



### **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

Informasi merupakan hal yang penting dalam era globalisasi. Media massa, sebagai produsen informasi memiliki peran vital dalam proses penyebaran informasi. Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dalam masyarakat dalam skala yang sangat luas (Morissan, 2013:479).

Media massa tidak mungkin tidak harus mengikuti perkembangan zaman yang saat ini berpusat pada teknologi, artinya media massa harus dapat beradaptasi dengannya dan sampailah pada media yang berbasis pada internet.

Internet dikatakan menawarkan kebebasan demokrasi hampir tak terbatas untuk melacak informasi, untuk berkorespondensi dengan riuhan individu lain, dan secara spontan membentuk komunitas virtual yang tidak akan mungkin dibentuk dengan jalan lain (Holmes, 2012:18).

Laksono (2009:195) mengatakan bahwa internet merupakan media yang paling atraktif dibanding ketiga jenis media konvensional pendahulunya, yakni media cetak, radio, dan televisi. Melalui internet, sebuah informasi dapat berbentuk naskah, foto, aneka grafis, rekaman *audio*, bahkan *video streaming* sekaligus.

Pada era ini, internet memang memungkinkan manusia memperoleh aspek kehidupan dengan mengakses melalui gambar, tulisan, atau video yang terdapat dalam media komunikasi berbasis online. Menurut Carey dalam Holmes (2012:31), media komunikasi adalah metafora sosial besar yang tidak hanya mengirimkan informasi, tetapi juga menentukan apa itu pengetahuan; yang tidak hanya mengarahkan kita pada dunia, tetapi juga memberitahu kita jenis dunia apa yang ada.

Teknologi komunikasi yang menjadi sarana dalam memperoleh informasi seakan menjamur dalam periode saat ini. Hampir setiap orang memiliki *gadget* atau perangkat untuk memudahkannya memperoleh informasi terbaru dari berbagai aspek kehidupan. Penelitian menunjukkan bahwa setiap perangkat mobile atau *gadget* pada tahun 2015 akan dilengkapi dengan fasilitas internet. Manusia akan lebih banyak mengakses internet dari perangkat *mobile* ketimbang menggunakan komputer (Stanley dalam Jones, 2012:122).

Proses produksi informasi diterapkan dalam bermacam-macam jenis media, salah satunya adalah media berbentuk video. Menurut Zettl (2012:xxviii) Proses pembuatan video memiliki empat tahap produksi, yaitu tahap introduksi, tahap pre-produksi, tahap produksi, dan tahap pasca produksi.

Pada tahap pasca produksi, prinsipnya adalah sederhana. Editor memilih gambar yang paling efektif dari sumber asli dan menggabungkannya dengan transisi dalam urutan tertentu. Dalam

praktiknya, editing pasca produksi bisa sangat rumit dan memakan waktu, terutama jika dalam prosesnya melibatkan manipulasi audio (Zettl, 2012:432).

Proses editing memang membutuhkan seorang editor yang cermat agar video yang dihasilkan menjadi maksimal dan sesuai dengan yang diharapkan. Informasi bisa saja tidak sampai pada khalayak apabila editor tidak mampu membentuk video menjadi sebuah produk yang berkualitas, dengan kata lain proses editing mempengaruhi pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak.

Seorang editor video memiliki kekuatan yang bahkan melebihi juru kamera dalam membangun arti yang berbeda dari rekaman yang telah dibuat. Maka dari itu pada proses editing harus memperhatikan segi etika dan prinsip-prinsip dasar yang tepat (Zettl, 2012:464).

Video yang baik adalah yang mampu membuat khalayak tertarik untuk menontonnya. Kompleksitas pada proses editing cenderung memperhatikan intensifikasi gambar yang hendak ditayangkan. Tiap urutan gambar diperhatikan dengan seksama untuk menjaga kontinuitas visual yang merupakan cara mendapatkan dan mempertahankan perhatian khalayak (Zettl, 2012:461).

Menjadi seorang video editor dalam sebuah perusahaan media adalah sebuah kesempatan yang dialami penulis. Besar harapan dari penulis dengan melakukan kerja magang di unit usaha milik PT Kreatif Media Karya (KMK Online), yakni vidio.com, penulis dapat

memperdalam pengetahuan mengenai video editing. Selain itu, penulis juga berharap dengan adanya kerja magang ini, penulis dapat memperkaya pengalaman bekerja dalam sebuah industri media yang memproduksi dan atau mengemas informasi menjadi suatu yang berguna bagi khalayak.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Pada kesempatan yang telah diberikan dalam kerja magang, penulis memiliki tujuan untuk mengetahui proses dan praktik bekerja dalam sebuah media. Hal ini sejalan dengan mata kuliah yang didapat dan dipelajari oleh penulis di Universitas Multimedia Nusantara, yaitu mata kuliah Videografi yang mempelajari teknik-teknik dalam membuat video, mata kuliah Feature Media Siar yang mempelajari proses produksi sebuah video, dan mata kuliah Pasca Produksi TV, di mana penulis mendapatkan ilmu tentang video khususnya pasca produksi yang sangat berkaitan dengan tugas seorang video editor.

Kerja magang yang dilakukan penulis juga memiliki tujuan untuk menyiapkan diri bagi penulis ketika nanti benar-benar masuk ke dalam dunia kerja, khususnya dalam media massa. Selain itu kerja magang menjadi salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara.

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan Magang**

Penulis melakukan kerja magang diPT Kreatif Media Karya(KMK Online) selama 44 hari kerja, dimulai sejak tanggal 29 Januari 2015 sampai 10 April 2015. Penulis masuk setiap hari Senin hingga Jumat. Jam

kerja yang berlaku di tempat kerja magang adalah pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 18.00 WIB. Karena sebagian pekerjaan berhadapan dengan deadline, terkadang penulis bekerja hingga melebihi jam yang ditentukan.

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Magang**

Pada saat melakukan kerja magang, penulis melakukan beberapa prosedur sebagai berikut :

- Penulis mencari informasi mengenai perusahaan yang hendak menjadi tempat kerja magang.
- Pada tanggal 26 Januari 2015 penulis mendapatkan kontak dengan management KMK Online dan pada tanggal 27 Januari 2015 penulis melakukan wawancara kerja magang dengan pihak HRD KMK Online dengan menyertai CV, surat pengantar dari kampus, dan transkrip nilai.
- Setelah dinyatakan diterima oleh pihak perusahaan, penulis memulai kerja magang pada hari kamis, 29 Januari 2015.
- Pada hari pertama kerja magang, penulis ditempatkan pada unit usaha KMK Online yang berhubungan dengan situs berbagi video yaitu vidio.com
- Penulis mendapatkan Form Kartu Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, dan Form Laporan Realisasi Kerja Magang dari Universitas setelah

memberikan surat keterangan bahwa penulis diterima melakukan kerja magang di KMK Online.

- Penulis melakukan kerja magang di vidio.com dengan arahan dari Ibu Datika Harliana selaku koordinator divisi *content* vidio.com
- Setelah kerja magang berakhir, penulis menyerahkan hasil penilaian dari pihak perusahaan ke Universitas.
- Penulis melakukan bimbingan dan menuliskan laporan kerja magang dengan pembimbing Bapak Adi Wibowo dan kemudian diserahkan kepada Ibu Datika Harliana sebagai pembimbing lapangan di vidio.com.
- Setelah pihak perusahaan membuat persetujuan, laporan kerja magang disetujui oleh pembimbing dan Kepala Program Studi dan kemudian laporan siap untuk dipresentasikan dalam sidang magang.

UMMN