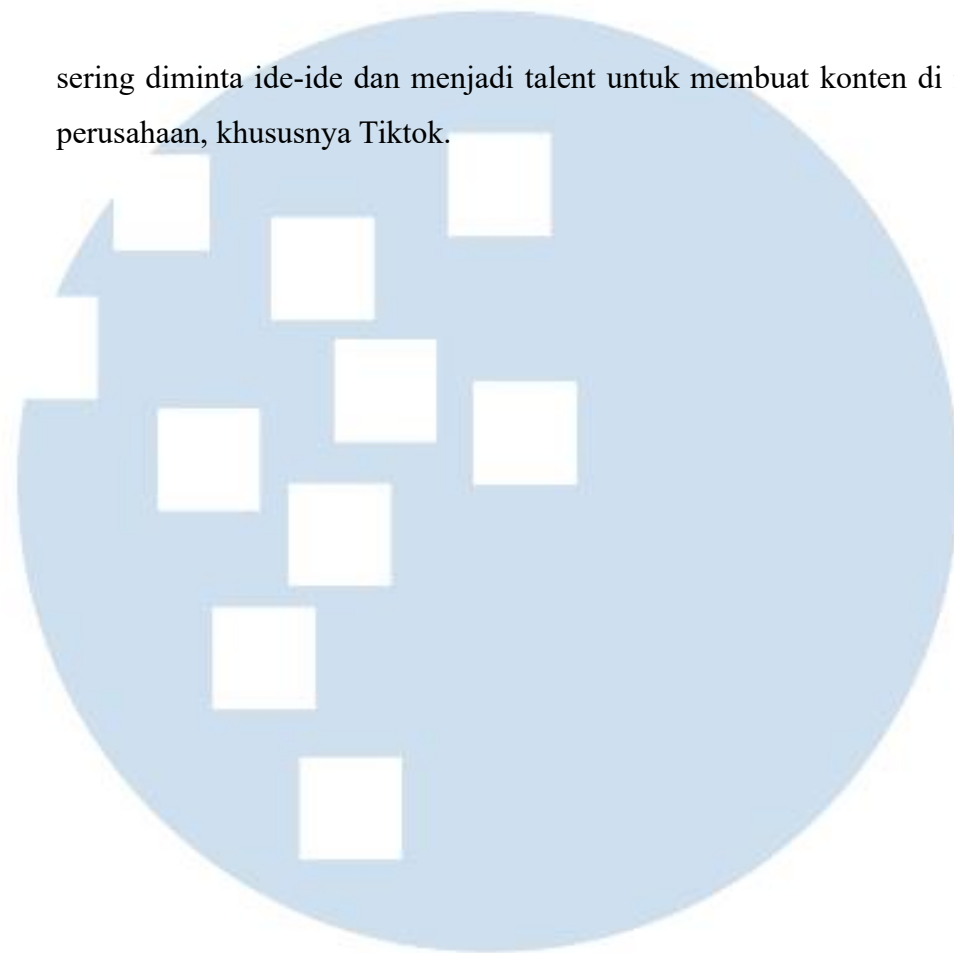
minggu bersifat tidak pasti atau tidak menentu. Jam kerja magang perhari di IN Today Media mulai dari jam 8 pagi hingga 4 sore. Namun, jam kerja bersifat fleksibel karena sesuai dengan proyeksi yang telah di tentukan pada setiap harinya, seperti proses syuting atau liputan dapat mempengaruhi hal tersebut.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan proses kerja magang, pemagang membuat CV (Curriculum Vitae) serta melampirkan beberapa portofolio yang berkaitan dengan bidang yang ingin dilamar. Pada awal juli, penulis mencoba mengumpulkan beberapa info lowongan pekerjaan sebagai videografer atau video *editing*, seperti mencari melalui LinkedIn. Melihat salah satu postingan teman di Instagram bahwa *IN Today Media* sedang membuka lowongan kerja. Pembuatan CV disusun pada Februari 2023 hingga dinilai layak untuk diserahkan ke berbagai Perusahaan pada pertengahan Juli 2023. Pemagang melamar magang di *IN Today Media* pada 21 Juli 2023, dan pada 3 Agustus dinyatakan diterima magang di media tersebut sebagai videografer. Sebelum masuk dinyatakan dapat bergabung di IN Today Media, penulis melewati proses wawancara dan tes terlebih dahulu sesuai dengan bagian yang di lamar pada 29 Juli 2023.

Masa kerja magang disepakati berlangsung selama enam bulan dimulai pada 8 Agustus 2023. Selanjutnya, pemagang mengajukan KM-01 di website merdeka UMN sebagai tanda bahwa pihak kampus telah menyetujui Perusahaan tersebut dinyatakan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa jurnalistik. Lalu, pengajuan KM-02 menjadi tanda bahwa pihak kampus menyetujui aktivitas magang tersebut untuk dijalankan. Magang berlangsung secara *offline* dan *online*. Proses atau prosedur magang yang dijalankan secara *online* bisa melakukan koordinasi dengan pihak yang terkait termasuk kreatif dan produser melalui layanan panggilan suara, video, atau pesan singkat agar hasilnya sesuai dengan harapan produser. Selama menjalankan tanggung jawab sebagai videografer, pemagang sering menerima masukan dari banyak pihak termasuk *supervisor*. Tidak hanya itu, saat melakukan proses *editing* juga sering berkonsultasi serta menerima perubahan atau revisi dari produser jika tidak sesuai dari hasil *editing* tersebut. Para pemagang juga cukup

sering diminta ide-ide dan menjadi talent untuk membuat konten di media sosial perusahaan, khususnya Tiktok.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA