

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses magang di *Konde.co*, penulis ditempatkan di posisi *Social Media Intern*. Dalam menjalankan tugas selama magang, penulis mendapatkan bimbingan dari Fiona Wiputri sebagai manajer multimedia sekaligus supervisi dan Ardiles sebagai staf IT dan desain. Penulis berkoordinasi langsung dengan Fiona dalam setiap konten poster atau video yang akan diproduksi. Penulis juga mendapatkan saran dan bimbingan dalam mendesain poster dari Ardiles.

Dalam tim media sosial *Konde.co*, koordinasi dilakukan melalui grup WhatsApp yang bernama “Medsos *Konde.co*”. Setiap senin pagi pukul 9.00, tim redaksi mengadakan rapat redaksi yang dihadiri oleh tim redaksi, media sosial, dan program. Rapat redaksi dipimpin oleh seluruh tim redaksi termasuk magang *Konde.co* secara bergantian. Dalam rapat redaksi, tim akan mengumpulkan ide tulisan ataupun konten untuk media sosial. Setelah terkumpulnya ide untuk satu minggu, Fiona sebagai manajer multimedia akan membagikan tugas untuk masing-masing anggota tim media sosial dalam satu minggu tersebut di tabel *spreadsheet* “*Content Planning Konde.co*” dan dibagikan juga ke dalam grup WhatsApp.

Setelah mendapatkan tugas untuk satu minggu tersebut, penulis mengerjakan tugasnya dari rumah pada 4 hari kerja (Senin, Rabu, Kamis, Jumat) dan bekerja dari kantor pada hari Selasa. Pada 2 bulan pertama, penulis mendapatkan tugas membuat video singkat, *copy* dan desain untuk poster *headline*. Setelah itu, penulis hanya membuat video singkat dan desain poster saja. Draft *copy* poster, desain poster, dan draft video dikirimkan ke grup WhatsApp. Setelah itu, biasanya penulis akan mendapatkan komentar dari Fiona dan atau Ardiles. Pada minggu awal magang, penulis mendapatkan banyak komentar terkait revisi poster ataupun video. Komentar terkait revisi tersebut disampaikan melalui grup WhatsApp. Seiring dengan pengalaman dan pembelajaran yang bertambah, penulis semakin jarang perlu melakukan revisi.

Dalam membuat desain poster ataupun video singkat, penulis diajarkan untuk menggunakan sumber foto ataupun video yang kredibel dan tidak berasal dari *Shutterstock*, *Antara*, *Reuters*, dan *AFP*. Apabila menggunakan *footage* bukan milik *Konde.co*, penulis harus mencantumkan sumbernya. Selain itu, dalam menggunakan ilustrasi pada desain, penulis diajarkan untuk lebih bijak memilih ilustrasi seperti menghindari ilustrasi yang kebarat-baratan dan hindari penggunaan ilustrasi yang menunjukkan stigma korban kekerasan seksual tak berdaya dan sedih. Penulis pun juga diajarkan untuk memperhatikan penulisan huruf miring, huruf kapital, dan aturan penulisan lainnya dalam membuat poster ataupun video.

Setiap anggota tim *Konde.co* boleh mendapatkan libur setiap tanggal merah dan hari cuti bersama. Selain itu, jika ada yang terpaksa bekerja di hari libur, terdapat libur pengganti yang boleh diambil. Hal ini juga berlaku bagi para magang termasuk penulis.

3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang

3.2.1. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani praktik magang di *Konde.co*, penulis mendapatkan tugas berupa membuat poster dan video singkat untuk diunggah ke media sosial *Konde.co* (Instagram, X, Tiktok, dan Youtube). Pada 1 minggu pertama, penulis hanya mendapatkan 2-3 tugas saja per minggunya karena masih ada *training* mengenai gerakan feminisme dan profil perusahaan dan masih beradaptasi menyesuaikan dengan cara kerja *Konde.co*. Setelah sudah mulai terbiasa dengan lingkungan kerja *Konde.co*, penulis mulai mendapatkan lebih banyak tugas seperti 4-5 tugas per minggunya. Tugas-tugas yang didapatkan penulis dikerjakan dari rumah. Akan tetapi, jika dibutuhkan untuk beberapa kondisi, penulis melaksanakan pekerjaannya dari kantor (setiap hari Selasa) dan dari tempat lain untuk mengambil *footage* atau menghadiri suatu acara dan aksi.

Dalam membuat poster dan video, penulis membutuhkan ilustrasi. Sebagai media yang berperspektif korban, *Konde.co* dalam menyajikan berita mengenai kekerasan seksual dan isu kekerasan lainnya memiliki ketentuan sendiri seperti ilustrasi harus menggambarkan perspektif korban dan tidak menunjukkan kesedihan dan tersiksa. Untuk menyiasatinya, ilustrasi yang digunakan harus menunjukkan perjuangan korban untuk bertahan bukan kesedihannya.

3.2.1.1. Poster Harian Headline

Poster yang dibuat oleh penulis ada dua jenis yang terdiri dari poster harian *headline*, dan poster organik (poster hari raya, cek fakta, dan poster carousel lainnya) yang dibuat oleh penulis dari riset hingga desain.

Poster yang sering dibuat oleh penulis adalah poster harian dari *headline* pada hari tersebut yang ada di website *Konde.co*. Setiap Senin - Jumat, tim redaksi akan mengunggah 2 artikel ke dalam website *Konde.co* yaitu 1 artikel di pagi hari dan 1 di siang hari. Lebih sedikit dari pada hari kerja, tim redaksi hanya mengunggah 1 artikel setiap akhir pekan dan hari libur lainnya dan tidak dibuatkan poster hariannya. Artikel yang diunggah setiap pagi pada hari Senin - Jumat merupakan *headline* yang akan dijadikan poster harian untuk diunggah ke media sosial. Misalnya, seperti artikel *Segudang Masalah Film 'Vina: Sebelum 7 Hari', Darurat Etika dan Perspektif Korban* yang merupakan *headline* pada tanggal 15 Mei 2024 yang dibuatkan poster harian.

Gambar 3.1.

Poster Headline 15 Mei 2024



Sumber: Tangkapan layar penulis

Untuk membuat poster harian, pada 2 bulan pertama penulis akan membuat *copy* poster *headline* terlebih dahulu sebelum membuat desain poster. Setelah 2 bulan, setiap pagi akan dikirimkan *copy* untuk poster oleh Fiona melalui grup WhatsApp. Setelah itu, penulis secara bergantian dengan Ardiles akan membuat desain posternya menggunakan aplikasi Canva dari gawai masing-masing. Jika sudah selesai mendesain poster, draft poster dikirim ke grup WhatsApp Medsos *Konde.co*. Apabila ada yang perlu direvisi, akan disampaikan langsung oleh Fiona melalui grup WhatsApp untuk diperbaiki. Selain Fiona, Ardiles dan penulis juga boleh saling memberikan komentar dan saran untuk semua jenis konten yang akan diunggah seperti desain poster ataupun video. Jika sudah diperbaiki, poster yang sudah jadi dikirim lagi ke grup WhatsApp untuk diunggah ke media sosial oleh Fiona.

3.2.1.2. Poster Organik

Berbeda dengan poster harian, poster organik dibuat sendiri oleh penulis dari proses riset, pembuatan *copy* hingga desain. Dalam membuat poster hari raya, penulis tidak perlu menunggu *copy* dari Fiona karena penulis bisa langsung mendesain poster dan dikirimkan langsung ke grup WhatsApp. Sedangkan, untuk poster *carousel* lainnya seperti cek faktadan lainnya, penulis perlu melakukan riset dan membuat *draft copy* dan menunggu persetujuan dari Fiona terlebih dahulu sebelum lanjut membuat desain posternya. Setelah itu, sama dengan pembuatan poster harian, proses untuk membuat poster carousel dan hari raya akan dilihat dan diberi komentar oleh Fiona dan Ardiles sebelum diunggah ke media sosial.

3.2.1.3. Video

Selain membuat poster, penulis juga sering diberikan tugas membuat video singkat. Dalam membuat video singkat, penulis harus melakukan riset dan membuat *script* terlebih dahulu. Setelah sudah ada konsep video dan *script*, penulis akan memberitahu kepada Fiona untuk memberi komentar dan masukan. Setelah mendapatkan persetujuan dari Fiona, penulis baru boleh menggarap videonya.

Video yang dibuat oleh penulis memiliki proses pembuatan yang berbeda-beda. Ada yang mengharuskan penulis langsung mendatangi tempatnya untuk mengambil *footage* seperti video kritik fasilitas Stasiun Manggarai. Sebelum mengambil video, penulis harus meminta izin terlebih dahulu.

Gambar 3.2.

Video Stasiun Manggarai



Sumber: Tangkapan layar penulis

Selain video liputan, penulis lebih sering membuat video yang bisa dilakukan dari rumah saja dengan merekam diri sendiri atau mengambil *footage* dari Youtube dan media sosial lainnya seperti video kritik series *Single's Inferno*.

Gambar 3.3.

Video Kritik Series *Single's Inferno*



Sumber: Tangkapan layar penulis

Selain membuat video penulis sendiri, penulis juga beberapa kali mengedit video dari liputan reporter lain seperti video Napak Reformasi. Setelah selesai proses editing, penulis akan mengirimkan draft video ke grup WhatsApp Medsos *Konde.co* untuk di-*review* oleh Fiona. Jika ada yang harus direvisi, biasanya akan disampaikan secara langsung ataupun melalui grup WhatsApp. Jika sudah tidak ada yang perlu direvisi, penulis lanjut membuat *thumbnail* video sebelum diunggah oleh Fiona ke akun media sosial *Konde.co*.

Gambar 3.4.

Thumbnail Video Napak Reformasi



Sumber: Tangkapan layar penulis

3.2.1.4. Mengikuti Acara Undangan atau Aksi

Selain membuat konten untuk media sosial, penulis juga beberapa kali mendapatkan tugas untuk menghadiri suatu acara undangan dari Lembaga atau komunitas lainnya untuk diliput atau hanya sekadar partisipasi. Seperti menghadiri dan membuat video dari acara diskusi peluncuran buku “*See Through My Eyes*” karya Transmen Indonesia dan Taufan Wijaya.

Selain itu, sebagai media aktivis, *Konde.co* juga turut serta dalam aksi seperti aksi *International Women’s Day* yang bertepatan juga pada ulang tahun *Konde.co* yang mengharuskan seluruh tim termasuk anak magang untuk ikut serta dalam aksi tersebut sehingga penulis juga berpartisipasi dalam aksi.

Untuk merangkum tugas yang sudah dikerjakan oleh penulis selama 18 pekan melaksanakan proses kerja magang sebagai *Social Media Intern* di *Konde.co*, penulis merincikannya sebagai berikut.

Tabel 3.1.
Rincian Tugas Penulis Per Pekan

Pekan	Tugas Penulis
1 (22 Januari – 26 Januari 2024)	<ul style="list-style-type: none">Membuat poster <i>headline</i> Terganggu Dengan Baliho Pemilu Karena Rusak Lingkungan? Banyak Pohon Dipaku dan Bikin Sampah (https://www.instagram.com/p/C2js7fISygu/?igsh=dTUxajQwbTRpam44)Membuat video Telisik Film: <i>Single’s Inferno</i>, Tipe Film yang Komodifikasi Tubuh Perempuan (https://www.instagram.com/reel/C2rgVTwyWft/?igsh=MTIwcm3eHYydDgxbQ==)
2 (29 Januari – 2 Februari 2024)	<ul style="list-style-type: none">Membuat video Maraknya Razia <i>Sunscreen</i> dan <i>Makeup</i>: Apakah <i>Sunscreen</i> Hanya untuk Cantik-Cantikan? (https://www.instagram.com/reel/C2yOmFayw0-/?igsh=Z3JiZ3luMnU3MjFp)Membuat poster <i>headline</i> Dia Ketahuan Selingkuh, Tapi Kita Sulit <i>Move on, Stop</i> Hubungan Toksik (https://www.instagram.com/p/C2y_v7MSAgC/?igsh=MXdhhHdtbm1uOGZkNw==)Membuat poster <i>headline</i> Caleg Cantik dan Baliho “Mamah Semok” Menjual Sensualitas Perempuan? Ini Kampanye di Tengah Politik yang Sakit (https://www.instagram.com/p/C21rzbJSMTX/?igsh=MWYwNHpjemU5MmFm)

<p>3 (5 Februari – 9 Februari 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video <i>headline</i> Kamus Feminis: Apa itu <i>Surrogate Mother</i> (Ibu Pengganti)? (https://www.instagram.com/reel/C3CYaIJyNdD/?igsh=Zjd2b3VwYjNnM3hn)
<p>4 (12 Februari – 16 Februari 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Mendatangi dan membuat video acara diskusi peluncuran buku “<i>See Through My Eyes</i>” karya Transmen Indonesia dan Taufan Wijaya (https://www.instagram.com/reel/C3ZLpJ5y1_Q/?igsh=amVtNWtodDg2dTEy) Membuat poster <i>headline</i> Suami Istri Cerai Karena Beda Pandangan Politik Sampai Penyerangan Seksual: Kekerasan Terhadap Perempuan di Pemilu (https://www.instagram.com/p/C3R64eOySxq/?igsh=MWFzOTUydTE5Z2hyMA==)
<p>5 (19 Februari – 23 Februari 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membuat poster cek fakta menstruasi (https://www.instagram.com/p/C3mHP6dyHyF/?igsh=eWttcHVqMHRmeXlh) Membuat poster <i>headline</i> Tiap 5 Tahun Kami Dibohongi, Janji Manis Tak Dipenuhi: 17 Tahun Aksi Kamisan Tuntut Keadilan Korban (https://www.instagram.com/p/C3mbrecywH4/?igsh=eW51ZTNhcnBnYjhs) Membuat poster <i>headline</i> Berdesakkan, Antre Berjam-jam, Pingsan: Perempuan Paling Terdampak Naiknya Harga Beras (https://www.instagram.com/p/C3o3GMqy7Nx/?igsh=d2lrMTMzamp2MGQy) Dokumentasi kegiatan Pelatihan Peliputan Pemilu Berperspektif Gender dan Inklusi yang diadakan oleh <i>Konde.codan British Embassy</i>
<p>6 (26 Februari – 1 Maret 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Membuat poster <i>headline</i> Disekap dan Tak Diberi Makan: 15 Februari Hari PRT, Kenapa Nasib Mereka Masih Begini? (https://www.instagram.com/p/C34h-fmyrfc/?igsh=MXEweHlmcTlxcHhvbQ==) Membuat poster <i>headline</i> Tak Keluar Rumah dan Nangis TiapMalem: Cerita <i>Acne Fighter</i> Susah Payah Bangun Percaya Diri (https://www.instagram.com/p/C36_DrGS43N/?igsh=a3ZneW_VnN3VvdjZs)

<p>7 (4 Maret – 8 Maret 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Makan Siang Gratis untuk Bumil: Tokenisme, Salah Kaprah, dan Tak Selesaikan Masalah (https://www.instagram.com/p/C4KhLyMyUOe/?igsh=MWpueHlqa3pmcWtlZg==) • Membuat poster <i>headline</i> Kamus Feminis: Stereotipe Gender (https://www.instagram.com/p/C4NM8yyiqi/?igsh=Mm5icGJ0cG5qMDI3) • Membuat video Ulang Tahun <i>Konde.co</i> (https://www.instagram.com/reel/C4SfsZaPCbV/?igsh=YTVrdzh1NmZidHR2)
<p>8 (11 Maret – 15 Maret 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Nama Saya Nurul, Penggunaan Nama <i>The Nuruls</i> pada Semua Nurul Itu Misoginis! (https://www.instagram.com/p/C4cZu1WSCQ5/?igsh=MW9nMXFpdHI2ZDF3Zw==) • Membuat poster cek fakta Perempuan Cantik Harus Putih? Memang Iya? (https://www.instagram.com/p/C4hkfAPSSM0/?igsh=b3l4eTJ3ZHK1aGt5)
<p>9 (18 Maret – 22 Maret 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Minimnya Transportasi Publik Perkotaan, Perspektif Gender Cuma Jadi Impian (https://www.instagram.com/p/C4uks4ty0Xj/?igsh=bGNpbXlvZDRocjg5) • Membuat poster <i>headline</i> Film <i>Mothers' Instinct</i>: Peliknya Persahabatan Perempuan dan Kehidupan Ibu Rumah Tangga (https://www.instagram.com/p/C4zg-elSNuR/?igsh=Z2gxdXM4aHoyazNo) • Membuat video liputan Stasiun Manggarai Jakarta Belum Ramah Inklusi Sosial (https://www.instagram.com/reel/C47zTi3y7BO/?igsh=MW1n dGZybnU2NjV6YQ==)
<p>10 (25 Maret – 29 Maret 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Jualan Takjil Biar Dapur Ngebul dan Beli Baju Lebaran: Perempuan Cari <i>Cuan</i> di Bulan Ramadan (https://www.instagram.com/p/C5Adspzy4gk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>War</i> Takjil Dinginkan Suasana di Tengah Panasnya Isu Pemilu (https://www.instagram.com/p/C5AnKJ_SIn2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Beragama Itu Mestinya Gembira, Gak Harus Tegang: Melihat Akun ‘Agama Garis Lucu’ (https://www.instagram.com/p/C5DZ8HAyftq/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster hari raya paskah (https://www.instagram.com/p/C5KHrtnS5UM/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
11 (1 April – 5 April 2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Mengedit video Jalan-Jalan Perempuan: Cerita Perempuan Penyintas Depresi Inisiasi Waras Berkebun (https://www.instagram.com/reel/C5Qrcm7yBum/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> Kekerasan Seksual di Universitas Mulawarman: Ada 11 Macam Kekerasan, Tapi Terduga Pelaku Melenggang Bebas (https://www.instagram.com/p/C5SjNqES_Q6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> 5 Alasan Kenapa RUU KIA Dianggap Problematik (https://www.instagram.com/p/C5VLhgkSWG8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> lebaran Apa “Basa-Basi” yang Boleh Diucapkan Selama Lebaran? (https://www.instagram.com/p/C5mqq-LSyG7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
12 (8 April – 12 April 2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat video Menikmati Sepinya Jakarta pada Lebaran 2024 (https://www.instagram.com/reel/C5pXQaSS7-B/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
13 (15 April – 19 April 2024)	Libur Lebaran

<p>14 (22 April – 26 April 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster Hari Bumi (https://www.instagram.com/p/C6DqtOKSfIB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster cek fakta Apakah Benar Hamil Di Atas Usia 18 Tahun Meningkatkan Risiko Bayi Stunting? (https://www.instagram.com/p/C6GUGI8yz5u/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> Kenapa Bandung Tak Seromantis Itu: Minim Fasilitas Publik Ramah Gender sampai Isu Pelanggaran HAM (https://www.instagram.com/p/C6IsUaxyXpy/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat video Tren Makeup Routine: Mengapa yang Dilakukan Perempuan Selalu Dikomentari? (https://www.instagram.com/reel/C6K6jO2yXpp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> Ketua KPU Diduga Lakukan Tindakan Asusila: Merayu Korban Berbasis Relasi Kuasa (https://www.instagram.com/p/C6LFKyKShDK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster Perempuan Sebagai Garda Kedaulatan Budaya di Tengah Tipu Daya Patriarki (https://www.instagram.com/p/C6N8MhZSYD7/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
<p>15 (29 April – 3 Mei 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster Menghayati Penghayat Kepercayaan: Penjaga Kebudayaan yang Bukan Sekadar Objek (https://www.instagram.com/p/C6YUssNSTcd/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster Hari Buruh (https://www.instagram.com/p/C6awa66SR32/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> Film <i>Dua Hati Biru</i>: Gejolak Keluarga Muda Bertarung dengan Realitas (https://www.instagram.com/p/C6dLjPcyc2D/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)

<p>16 (6 Mei – 10 Mei 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> <i>Problem</i> Perempuan Pekerja Film: <i>Overwork</i>, Standar Kerja Jauh dari Impian (https://www.instagram.com/p/C6qMHofy0xp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Usut Tuntas Pembunuhan Marsinah! 31 Tahun Sudah Lewat Tanpa Keadilan (https://www.instagram.com/p/C6s_MMaSUtH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
<p>17 (13 Mei – 17 Mei 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Prostitusi di Indonesia Lebih Rumit dari Sekadar Kebebasan Seksual Perempuan (https://www.instagram.com/p/C659ySmyv9i/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat video Lawan Eksploitasi Pembatik Perempuan Butuh Apresiasi dan Inklusi (https://www.instagram.com/reel/C67ju-cy-iN/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat poster <i>headline</i> Segudang Masalah Film <i>Vina: Sebelum 7 Hari</i> Darurat Etika dan Perspektif Korban (https://www.instagram.com/p/C6-0NjGSGVr/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Mengedit video Napak Reformasi: Menolak Lupa Tragedi Mei 1998 (https://www.instagram.com/reel/C7D5y33yGeu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)
<p>18 (20 Mei – 22 Mei 2024)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat poster <i>headline</i> Kita Bukan Malas Jalan Kaki: Tapi Fasilitasnya Tidak Memadai dan Tidak Aman bagi Perempuan (https://www.instagram.com/p/C7L3vS2ScFV/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) • Membuat video Memastikan Transparansi dan Inklusi Dana Abadi Kebudayaan (https://www.instagram.com/reel/C7Qafj2yLnu/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==) <p>Membuat poster <i>headline</i> Film <i>The Idea of You</i>: Sulitnya Hapus Stigma Perempuan Tak Boleh Punya Pacar Lebih Muda (https://www.instagram.com/p/C7Q6RSaSLBf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==)</p>

Sumber: Olahan Penulis

3.2.2. Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

3.2.2.1. Media Alternatif

Seragamnya pemberitaan pada media arus utama terkadang membuat masyarakat memiliki sudut pandang yang sedikit mengenai suatu isu. Oleh karena itu, hadirilah media alternatif di tengah seragamnya pemberitaan pada media arus utama. Media alternatif menurut Fuchs (2010) adalah media yang dalam pemberitaannya kritis, mewakili pihak yang tidak memiliki kesempatan untuk bersuara, dan menyuarakan perubahan.

Sesuai dengan latar belakang lahirnya *Konde.co* yang ingin memberikan perubahan pada kebijakan dan stigma pada perempuan, *Konde.co* juga merupakan salah satu media alternatif yang ada di Indonesia yang menyuarakan pihak yang tidak bisa bersuara di publik.

3.2.2.2. Jurnalisme Publik

Jurnalisme publik merupakan konsep jurnalisme yang memperkuat hubungan antara jurnalis dan masyarakat, mengedepankan transparansi dan akuntabilitas, serta mendalami isu-isu publik secara mendalam. Konsep ini juga menampilkan keberagaman kelompok dan perspektif serta menyediakan wadah bagi masyarakat untuk berdialog mengenai masalah-masalah publik.

Menurut Yenni Yuniati dan Atie Rachmiate dalam “Komitmen Wartawan dalam Jurnalisme Publik.” (2006), jurnalisme publik memberikan peluang luas bagi masyarakat untuk berdialog dan berdebat tentang berbagai hal yang mempengaruhi kehidupan mereka. Pada konsep ini, media massa memberikan kesempatan untuk masyarakat untuk mencari solusi sendiri sehingga dalam konsep ini, berita berasal dari bawah (*bottom up*).

Konsep ini muncul dari kekhawatiran jurnalis melihat sikap apatis masyarakat terhadap proses politik dan kualitas jurnalisme politik yang tidak membantu warga dalam pembuatan keputusan. Pada dasarnya, konsep ini dikembangkan oleh jurnalis profesional di Amerika Serikat sekitar tahun 1988 sebagai respons terhadap ketidakpercayaan publik terhadap media dan kesinisannya terhadap politik. Kritik tajam terhadap standar dan arogansi media mendorong pemikiran ulang tentang fungsi dan tanggung jawab media terhadap masyarakat, serta bagaimana jurnalis dapat lebih responsif terhadap isu yang menjadi perhatian publik.

Di Indonesia, istilah jurnalisme publik pertama kali muncul dalam perdebatan akademik Indonesia yang dilakukan oleh Yenni Yuniati dan Atie Rachmiate dalam “Komitmen Wartawan dalam Jurnalisme Publik” (2006). Mereka mengidentifikasi berbagai masalah dalam jurnalisme Indonesia pada saat itu seperti konglomerasi kepemilikan media, Jakarta-sentrisme, *horse-racing news*, dan keterpisahan jurnalis dari komunitasnya yang mengarah pada perlakuan berita semata-mata sebagai komoditas.

Seperti halnya yang dilakukan oleh *Konde.co*, dalam pelaporannya, *Konde.co* memberikan ruang untuk masyarakat berdialog dan berdiskusi atas masalah yang ada di tengah masyarakat seperti yang dilakukan *Konde.co* pada pemberitaan mengenai penggunaan nama *The Nuruls* pada perempuan yang misoginis. Awalnya, *Konde.co* ingin mengkritisi isu misoginis penggunaan label *The Nuruls* pada perempuan yang dianggap norak pada artikelnya 19 Februari 2024. Akan tetapi, postingan *The Nuruls* di media sosial menjadi ramai dengan kritik karena label *The Nuruls* berasal dari kelompok *queer* sebagai bentuk kritik terhadap perempuan berhijab yang homofobik. Dalam hal ini, *Konde.co* membuka ruang untuk publik berdiskusi dan berdialog mengenai isu tersebut dengan menulis kembali mengenai *The Nuruls* untuk meluruskan keramaian yang terjadi di media sosial pada 13 Maret 2024.

Gambar 3.5.
Poster *Follow Up* Artikel *The Nuruls*



Sumber: Tangkapan layar penulis

Konde.co dalam menyajikan informasi selalumemberikan informasi yang mendalam dengan artikel yang panjangnya mencapai 800 – 1000 kata sehingga masyarakat bisa berdiskusi denganinformasi yang cukup. Ruang berdialog tersebut juga diberikan *Konde.co* lewat seluruh media sosialnya seperti kolom komentar yang aktif. Dalam menuliskan laporan-laporannya, *Konde.co* juga cenderung memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk berpendapat dengan menjadikannya narasumber sehingga pemberitaan yang dilaporkan *Konde.co* berasal dari bawah atau (*bottom up*). Dalam laporannya, *Konde.co* juga sering menjadikanmasyarakat biasa atau bahkan cenderung masyarakat yang berasal dari kelompok perempuan, minoritas, dan marginal untuk menjadinarasumbernya.

Sama dengan hal yang melatarbelakangi adanya konsep jurnalisme warga,

Konde.co juga berdiri atas kerisauan para pendirinya atas situasi di Indonesia tentang kepemilikan media yang didominasi oleh orang-orang berkepentingan di pemerintah, minimnya keberadaan media yang mengkritisisituasi pemerintahan dan masyarakat di Indonesia saat ini, isu yang masih Jakarta-sentris, dan masih banyak media yang sensasional.

3.2.2.3. *Agenda Setting*

Agenda setting adalah gagasan bahwa media tidak memberitahu secara langsung apa yang harus dipikirkan masyarakat tetapi, tentang apa yang harus mereka pikirkan. Media tidak secara langsung memengaruhi pendapat pribadi seseorang mengenai suatu isu tetapi, media memengaruhinya melalui isu-isu yang dianggap penting dan layak diperhatikan oleh publik.

Maxwell E. McCombs dan Donald Shaw (1972) menjelaskan pandangan mereka mengenai *agenda setting*. Mereka berpendapat bahwa dalam memilih berita untuk ditampilkan, redaksi memiliki peran penting dalam membentuk pandangan politik masyarakat karena masyarakat belajar mengenai suatu isu dan penting atau tidaknya isu tersebut lewat banyaknya informasi dan posisinya dalam berita. Media massa dalam hal ini bisa menentukan isu apa yang penting untuk diketahui dan diperhatikan oleh masyarakat.

Dalam hal ini, *Konde.co* juga menerapkan *agenda setting* untuk mencapai tujuan dari adanya gerakan jurnalisme publik yang dilakukan oleh *Konde.co*. Setiap hari senin, *Konde.co* mengawali pekan dengan rapat redaksi yang akan menampung berbagai macam isu yang relevan untuk dibahas oleh *Konde.co* dalam pemberitaannya. Sebagai salah satu media alternatif perempuan yang mengusung gerakan jurnalisme publik, *Konde.co* mengatur isu-isu yang penting untuk mendapatkan perhatian masyarakat dengan menjadikannya *headline* dan dibuatkan poster di media sosial sehingga mengundang diskusi atau menjadi perhatian bagi masyarakat. Misalnya seperti isu PRT, isu kekerasan seksual, isu fasilitas tidak ramah gender, mitos gender, dan isu undang-undang bermasalah yang terus digaungkan *Konde.co* dalam pemberitaannya baik di website maupun media sosialnya.

3.2.2.4. Nilai Berita

Sebuah pemberitaan dapat dikatakan berhasil di media sosial apabila memiliki *engagement* yang tinggi. Untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi, konten atau pemberitaan yang diunggah pun harus memiliki nilai berita. Nilai berita merupakan kriteria yang dijadikan ukuran terhadap layak atau tidaknya sebuah berita dapat diberitakan (Eriyanto, 2002). Menurut Khoirul Muslimin dalam bukunya (2019), dalam mengukur kelayakan sebuah baerita terdapat 10 unsur atau kriteria yang menjadi acuan apakah sebuah peristiwa layak diberitakan atau tidak. Kriterianya adalah penting, aktual, pengaruh, kedekatan, dampak atau akibat, ketokohan, konflik, *human interest*, unik, dan kekinian.

Dalam pemberitaan yang ada di *website* ataupun media sosial, *Konde.co* selalu memiliki nilai berita di setiap pemberitaannya. Dalam menyusun agenda tayang di setiap minggunya pun redaksi juga memperhatikan nilai

berita apa yang ada. Seperti pemberitaan kritik untuk film *Vina: Sebelum 7 Hari* yang memiliki nilai berita aktual karena sedang terjadi, penting, dan lainnya.

3.2.2.5. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah platform di internet yang memungkinkan bagi pengguna untuk menampilkan diri mereka, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi, hingga membentuk hubungan sosial secara virtual dengan pengguna lain (Nasrullah, 2015). Dalam media sosial, para pengguna sangat memungkinkan untuk produksi dan saling sharing konten sendiri.

Salah satu jenis media sosial yang banyak dipakai adalah media jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya saling berinteraksi menggunakan teks, foto, ataupun video. Pada media sosial jenis ini, para pengguna membentuk jaringan pertemanan terhadap pengguna yang sudah ada atau menciptakan jejaring pertemanan yang baru. Contohnya seperti Instagram, LinkedIn, Facebook, dan TikTok.

Pada era digital saat ini, banyak masyarakat yang hampir tidak pernah melepaskan *smartphone* dan media sosialnya. Bahkan menurut Adornato (2017), dalam mengakses berita dan informasi, masyarakat kini lebih sering menggunakan *smartphone* dan media sosialnya karena media sosial memudahkan akses berita. Dengan media sosial, interaksi yang terjadi antara masyarakat dan media pun dapat lebih dekat karena berbeda dengan interaksi antara media konvensional yang hanya satu arah, media sosial sangat memungkinkan bagi masyarakat dapat membagikan dan mengomentari suatu berita yang ada di media sosial.

Hal ini tentu saja mendorong berbagai media berlomba-lomba untuk menyajikan berita dalam media sosial untuk bisa menjangkau khalayak yang lebih banyak. Salah satunya adalah *Konde.co* yang juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyebarkan informasi dan berita serta berinteraksi dengan masyarakat secara langsung melalui media sosial. Selain itu, gerakan jurnalisme publik yang dilakukan oleh *Konde.co* pun bisa berjalan lebih baik karena dengan adanya media sosial, menggunakan konsep berita berasal dari bawah pun lebih mudah karena bisa secara langsung melihat persoalan yang sedang terjadi dan butuh perhatian masyarakat lewat media sosial.

Beberapa media sosial yang digunakan oleh *Konde.co* sebagai wadah untuk menyebarkan informasi adalah Instagram (*Konde.co*), TikTok (*Konde.co*), X (*Konde_co*), Youtube (*Konde Institute*), dan LinkedIn (*Konde.co*). Melalui media sosial, *Konde.co* tidak hanya dengan mudah dalam menyebarkan informasi dan berita tetapi, untuk berinteraksi secara langsung dengan masyarakat juga lebih mudah.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani proses magang di *Konde.co*, penulis mendapatkan beberapa kendala untuk menjalankan tugas yang diberikan. Di *Konde.co*, penulis mendapatkan tugas untuk mendesain dan membuat video sehingga penulis membutuhkan banyak sekali *footage* untuk video dan stok ilustrasi untuk poster. Karena *Konde.co* tidak memiliki fotografer dan videografer juga tidak berlangganan atau berasosiasi pada kantor berita manapun, *Konde.co* tidak memiliki stok gambar ataupun video sehingga penulis sedikit terkendala saat membutuhkan ilustrasi untuk video ataupun poster. Reporter yang menulis artikel juga jarang melampirkan foto liputan sehingga penulis sering merasa kesulitan untuk membuat poster *headline*.

Selain itu, karena penulis jarang datang ke kantor, ketika penulis membutuhkan alat seperti *microphone* penulis sering tidak sempat meminjam *microphone* kantor untuk membuat *voice over* karena *microphone* berada di kantor dan penulis hanya ke kantor satu kali saja dalam seminggu. Kendala berikutnya adalah karena *Konde.co* memiliki tim yang masih sedikit dan belum ada *HR*, terkadang penulis kesulitan untuk berkoordinasi untuk urusan administrasi dan lainnya karena penulis tidak tahu berkoordinasi dengan siapa untuk beberapa urusan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk beberapa kendala yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis menyiasatinya dengan cara yang pertama bertanya kepada supervisi penulis terlebih dahulu yaitu Fiona Wiputri. Seperti kendala kekurangan *footage* dan ilustrasi, penulis diperbolehkan menggunakan video atau gambar dari internet yang bebas *copyright* dan tidak berasal dari *Shutterstock*, *Antara*, *Reuters*, dan *AFP* karena *Konde.co* tidak berasosiasi ataupun berlangganan dengan sumber tersebut.

Untuk alat yang dibutuhkan penulis, penulis menyiasatinya dengan selalu membawa alat pribadi milik penulis untuk memaksimalkan hasil video. Kemudian, untuk berkoordinasi, penulis biasa berkoordinasi langsung dengan Fiona untuk menghindari terlalu banyak “pintu”.