

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media dari era tradisional ke digital telah mengubah lanskap komunikasi secara global. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara konten disampaikan dan diterima, tetapi juga bagaimana audiens berinteraksi dengan media tersebut. Di era digital, kecepatan, kemudahan akses, dan personalisasi konten menjadi faktor utama yang mendorong preferensi audiens (Jenkins, 2006). Menurut Jenkins, konvergensi media memungkinkan konten mengalir melalui berbagai platform, memperluas jangkauan dan interaktivitas dengan audiens. Media digital, berkat karakteristiknya yang dinamis, telah mendorong terciptanya ekosistem media yang lebih inklusif dan partisipatif.

Di masa lalu, media massa seperti televisi, radio, dan surat kabar merupakan sumber informasi utama bagi masyarakat. Namun, dengan munculnya internet dan teknologi digital, terjadi pergeseran signifikan. Livingston dan Asmolov (2010) menggarisbawahi bahwa media digital menawarkan kemampuan untuk menyampaikan berbagai bentuk konten, termasuk teks, gambar, audio, dan video, ke audiens global dengan biaya yang relatif rendah. Ini memungkinkan individu dan organisasi untuk memproduksi dan membagikan konten mereka sendiri, mengurangi ketergantungan pada media tradisional sebagai mediator informasi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong personalisasi konten ke tingkat yang belum pernah terjadi sebelumnya. Algoritma yang canggih memungkinkan pengguna untuk menerima rekomendasi konten yang disesuaikan dengan preferensi pribadi mereka, meningkatkan keterlibatan dan retensi audiens (Pariser, 2011). Pariser mengkritik "filter bubble" yang dihasilkan oleh personalisasi ekstrem ini, yang dapat membatasi eksposur pengguna terhadap informasi dan perspektif yang beragam. Namun, tidak dapat

disangkal bahwa kemampuan untuk menyesuaikan pengalaman media telah menjadi daya tarik utama media digital.

Selain itu, media sosial telah merevolusi cara informasi dibagikan dan dikonsumsi. Boyd dan Ellison (2007) mendefinisikan media sosial sebagai layanan web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam sistem yang tertutup, berinteraksi dengan pengguna lain, dan melihat daftar koneksi mereka serta tindakan yang dilakukan dalam sistem. Kehadiran media sosial telah memperkuat dinamika partisipatif dalam produksi dan distribusi konten, memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai konsumen tetapi juga sebagai produsen konten (Jenkins, 2006).

Transisi media dari format tradisional ke digital telah secara mendasar mengubah cara dunia berkomunikasi. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi metode distribusi dan penerimaan konten, tetapi juga interaksi audiens dengan media. Dalam era digital ini, faktor-faktor seperti kecepatan akses, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk mempersonalisasi konten menjadi kunci utama yang menentukan pilihan audiens (Jenkins, 2006). Jenkins menekankan bahwa fenomena konvergensi media memfasilitasi aliran konten melintasi platform yang beragam, meningkatkan cakupan dan tingkat interaksi dengan pengguna. Karakteristik fleksibel dari media digital telah merangsang pembentukan ekosistem media yang lebih terbuka dan interaktif.

Sebelumnya, media tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar menjadi pilar utama dalam menyebarkan informasi kepada publik. Namun, kemunculan internet dan kemajuan teknologi digital membawa angin perubahan yang signifikan. Livingston dan Asmolov (2010) menyoroti bahwa media digital memperkenalkan kapabilitas untuk menyebarluaskan beragam jenis konten—dari teks dan gambar hingga audio dan video—ke seluruh dunia dengan biaya yang lebih murah. Hal ini memberi kesempatan bagi individu serta organisasi untuk tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga penghasil dan penyampai

konten mereka sendiri, mengurangi ketergantungan terhadap saluran media tradisional sebagai perantara utama informasi.

Perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi telah membawa personalisasi konten ke tingkatan yang lebih tinggi. Teknologi algoritma yang maju memungkinkan pengguna mendapatkan rekomendasi konten yang sangat sesuai dengan preferensi mereka, yang pada gilirannya meningkatkan keaktifan dan kesetiaan audiens (Pariser, 2011). Meskipun Pariser memberikan kritik terhadap fenomena "gelembung filter" yang tercipta akibat personalisasi yang berlebihan—yang berpotensi membatasi akses pengguna ke berbagai informasi dan sudut pandang—tidak bisa dipungkiri bahwa fleksibilitas dalam menyesuaikan pengalaman media menjadi salah satu keunggulan terbesar dari media digital.

Lebih lanjut, revolusi yang dibawa oleh media sosial telah mengubah paradigma bagaimana informasi disebarkan dan diterima. Boyd dan Ellison (2007) mengartikan media sosial sebagai platform online yang memungkinkan individu untuk membuat profil yang dapat diakses publik atau semi-publik, berinteraksi dengan pengguna lain, serta melihat daftar hubungan dan aktivitas mereka di dalam sistem tersebut. Keberadaan media sosial memperkuat unsur partisipatif dalam penciptaan dan distribusi konten, dimana pengguna berperan tidak hanya sebagai penerima konten, namun juga sebagai kreator konten (Jenkins, 2006).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penyelesaian magang adalah syarat wajib untuk menuntaskan program S1 dan memenuhi kredit semester (SKS), sekaligus menjadi bagian dalam kurikulum yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Intensi penulis untuk mengikuti praktik magang diuraikan sebagai berikut:

1. Memperoleh pengalaman profesional di bidang media digital, dengan fokus khusus pada peran sebagai editor video di *Haibunda.com*;

2. Untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman tentang editing dalam jurnalisme digital.
3. Menerapkan secara praktis pengetahuan jurnalistik yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara, khususnya yang berkaitan dengan produksi program video, videografi digital, etika jurnalistik, dan penyajian informasi melalui tambahan visual selama masa magang di *Haibunda.com.com*.
4. Menjalankan dan memenuhi persyaratan mata kuliah Magang, yang merupakan prasyarat untuk menyelesaikan studi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalankan periode magang sebagai video editor dalam tim multimedia di *Haibunda.com* selama total 640 jam. Periode magang ini dijalani dalam kerangka Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dari Kampus Merdeka, yang dimulai pada tanggal 16 Februari 2024 dan berakhir pada tanggal 30 Juni 2024. Selama masa magang, kegiatan harian penulis dimulai pada pukul 10.00 WIB dan berakhir pada pukul 19.00 WIB.

Jadwal kerja harian penulis diatur dalam sistem kerja 5 hari seminggu, dari Senin hingga Jumat. Penulis mengikuti model kerja *hybrid*, di mana penulis akan bekerja di kantor (*Work From Office*) dan dari rumah (*Work From Home*) sesuai dengan kebijakan dan jadwal yang telah ditetapkan oleh *Haibunda.com*. Jika ada kebutuhan untuk meliput acara di luar waktu normal tersebut, terutama yang berkaitan dengan penyesuaian jadwal narasumber, penulis siap untuk melaksanakan tugas tersebut. Meskipun demikian, *Haibunda.com* memastikan bahwa penulis tetap mendapatkan kompensasi waktu istirahat yang sesuai jika harus bekerja di akhir pekan, menegakkan prinsip keseimbangan antara pekerjaan dan waktu pribadi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk prosedur pelaksanaan kerja magang, penulis mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) dari Kampus Merdeka dengan cara mengajukan lamaran melalui laman resmi Kampus Merdeka dengan batasan maksimal 22 perusahaan ataupun posisi yang ingin dituju. Penulis memanfaatkan 11 kuota dari 22 kuota yang diberikan pada batas terakhirnya di 11 Desember 2023. Kemudian, pada 26 Desember 2023, penulis mendapatkan notifikasi surel dari *Human Capital* Detikcom yang berisi pernyataan lolos asesmen dari panelis dan lanjut ke tahap selanjutnya untuk melakukan *Online Psychological Test* pada 28 Desember 2023. Tidak berhenti di sana, setelah mengikuti tes tersebut, penulis masih harus melalui beberapa tahap lagi, yaitu penugasan untuk seleksi yang harus dikerjakan dalam waktu 5 hari dan dikumpulkan paling lambat pada 3 Januari 2024. Tugas yang diberikan oleh *user* adalah mengambil gambar sederhana di sekitar rumah yang memiliki nilai berita untuk Ibu Hamil/ Ibu Menyusui/ Ibu dengan Anak/ Perempuan, yang harus disunting dan dibuat juga *scriptnya*, serta membuat sebuah video sederhana dengan tema *parenting/kehamilan* yang berdurasi 1 menit bersamaan dengan *script*-nya. Dua hari kemudian, 5 Januari 2024, penulis mendapatkan panggilan untuk melakukan *interview* secara daring dengan *user* atau produser dari Haibunda.com.com di tanggal 9 Januari 2024, pukul 13.00 WIB. Keesokan harinya, melalui surel disampaikan bahwa penulis diterima untuk magang melalui MSIB di Haibunda.com.com sebagai seorang *video editor* bersama dengan kedua teman dari kampus lainnya dan harus segera mengkonfirmasi di laman Kampus Merdeka. Setelah itu, kami semua dikumpulkan dalam sebuah *group chat* dan *letter of acceptance* diberikan pada 12 Februari 2024.