

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan zaman, informasi sekarang tidak hanya disebar melalui media cetak. Namun sudah merambah sampai ke media sosial. Teknologi telah berkembang. Kini, akses informasi aktual dan terkini hanya butuh menit, bahkan detik. Media sosial adalah *platform internet*. Ia memungkinkan pengguna mewakili diri, berinteraksi, dan berbagi. Pengguna dapat membentuk koneksi sosial virtual. *Platform* ini memungkinkan interaksi melalui teks, gambar, dan video. Ini mendorong keterlibatan dan kolaborasi global tanpa batasan waktu dan ruang. Media sosial telah mengubah cara orang mengakses informasi dan berkomunikasi. Ini berdampak besar pada masyarakat dan budaya *modern*. Media sosial adalah alat untuk berjejaring dan berbagi info ke seluruh dunia (Widada, 2018, hlm. 7).

Dari pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial bukan hanya untuk menyampaikan berita. Media sosial merupakan ruang untuk mengembangkan diri. Serta tempat untuk berekspresi dan memberi aspirasi pada kondisi yang dialami. Media sosial juga bisa jadi *platform* untuk memberi aspirasi. Dan, mendukung isu atau masalah yang ada di dunia ini. Media sosial juga bisa meningkatkan kesadaran akan kejadian di dunia ini. Media sosial sangat membantu manusia dalam mengetahui banyak hal. Selain itu, media sosial bisa membantu perusahaan mengembangkan bisnis dan mempromosikan diri. Hal ini bisa menjadi *platform* yang menarik untuk mengembangkan bisnis.

Proses digitalisasi informasi sudah meluas, media sosial pun dapat digunakan dalam dunia pemberitaan. Pemberitaan di media sosial menjadi sebuah fenomena menarik. Kini, masyarakat dunia dapat mengakses informasi dari semua media, termasuk media sosial. Namun, media juga dapat membentuk persepsi melalui berita-berita yang aktual mereka publikasikan dari sudut pandang masing-masing korporasi (Putri and Zarmansyah 2021). Namun, berita sekarang mudah diakses. Maka, manusia modern harus pintar menyaring mana yang benar dan mana yang *hoax*.

Hal-hal di atas mendasari penulis untuk magang di MNC. Ini merupakan perusahaan besar yang khusus pada persoalan media. Di MNC, penulis menjalankan proses magang pada bagian Media Management. Tugas utama penulis adalah mengumpulkan berita yang sedang naik di 3 portal: Okezone, Sindonews, dan iNews. Atasan membantu penulis menentukan plotingan dan *angle* minimal per portal. Proses kerja magang penulis sudah sejalan dengan tujuan awalnya. Penulis ingin mengembangkan pengetahuan dan pengalaman baru. Magang di MNC memberi penulis wawasan baru tentang dunia digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang penulis, selain untuk memenuhi syarat kelulusan program studi Film di Universitas Multimedia Nusantara, adalah:

1. Mengembangkan diri dalam dunia digital,
2. Membangun relasi dan konektivitas dengan lebih banyak orang,
3. Mengali lebih dalam mengenai dunia pemberitaan, dan
4. Memahami prosedur dalam pemberitaan dan wawancara

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur magang yang dijalani penulis terdiri dari beberapa tahap. Tahap pertama adalah pencarian tempat magang. Melalui seorang rekan penulis, penulis mendapat info tentang lowongan magang di MNC *Group*. Rekan penulis telah bekerja sebelumnya di tempat ini. Proses ini berjalan dari 29 Juni hingga 13 Juli 2024. Ini meliputi pengiriman CV dan beberapa wawancara dengan tim HRD. Pada 15 Juli 2024, penulis diterima untuk magang di PT Media Nusantara Citra (MNC) Tbk. Penulis mendapat kesempatan untuk magang di tim *Media Management*.

Tim ini memantau berita di 3 *portal*: Okezone, iNews, dan Sindonews. Selain itu, penulis juga ditugaskan untuk *media handling* di acara-acara korporasi. Tanggung jawab penulis adalah memantau berita di 3 *portal*: Okezone, iNews, dan Sindonews. Serta melakukan *media Handling* saat ada acara. HRD memberi penulis waktu kerja magang 5 hari, dari Senin sampai Jumat, pukul 09.00-18.00. Proses kerja magang dilakukan secara *Work from Office* (WFO). Namun, bisa bertambah di hari Sabtu dan Minggu jika ada banyak berita yang perlu *di-handle*. Untuk Sabtu

dan Minggu, kerjanya dilakukan secara *online*. Waktunya lebih *fleksibel*, tergantung berita dan *angle* yang harus dicatat