

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, berbagai perangkat digital seperti gadget, tablet, komputer, dan laptop telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Perangkat-perangkat ini, yang terhubung dengan akses internet, memungkinkan setiap individu untuk menjalankan berbagai aktivitas guna memenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Aktivitas tersebut mencakup berbagai aspek, mulai dari menyelesaikan tugas sekolah, mencari informasi dan berita terkini, mengakses layanan hiburan, hingga mendukung pekerjaan profesional di berbagai bidang (Afiah, 2021).

Dalam konteks penyebaran informasi, media massa memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Komunikasi massa adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana utama dalam menyebarluaskan informasi (Emilsyah Nur, 2021). Media massa sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik mencakup radio siaran, film, televisi, serta media online yang berbasis internet. Di antara berbagai bentuk media *online*, media sosial telah menjadi salah satu inovasi terbesar dalam komunikasi massa karena memiliki jangkauan yang luas dan mampu memberikan dampak signifikan terhadap masyarakat.

Media sosial kini telah menjadi sarana utama bagi masyarakat dalam berbagi informasi, berkomunikasi, serta mengakses berbagai konten digital (Kottler & Keller, 2016). Platform ini tidak hanya digunakan oleh individu secara pribadi, tetapi juga oleh organisasi, lembaga, dan perusahaan untuk menyebarluaskan pesan mereka. Bagi kalangan pelajar dan generasi muda, media sosial memiliki daya tarik yang besar karena menyediakan berbagai bentuk interaksi digital yang dinamis. Salah satu platform media sosial yang paling

populer dan memiliki jumlah pengguna yang sangat besar adalah YouTube. Sebagai platform berbasis video, YouTube memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi konten video dengan audiens di seluruh dunia. Dengan kemampuannya dalam menyajikan berbagai jenis konten, mulai dari berita, hiburan, edukasi, hingga dokumenter, YouTube telah menjadi salah satu media komunikasi digital yang paling berpengaruh di era modern (Syaipudin, 2020).

Sebagai media komunikasi massa, YouTube menyediakan beragam informasi dan berita yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini membuat pencarian berita menjadi lebih mudah karena masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah untuk membeli surat kabar secara fisik (Indarsih & Pangestu, 2021). Selain menjadi sumber informasi, YouTube juga menjadi salah satu bentuk hiburan yang diminati banyak orang karena variasi konten yang tersedia.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh DataReportal, jumlah pengguna YouTube yang dapat dijangkau oleh iklan pada Januari 2025 mencapai 2,53 miliar pengguna, yang mencerminkan 30,9% dari total populasi dunia dan 45,5% dari seluruh pengguna internet di dunia. Dalam periode Januari 2024 hingga Januari 2025, jumlah pengguna yang dapat dijangkau oleh iklan YouTube meningkat sebanyak 39,7 juta pengguna atau naik 1,6%.

Metro TV, sebagai salah satu stasiun televisi berita terkemuka di Indonesia, memanfaatkan YouTube sebagai sarana untuk memperluas jangkauan audiens dan menghadirkan berita secara lebih fleksibel. Kehadiran Metro TV di YouTube memungkinkan masyarakat untuk mengakses berita kapan saja dan di mana saja tanpa harus bergantung pada siaran televisi konvensional. Dengan semakin berkembangnya konsumsi konten digital, Metro TV terus berinovasi dalam menghadirkan berita yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual.

Dalam pengelolaan konten YouTube Metro TV, peran video editor menjadi sangat penting untuk memastikan kualitas visual yang menarik, informatif, dan sesuai dengan standar jurnalistik. Video editor bertanggung jawab dalam penyuntingan video agar lebih dinamis, mengatur tata letak elemen visual seperti grafik dan teks, serta menyesuaikan format video agar sesuai dengan kebutuhan platform digital. Dengan peran tersebut, video editor membantu memastikan bahwa konten yang dipublikasikan di YouTube Metro TV memiliki kualitas yang baik dan mudah dipahami oleh penonton.

Pemilihan Metro TV sebagai tempat magang didasarkan pada reputasi perusahaan dalam industri penyiaran serta kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung proses produksi konten berita digital. Dalam program magang ini, penulis diterima di Metro TV pada bagian Digital Hub dalam divisi YouTube sebagai video editor. Tugas utama penulis mencakup penyuntingan video berita yang akan dipublikasikan di YouTube Metro TV, serta pembuatan elemen pendukung seperti *thumbnail*, deskripsi, dan proses pengunggahan konten.

YouTube Metro TV sendiri merupakan bagian dari media sosial journalism yang memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas, terutama di era di mana media sosial telah menjadi sumber utama pencarian informasi. Melalui pengalaman ini, penulis ingin mempelajari lebih dalam tentang bagaimana media mengolah informasi sebelum dipublikasikan serta bagaimana cara menyajikan berita yang awalnya kompleks agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Dengan keterlibatan langsung dalam proses produksi dan distribusi konten digital, penulis berharap dapat mengembangkan keterampilan profesional yang relevan dengan industri media dan penyiaran digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan utama dari kerja magang ini adalah untuk memperoleh pengalaman langsung dalam dunia penyiaran digital, khususnya sebagai video editor di Metro TV. Selain itu, magang ini juga merupakan syarat kelulusan bagi mahasiswa

Program Studi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Secara spesifik, tujuan dari kerja magang ini meliputi:

1. Memahami alur kerja produksi dan pengelolaan konten berita di YouTube Metro TV.
2. Mempelajari proses kerja editor dan penulis naskah sebelum berita dipublikasikan.
3. Menyesuaikan konten video dengan standar jurnalisme dan kebutuhan audiens digital.
4. Mengembangkan kreativitas dalam penyajian visual agar berita lebih menarik dan mudah dipahami.
5. Mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam produksi konten berita digital.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses magang melibatkan jadwal dan aturan yang harus penulis taati, berdasarkan kesepakatan dengan perusahaan. Penulis juga diharuskan untuk menyelesaikan kelengkapan dokumen yang ditetapkan oleh perusahaan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis menjalani program magang melalui skema MBKM Track 1 di Metro TV yang berlangsung dari 6 Januari 2025 hingga 30 Juni 2025. Pada tahap awal, penulis mengikuti proses wawancara, yang telah ditetapkan bahwa penulis akan ditempatkan di divisi Sosial Media. Namun pada saat itu belum dipastikan platform mana yang akan menjadi tanggung jawabnya. Sebagai bagian dari proses seleksi, penulis diberikan tugas awal berupa editing berita berdurasi panjang menjadi berita yang lebih sederhana dan *to the point* sebagai bentuk uji keterampilan sebelum resmi diterima di Metro TV.

Pada minggu pertama, penulis akhirnya ditempatkan di bagian YouTube Metro TV dan diperkenalkan dengan ruang kerja Digital Hub

oleh Dina Farah, selaku supervisor bagian sosial media. Dalam tahap ini, penulis juga diberikan pemahaman mengenai aturan dan standar editing di YouTube, termasuk pedoman *Community Guidelines YouTube*, untuk memastikan setiap konten yang diunggah sesuai dengan regulasi platform. Selain itu, penulis diperkenalkan dengan beberapa program YouTube Metro TV, sebagai dasar sebelum mulai mengerjakan tugas secara langsung.

Pada minggu kedua, penulis mulai menangani program Newsbox dan Berita Daerah. Newsbox adalah program yang menyajikan berita terkini yang dikirimkan oleh kontributor Metro TV dari berbagai wilayah, sedangkan Berita Daerah berfokus pada informasi spesifik dari berbagai provinsi. Penulis turut bertanggung jawab dalam mengelola kanal YouTube Metro TV untuk berbagai daerah seperti Metro TV Jawa Tengah, Metro TV Jawa Barat, Metro TV Jawa Timur, Metro TV Sumatra Utara, dan beberapa wilayah lainnya.

Pada minggu-minggu selanjutnya, penulis diberikan tanggung jawab tambahan untuk mengedit berita luar negeri yang bersumber dari situs CCTV+ dan APTN. CCTV+ dan APTN adalah platform berita internasional berbasis *video on demand*, yang dapat diakses oleh berbagai media di seluruh dunia dengan ketentuan tertentu. Dalam mengerjakan berita luar negeri ini, terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan, sebagai berikut.

1. Memilih berita yang akan diunduh serta membaca naskah yang telah disediakan.
2. Jika berita tersebut tidak berbahasa Indonesia, penulis harus menerjemahkan naskah agar sesuai dengan standar penyajian berita Metro TV.
3. Melakukan proses editing menggunakan *Adobe Premiere Pro*, termasuk menambahkan judul, terjemahan, logo Metro TV, serta memastikan tampilan akhir berita sesuai standar.

4. Membuat *thumbnail* atau cover berita yang menarik untuk meningkatkan *engagement* di YouTube.
5. Menulis judul dan deskripsi yang sesuai dengan algoritma YouTube, sehingga video memiliki peluang lebih besar untuk muncul di rekomendasi pengguna.
6. Mengunggah video ke akun YouTube Metro TV News dan memastikan semua elemen telah sesuai sebelum dipublikasikan.

Seiring berjalannya waktu, penulis semakin berkembang dalam mengelola berbagai program YouTube Metro TV, termasuk menangani rekaman dari siaran televisi untuk diunggah ke YouTube sesuai dengan *rundown* yang telah ditentukan. Dengan pengalaman ini, penulis tidak hanya mengasah keterampilan dalam editing berita digital, tetapi juga memahami bagaimana strategi distribusi konten di YouTube dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas penyampaian berita kepada audiens muda.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai program kerja magang, penulis terlebih dahulu mencari lowongan magang di beberapa media berita dan juga berkonsultasi dengan kakak tingkat yang bekerja sebagai penulis berita di Metro TV. Melalui rekomendasi teman, penulis mendapatkan kontak email bagian Sumber Daya Manusia (SDM) Metro TV untuk mengirimkan surat lamaran magang. Setelah satu minggu, penulis menerima kabar melalui pesan WhatsApp dari Aufa, selaku pengurus SDM Metro TV, yang menginformasikan bahwa bagian media sosial sedang membutuhkan editor untuk *social media*.

Setelah menerima informasi tersebut, penulis menjalani proses wawancara dengan Dina Farah. Setelah menunggu selama satu bulan, penulis dikabarkan telah diterima sebagai video editor di tim sosial media Metro TV. Selanjutnya, penulis harus mempersiapkan beberapa dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan, antara lain foto Kartu Tanda Penduduk

(KTP), nomor rekening Bank Mandiri, dan pas foto untuk keperluan pembuatan kartu identitas karyawan. Setelah semua dokumen dilengkapi, penulis diminta untuk mulai bekerja pada tanggal 6 Januari 2025 serta mengirimkan surat pengantar magang dari kampus.

Pada hari pertama magang, yaitu tanggal 6 Januari 2025, penulis menyerahkan surat pengantar KM-01 kepada pihak SDM Metro TV dan menandatangani kontrak kerja magang. Setelah itu, pihak perusahaan memberikan *feedback* berupa KM-02, yaitu surat keterangan bahwa penulis telah diterima sebagai peserta magang. Surat KM-02 tersebut kemudian diunggah ke portal merdeka.umn.ac.id sebagai bagian dari proses administrasi lamaran magang. Setelah pengunggahan KM-02 selesai, penulis mendapatkan akses ke portal merdeka.umn.ac.id untuk mengisi *daily task*, yang berfungsi sebagai catatan perhitungan jam kerja magang. *Daily task* yang telah diisi akan dikonfirmasi oleh supervisor sebagai bentuk verifikasi dan evaluasi terhadap pekerjaan yang telah dilakukan.

Dengan prosedur ini, penulis secara resmi terdaftar sebagai peserta magang di Metro TV dan dapat menjalani program magang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.