

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan proses kerja magang penulis bekerja di dalam struktur media sosial manajemen Digital HUB. Penulis menempati posisi *supporting team intern* yang bertugas untuk mendukung divisi media sosial dalam proses produksi konten. Konten tersebut akan diunggah pada laman Instagram Medcom kemudian penulis juga memiliki tugas untuk melakukan siaran langsung, pembuatan infografis, dan berbagai liputan dengan narasumber yang hadir. Selain itu, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan *video editing*. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis melakukan koordinasi dengan kakak-kakak selaku mentor Metro TV yaitu Leni, Sisil, Tasya, dan Dwi Ase yang memberikan tugas dan arahan kepada penulis untuk memproduksi konten sesuai dengan kebutuhan media sosial Metro TV.

Koordinasi dilakukan secara daring dan tatap muka dengan pemberian tugas melalui aplikasi WhatsaAPP. Setiap harinya penulis ditugaskan untuk membuat infografis yang nantinya akan diunggah pada laman Instagram Medcom, dalam pembuatan tugas ini penulis dikirimkan artikel oleh mentor melalui aplikasi WhatsAPP untuk dikemas dalam bentuk infografis yang lebih menarik secara visual. Landasan dasar dalam membuat infografis adalah mencantumkan sumber foto yang digunakan dan memberi logo Medcom pada judul infografis. Selain itu, setiap minggu penulis juga ditugaskan untuk membuat konten produksi yang bersumber dari artikel Medcom kemudian mengubah isi dari artikel tersebut ke dalam bentuk video singkat dengan durasi 1 menit 30 detik, dalam hal ini penulis memiliki tanggung jawab untuk menjadi *talent* dalam video atau mengedit video tersebut. Selain itu, setiap hari Selasa penulis memiliki tugas untuk melakukan siaran langsung pada TikTok Medcom membahas mengenai *lifestyle*, *entertainment*, dan pembahasan yang sedang ramai di media sosial.

Secara keseluruhan penulis memiliki tugas utama untuk membantu mengolah media sosial Medcom. Namun, Leni, Tasya, dan Sisil selaku mentor dan karyawan tetap Metro TV memberikan tanggung jawab lain kepada penulis untuk melakukan liputan sebagai *videographer* dengan beberapa narasumber yang hadir di Metro TV liputan tersebut akan dikemas dalam bentuk video dengan durasi singkat yang akan diunggah pada laman Instagram Medcom kemudian, penulis juga diberikan tugas untuk mengambil potongan *behind the scene* secara langsung pada program Si Paling Kontroversi yang ditayangkan di YouTube Metro TV.

3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang

3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam praktik kerja magang, penulis memiliki tugas utama sebagai video editor untuk media sosial Metro TV. Namun, penulis juga diberikan tanggung jawab dan kepercayaan oleh Farah Dina selaku *Head Of Social Media Management* di luar dunia pengeditan, seperti membuat infografis, liputan, dan membuat soundbites. Penulis juga memiliki tugas untuk melakukan siaran langsung melalui media sosial Medcom khususnya TikTok, dalam siaran langsung berdurasi 1 jam penulis memiliki peran untuk membicarakan topik yang sedang *trending* dan melakukan interaksi dengan masyarakat melalui kolom komentar. Selain itu, penulis juga berperan untuk mencari komentar masyarakat terhadap suatu isu yang sedang ramai dibicarakan di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter (X). Kemudian, penulis juga berperan untuk menjadi *videographer* dalam mengambil potongan *behind the scene* dari program Si Paling Kontroversi Metro TV. Berikut adalah rangkuman tugas yang penulis kerjakan selama menjalani praktik kerja magang di Metro TV

Gambar 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Sumber: Olahan Penulis

Minggu dan Tanggal	Pekerjaan yang Dilakukan
3 – 29 Februari 2025	Video: 17 - Mengatasi rasa <i>insecure</i> - <i>Playlist</i> lagu <i>valentine</i> - 5 Tradisi unik <i>valentine</i> di setiap negara - <i>Outfit valentine</i> - Mengedit video YouTube Juragan Jaman Now 4 dipotong dengan durasi 1 menit Infografis: 17 - Infografis grammy awards - <i>Fashion style</i> - Deretan drama korea tayang Februari 2025 - 7 Rekomendasi film netflix terbaru Februari 2025 - Selain takjil, ini dia menu buka puasa yang sehat Soundbites: 6 - Top issue - dilema ugal-ugalan pangkas anggaran - Top Issues - Tatib DPR, Antara Mengawasi dan Ambisi Menguasai
3 – 31 Maret 2025	Infografis: 18

	- Potret banjir di jabodetabek - 6 Kontroversi Film Snow White Live Action - Mengenai kesehatan pada kulit wajah - Waspada Jebakan Phishing Mengintai di Musim Mudik Lebaran - Drakor untuk temani perjalanan mudik Video: 9 - Take konten dengan judul "Top Viral Song Indonesia" - Membuat konten dengan tema menebak judul lagu - Membuat konten games musik dengan menyanyi - Mengedit video kreatif berjudul "Lagu apa yang lo denger?" - Membuat video berjudul "Lebaran Ala Para Artis" Soundbites: 3 - Program Gaspoll Sahur
1 – 30 April 2025	Infografis: 19 - 5 Musisi Mudik Lebaran, Ada yang ke Brunnei Darussalam - Membuat infografis rekomendasi drakor - Membuat infografis

	rekomendasi film animasi untuk temani si kecil - 1 Daftar Negara yang Tidak Kena Tarif Trump - Gaya.id berjudul resep 5 menit bikin breakfast sandwich Video: 5 - Liputan konten kreatif yang berjudul "Deretan Konser di tahun 2025" - Liputan bersama Chicco Jerikho berjudul "Playlist favorite Chicco Jerikho pada saat di lokasi syuting" - Liputan kunjungan menteri kependudukan dan pembangunan Wihaji - membuat video konten kreatif berjudul "G-dragon mengirim lagu ke luar angkasa" - Mengedit video berjudul "Playlist favorite Chicco Jerikho pada saat di lokasi syuting" Soundbites: 1 - Si paling kontro dengan narasumber mantan pemain sirkus taman safari OCI
1 – 30 Mei 2025	Infografis: 17

	- Perbedaan manfaat jogging di pagi hari dan sore hari - berjudul "Jessica Alba Lepas Rumah Mewah 315 Milliar Usai Cerai" - 5 ritual yang akan bikin harimu damai selalu - Membuat infografis dengan judul "5 Negara Terbaik untuk Berkariir di Luar Negeri, Mana yang Paling Cocok Untuk Kamu?" - Membuat infografis berjudul "Rumah Musisi Ini dijual dengan harga 1 Triliun" Video: 12 - <i>Take content</i> dengan pemain film "Gundik" - Take konten bersama cast film Maghrib 2 - Liputan konten kreatif yang berjudul "Online Romance Day" - Mengedit video dengan judul "5 Rekomendasi Lagu Anggy Umbara" - Membuat konten dengan host program Meet Night Live yaitu Valentinus Resa untuk akun Medcom Soundbites: 4
--	--

	- Mencari soundbites dari program Si Paling Kontroversi - Membuat 4 soundbites dari podcast Si Paling Kontroversi
1 – 23 Juni 2025	Infografis : 7 - Membuat infografis berjudul “Alasan Lilo and Stitch Pecahkan Rekor Box Office” - Membuat Infografis “Giveaway Tiket Konser” - Membuat Infografis “Giveaway Tiket Film Bioskop” - Membuat infografis “Tradisi Unik Idul Adha di Dunia” - Membuat infografis berjudul “3 Kuliner Betawi yang Sudah Langka” Video: 6 - Membuat konten dengan judul “Apa saja manfaat guling” - Membuat konten musik tugu keroncong - Membuat konten kuliner

	Spesial Khas Betawi - Membuat konten gubernur kuliner - Membuat konten HUT Jakarta Soundbites: 19 - Mencari 5 soundbites dari program Top Issue - Mencari 14 soundbites dari program Meet Nite Live
Total	Infografis : 78 Video : 49 Soundbites: 23



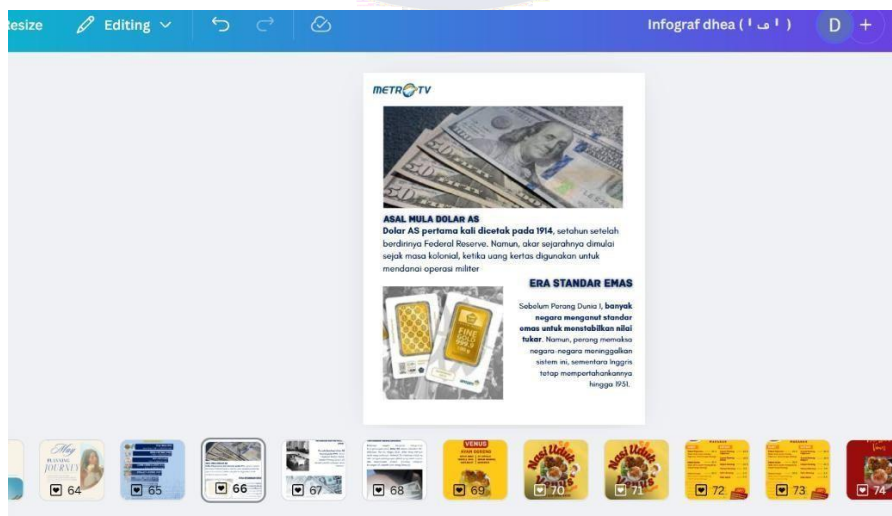
Tabel 3.2 Alur Kerja Magang

Sumber: Olahan Penulis

3.2.1.1 Membuat Konten Infografis



Gambar 3.3
Tampilan cover infografis pada media sosial Instagram Medcom



Gambar 3.4
Tampilan infografis pada media sosial Instagram Metro TV



Gambar 3.5

Tampilan cover infografis pada media sosial Medcom

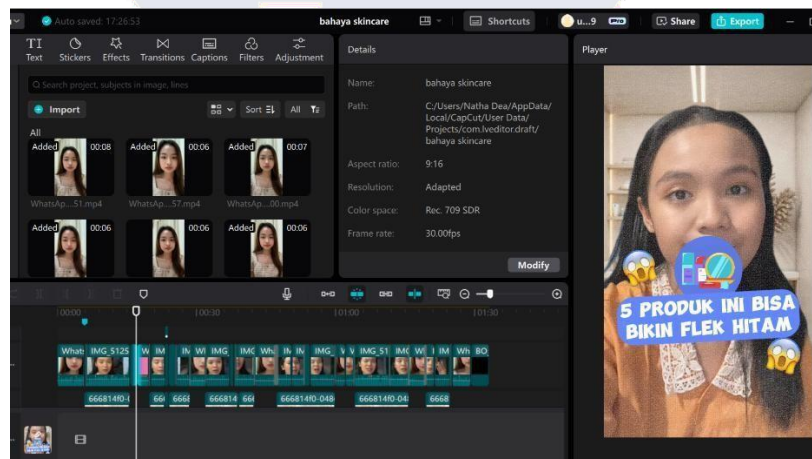
Infografis yang diunggah pada media sosial merupakan berita yang bersumber dari web Medcom atau Metro TV. Penulis memiliki tugas untuk mengemas berita yang ada di web tersebut menjadi infografis yang menarik dengan menambahkan visual, desain, *font*, dan warna yang sesuai dengan isi berita. Penulis juga melakukan pemotongan isi berita atau pengambilan poin-poin penting dalam setiap berita. Dalam membuat infografis, penulis menggunakan perangkat lunak *Canva* untuk membuat desain dan visual yang menarik.

Infografis pada media sosial Medcom dan Metro TV memiliki 2 karakteristik yang berbeda, ketika mendesain untuk media sosial Metro TV penulis harus memiliki desain yang sangat sederhana dan bersifat formal. Selain itu, pemilihan warna untuk media sosial Metro TV hanya diperbolehkan menggunakan warna putih, biru navy, dan kuning sesuai dengan warna logo Metro TV. Sedangkan, pada media sosial Medcom penulis harus mendesain infografis lebih menarik dengan pilihan warna

yang beragam dan penambahan visual-visual yang bersifat menghibur pembaca.

Dalam proses pembuatan infografis, penulis menerima tautan berita yang akan dikemas menjadi infografis yang dikirimkan oleh kakak-kakak mentor. Kemudian, penulis membuat halaman judul, isi infografis, penambahan logo Medcom atau Metro TV, dan mengunduh hasil infografis yang nantinya akan dikirimkan kembali kepada kakak-kakak mentor untuk diperiksa apakah sudah sesuai untuk diunggah media sosial Instagram Medcom atau Metro TV.

3.2.1.2 Memproduksi dan Mengedit Video Konten Kreatif



Gambar 3.6

Tampilan Hasil Akhir Pengeditan di CapCut pada Video Konten Kreatif



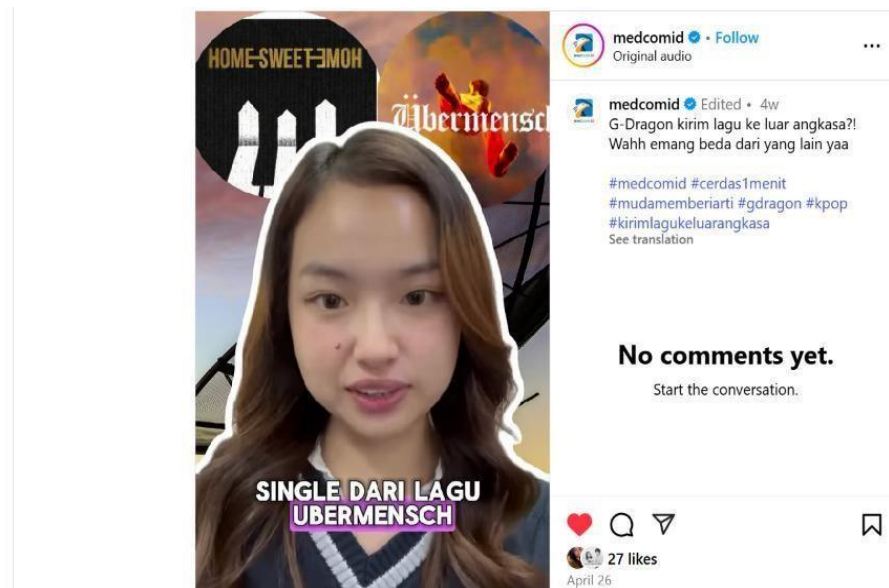
Gambar 3.7

Tampilan Hasil Akhir Ketika Menjadi *Talent* Video Konten Kreatif



Gambar 3.8

Tampilan Hasil Akhir Video Pengeditan dan Wawancara dengan Anggy Kumbara

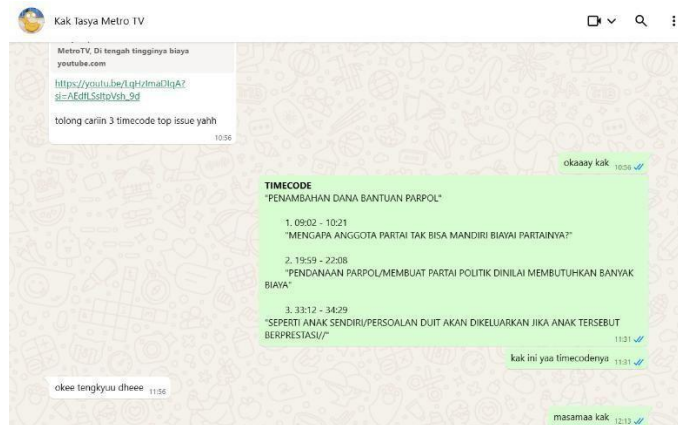


Gambar 3.9
Tampilan Hasil Akhir Video Konten Kreatif Ketika Menjadi *Talent*

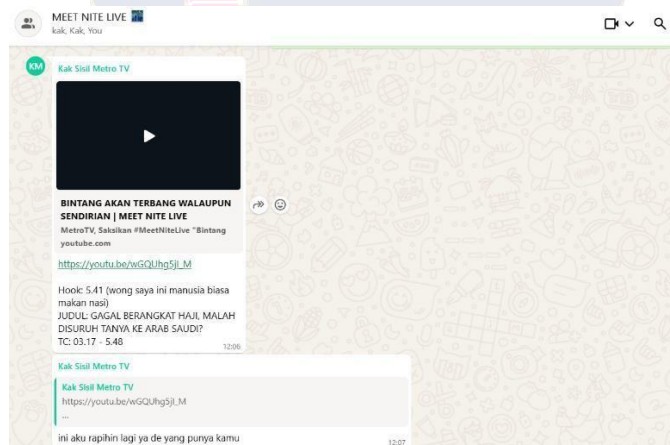
Selain menyajikan berita pada web Medcom dan mengubahnya menjadi bentuk infografis, Medcom juga menghadirkan berita dalam bentuk video singkat dengan durasi 1 menit 30 detik. Video singkat ini dikemas menjadi bentuk yang lebih menarik dengan editan yang bersifat menghibur, beberapa konten dari konten video ini juga bersifat *entertainment*. Pada konten video ini penulis memiliki tugas untuk mengedit video ataupun menjadi talent dalam video tersebut, proses produk dan pengeditan rutin dilakukan seminggu sekali. Hasil dari video konten tersebut akan diunggah ke dalam media sosial Medcom.

Dalam proses pengeditan video, penulis menerima video yang sudah diambil oleh beberapa orang produksi yang kemudian diedit oleh penulis dengan memastikan menggunakan beberapa elemen seperti bumper cerdas 1 menit, *bumper out* Medcom atau *bumper out* Metro TV, penulisan *caption* tidak lebih dari 2 baris, dan *caption* diletakkan pada bagian tengah video.

3.2.1.3 Soundbites Program *Top Issue* dan *Meet Nite Live*



Gambar 3.10
Hasil dari Pengerjaan Soundbites Program *Top Issue*



Gambar 3.11
Hasil dari Pengerjaan Soundbites Program *Meet Nite Live*

Soundbites merupakan segmen audio singkat yang diambil dari wawancara atau video panjang yang bertujuan untuk menyoroti bagian penting atau menarik dalam sebuah wawancara dan menyampaikannya kembali secara cepat dan tepat. Pada bagian ini, penulis ditugaskan untuk memilih soundbites atau bagian wawancara yang dikira menarik untuk

nantinya menjadi judul di video singkat berdurasi 1 menit 30 detik.

Top Issue merupakan salah satu program berita malam Metro TV yang ditayangkan sejak 2004, Top Issue tayang setiap hari mulai pukul 20.05 hingga 21.00 WIB. Pada program ini penulis bertanggung jawab untuk menentukan soundbites sebanyak 3 soundbites dalam 1 video yang berdurasi 40 – 60 menit. Pada proses ini, biasanya penulis diberikan tautan YouTube oleh kakak mentor kemudian, nantinya hasil soundbites yang telah penulis buat akan dikirimkan kepada tim editor untuk mengedit potongan video yang telah penulis buat dan membuat mengubahnya menjadi video berdurasi singkat yang akan diunggah pada media sosial Instagram atau TikTok. Penulis, akan diberikan tugas untuk mencari soundbites setiap hari sebanyak 1 sampai 2 video. Terakhir, penulis akan mengirimkan soundbites yang sudah penulis buat kepada kakak mentor melalui aplikasi WhatsApp. Penulis juga diberikan tanggungjawab untuk membuat soundbites dari program *Meet Nite Live*. *Meet Nite Live* merupakan program evolusi dari Midnight live salah satu program yang sudah hadir di Metro TV, program ini merupakan perpaduan wawancara langsung dengan liputan di lapangan, membahas isu terkini dan tren perilaku masyarakat secara tajam tetapi tetap menghibur. *Meet Nite Live* memiliki satu keunikan yang khas yaitu dengan pendekatan yang lebih santai, menggunakan format ala konten digital yang lebih segar dan dapat diterima oleh penonton kalangan kaum muda. Program berita ini ditayangkan di Metro TV setiap hari pada pukul 22:30 WIB. Di program ini penulis memiliki tugas untuk membuat soundbites sebanyak 3 – 5 soundbites, penulis dikirimkan tautan video berdurasi 40 – 50 menit oleh mentor dalam grup WhatsApp yang beranggotakan 3 orang, untuk memegang program *Meet Nite Live*. Nantinya hasil soundbites yang telah penulis buat akan dikirimkan kepada tim editor untuk mengedit potongan video yang telah penulis buat dan membuat mengubahnya menjadi video berdurasi singkat yang akan diunggah pada media sosial Instagram atau TikTok.

Selain tugas tersebut, penulis juga diberi kepercayaan untuk melakukan tugas mencari komentar. Pencarian komentar ini bertujuan untuk memantau reaksi yang ditimbulkan di kalangan masyarakat terhadap suatu isu yang sedang ramai dibicarakan. Pada proses ini, penulis akan diberikan satu topik oleh kakak mentor kemudian, penulis akan mencari 5 komentar pada setiap *platform*, *Platform* yang digunakan yaitu Instagram, TikTok, dan Twitter (X). Kemudian, penulis akan mengirimkannya kembali melalui aplikasi WhatsApp kepada kakak mentor dalam bentuk poin-poin.

3.2.1.4 Video *Behind The Scene* menambahkan sub bab



Gambar 3.12

Proses Pembuatan *Behind The Scene* program Si Paling Kontroversi

Behind the scene atau dibalik layar merupakan suatu kegiatan merekam aktivitas, proses, atau kejadian yang terjadi dibalik tampilan akhir suatu

karya, acara televisi, atau persiapan dari suatu acara. Biasanya *behind the scene* juga dibuat dengan durasi yang singkat yaitu 1 – 3 menit.

Pada bagian ini penulis, diberikan tugas untuk merekam dan mengedit video dengan judul *behind the scene* ketika dikantor Metro TV sedang berlangsung suatu acara seperti HUT Jakarta, penerimaan penghargaan divisi YouTube dan ketika beberapa tokoh pejabat dan artis yang berkunjung ke Metro TV. Penulis juga beberapa kali ditugaskan untuk membuat video *behind the scene* dari program Si Paling Kontroversi yakni program podcast yang membahas mengenai topik-topik politik yang sedang ramai dibicarakan.

Dalam tugas ini penulis biasanya ditugaskan untuk merekam menggunakan *smartphone* pribadi dan hasilnya akan dikirimkan kepada kakak-kakak mentor yang akan memberikan kepada tim editor untuk di edit. Namun, beberapa kali penulis juga ditugaskan untuk mengedit video yang telah penulis ambil secara mandiri setelah selesai merekam penulis ditugaskan untuk langsung mengedit video tersebut. Beberapa video *behind the scene* akan langsung diunggah ke laman Instagram MetroTV atau Medcomid dengan durasi 1 menit 30 detik.

3.2.2 Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

3.2.2.1 New Media

Media baru didefinisikan sebagai media yang menggunakan internet dan berbasis teknologi online. Ini fleksibel dan mungkin interaktif, dan dapat digunakan baik secara privat maupun publik (Mondry, 2008). Istilah "new media" berasal dari perkembangan teknologi komputer dan internet. Secara sederhana, "new media" berasal dari kata "new", yang berarti "baru", dan "media", yang berarti alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan (Mulyana, 2014).

Mengutip dari Fajar Junaedi, Flew, Power, dan Littlejohn menyatakan bahwa salah satu contoh media baru (*new media*) dalam bidang komunikasi adalah media sosial. Flew mendefinisikan new media sebagai, *as those forms that combine the three Cs: computing and information technology (IT); Communication Network; digitised media & information content*. Sementara itu, Power dan Littlejohn menyebut bahwa new media sebagai, *a new periode in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*. Persamaan definitif tentang konsep new media memperlihatkan bahwa kekuatan dalam suatu media baru adalah penguasaan internet yang dapat membawa perubahan dalam masyarakat secara global (Junaedi, 2011).

Di sisi lain, McQuail (2000:127) mengelompokkan media baru:

1. Media bermain interaktif seperti komputer, *videogame*, permainan dalam internet.
2. Media pencarian informasi yang berupa portal atau *search engine*
3. Media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman, dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat tetapi, juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.
4. Media komunikasi interpersonal yang terdiri dari *telephone*, *handphone*, dan *e-mail*.

Dapat disimpulkan bahwa media baru merupakan pemanfaatan media yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi, hiburan, dan alat interaktif antara komunikator dan komunikan menggunakan internet yang didukung dengan kemudahan dapat diakses dimanapun dan kapanpun melalui komputer dan *handphone*.

Sejalan dengan definisi dan pengelompokkan diatas dalam

melakukan praktik kerja magang, penulis berada pada Departemen Digital HUB sebagai pelopor *new media* yang mengutamakan penyebaran informasi, pendapat, dan pengalaman melalui media sosial. Hal ini merupakan karakteristik utama dari *new media*. Seiring dengan berkembangnya zaman pengembangan Digital HUB merupakan contoh bahwa Metro TV beradaptasi dengan perubahan yang ada sebelumnya, hanya mengandalkan televisi sebagai media tradisional untuk menyampaikan informasi kini berfokus untuk menyampaikan informasi melalui media sosial agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas. Perkembangan ini membuat *new media* mampu menyaingi media tradisional seperti televisi,

dilihat dari beberapa kelebihan yang ada dari *new media* saat ini. Melihat hal ini, penulis ingin memanfaatkan digitalisasi dengan berpartisipasi melakukan penyebaran informasi melalui media sosial Metro TV dan Medcom yang dapat diakses oleh masyarakat yang terhubung oleh internet melalui *smartphone* dimana pun masyarakat tersebut berada dan tanpa batas waktu. Serta, dalam pemanfaatan digitalisasi ini masyarakat memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat secara langsung melalui kolom komentar yang tersedia dan hal ini juga mendukung adanya komunikasi dua arah antara komunikan dan komunikator.

3.2.2.2 Infografis

Infografis merupakan gabungan kata dari *Information* dan *Graphic*. Infografis adalah visualisasi data, gagasan, informasi, atau pengetahuan melalui began, grafis, jadwal dan lainnya agar data, gagasan, informasi, atau pengetahuan dapat disajikan lebih dari teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik. Dengan tujuan agar menggugah kesadaran pembaca untuk dapat memahami data, gagasan, informasi, atau pengetahuan yang lebih cepat dan tepat. Infografis memiliki beberapa tujuan:

- A. Untuk mengomunikasikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana
- B. Mempresentasikan informasi lebih singkat dan mudah dipahami
- C. Menjelaskan data lebih mudah
- D. Dapat memonitor secara periodic setiap parameter perubahan.

Krum berpendapat bahwa tujuan infografis adalah sama dengan public speaking. Infografis memiliki tujuan yang dapat dibagi menjadi 3 kategori yaitu untuk menginformasikan, menghibur, dan mempersuasi audiens sehingga, audiens memberikan perhatian, memiliki waktu untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada dalam infografis (Krum, 2013). Infografis mencakup presentasi visual yang dapat menjelaskan rangkaian cerita atau proses dari serangkaian data dengan menggunakan berbagai elemen seperti gambar, ilustrasi, tipografi, peta, dan visualisasi (Dur, 2014).

Pada era modern seperti saat ini infografis menjadi salah satu cara yang efektif dalam menyampaikan suatu informasi. Infografis mampu merubah data-data dan teks ke dalam bentuk visual, yang lebih menarik dan mudah dimengerti. Infografis membantu masyarakat luas untuk memahami suatu konsep secara cepat dan mudah. Dalam buku *Infografis: Kedasyatan Cara Bercerita Visual*, Lankow et al (2014) mengatakan bahwa keunggulan komunikasi visual melalui infografis antara lain, visualisasi gambar mampu menggantikan penjelasan yang terlalu panjang, serta menggantikan tabel yang rumit dan penuh angka.

Sejalan dengan definisi mengenai infografis, penulis dalam menjalankan praktik magang merasakan bagaimana Departemen Digital HUB memanfaatkan infografis sebagai wadah yang menarik untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pada praktiknya, Metro dan Medcom mengubah sebuah berita yang panjang berisikan teks dan data menjadi infografis yang menarik, berwarna, dan

menggunakan elemen-elemen sesuai dengan isi dari berita tersebut. Hal ini sejalan dengan fungsi dari infografis sendiri yaitu mengubah suatu berita menjadi lebih menarik dan mudah dipahami. Dalam hal ini terbukti bahwa Metro TV mampu menyesuaikan dan membagikan berita melalui berbagai cara agar tetap dapat dinikmati oleh masyarakat luas dan memudahkan masyarakat dalam mengerti mengenai informasi yang disampaikan.

3.2.2.3 Digital Videography

Digital merupakan sebuah perkembangan di era modern seperti saat ini yang telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Rusram Aji (2016) dalam jurnalnya berjudul Digitalisasi, Era Tantangan media menjelaskan mengenai digital, menurutnya digital merupakan suatu pendekatan yang rumit, tetapi fleksibel yang telah menjadi unsur pokok dalam kehidupan manusia. Teori digital ini mengacu terhadap pemahaman tentang evolusi teknologi dan sains dari proses manual menjadi otomatis serta dari kompleks menjadi ringkas. Sementara itu, Bob Kiger menjelaskan bahwa videography merupakan kegiatan membuat tayangan video secara pra produksi, produksi, hingga pasca produksi sama dengan film. Letak perbedaan antara film dan videography secara teknis terletak pada alat yang digunakan. Dapat disimpulkan *digital videography* merupakan proses pembuatan video dari tahap pra produksi sampai pasca produksi dengan menggunakan teknologi digital.

Era digital yang berkembang saat ini menciptakan inovasi yang membawa dampak besar bagi industri televisi di Indonesia. Lev Monich dalam Flew (2014 : 24) mengusulkan bahwa dalam bahasa media baru, sejarah teknologi komputer dan komunikasi digabungkan, sehingga paduan dari dua sejarah tersebut akan menghasilkan "terjemahan semua media yang ada ke dalam data numerik yang dapat diakses melalui komputer". Dengan demikian, semua media dan konten digital sekarang terdiri dari sekumpulan data komputer. *Digital videography* memberikan kemudahan dalam proses produksi video, melalui konsep *digital videography* saat ini video dapat diproduksi melalui alat apa saja yang mendukung, tidak harus kamera dengan bentuk yang besar saat ini *digital videography* dapat diproduksi menggunakan *smartphone* pribadi. Kemudian,

hasil dari produksi tersebut dapat langsung di edit menggunakan komputer atau smartphone secara cepat. Hasil dari video tersebut juga dapat disimpan dengan mudah di perangkat tertentu dalam format *file* yang beragam.

Dalam praktik kerja magang, penulis menerapkan ilmu yang sebelumnya sudah penulis pelajari yaitu mata kuliah Digital Videography dalam semua tahapan dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Sebagai contoh ketika penulis berperan untuk memproduksi konten dan menjadi videographer, hal ini termasuk ke dalam proses pra produksi kemudian, penulis diharuskan untuk mengolah hasil dari video tersebut mengedit dengan aplikasi CapCut untuk melakukan penyuntingan, penambahan elemen-elemen yang menarik dan kreatif. Penulis merasa digital videography sangat berguna dalam memproduksi video yang menarik dan informatif.

3.2.2.4 Jurnalisme Media Sosial

Jurnalistik secara etimologi terdiri dari dua kata yaitu “*jurnal*” dan “*istik*”, kata jurnal berasal dari bahasa Perancis *journal* yang berarti catatan harian. Media sosial adalah medium berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, baik berupa tulisan, foto, video maupun suara dalam ruang virtual (Nasrullah, 2015). Dalam buku *Journalism and Social Media: Practitioners, Organisations and Institutions* disampaikan bahwa pembuatan dan distribusi berita online telah menggeser jurnalis dan audiens dari model komunikasi tradisional 'satu arah' yang dicirikan oleh jurnalisme surat kabar dan siaran. Hal ini merujuk pada bagian komentar yang tersedia di media sosial, untuk mendukung adanya komunikasi dua arah. Penggunaan media sosial secara jurnalistik melalui situs berbagi berita atau ‘berita sosial’ awalnya

dipopulerkan oleh platform seperti Digg dan Newsvine, jenis situs penandaan sosial yang didedikasikan untuk berbagi berita dan informasi.

Sosial media jurnalis hadir disaat jurnalisme sedang mengalami transisi terhadap perkembangan zaman, sosial media yang didukung dengan *smartphone* dan internet menjadi wadah yang tepat untuk menyampaikan segala informasi dan berita yang sedang ramai dibicarakan secara cepat. Banyak penelitian yang dilakukan tentang penggunaan media sosial oleh jurnalis atau organisasi berita telah berfokus pada praktik baru yang digunakan untuk menemukan, meneliti, dan menyajikan berita (Sacco dan Bossio 2017; Domingo et al. 2008). Para peneliti telah menganalisis penggunaan media sosial dalam jurnalisme terutama sebagai cara untuk meningkatkan partisipasi dan dialog audiens (Hermida dan Thurman 2008; Sheffer dan Schultz 2009) atau untuk mendistribusikan konten secara instan (Messner et al. 2012). Studi lainnya telah menyelidiki potensi media sosial sebagai bentuk jurnalisme yang baru (Heinrich 2011; Hirst dan Treadwell 2011; Hjort et al. 2011). O'Sullivan dan Heinonen (2008, p. 357) telah menunjukkan bahwa media sosial membawa alat tambahan untuk jurnalisme yang meningkatkan peluang interaktivitas dan keterlibatan audiens.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa sosial media jurnalistik merupakan kegiatan menyebarkan berita atau informasi sehari-hari melalui media sosial berbasis internet baik berupa tulisan, foto, atau video yang disebut dengan konten. Sejalan dengan definisi tersebut dalam praktik kerja magang, penulis membuat karya berupa tulisan dan video yang kemudian dikemas secara kreatif dan menarik agar masyarakat dapat menikmati informasi yang disampaikan dalam bentuk tulisan seperti infografis

kemudian, mengunggahnya melalui sosial media seperti Instagram dan TikTok. Pada sosial media tersebut penulis juga selalu melihat kolom komentar untuk mengetahui respon yang diberikan oleh masyarakat terhadap isi konten yang dibuat oleh penulis. Penulis setiap harinya selalu mengunggah konten yang dibuat baik berupa video maupun infografis agar tetap dapat menyampaikan informasi dan sebagai salah satu cara untuk berinteraksi dengan masyarakat.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam praktik kerja magang yang dilakukan di Metro TV pada departemen Digital HUB bagian media sosial, penulis memerlukan waktu untuk melakukan adaptasi dengan lingkungan kerja dan pekerjaan yang dilakukan. Namun, penulis sadar akan adanya beberapa kendala yang ditemukan dalam menjalankan praktik kerja magang:

1. Proses produksi infografis

Dalam pembuatan infografis untuk media sosial Instagram Metro TV dan Medcom, penulis mengalami kendala disaat mendesain infografis untuk 2 Instagram yang berbeda. Hal ini dikarenakan tidak ada koordinasi yang jelas mengenai informasi dan ketentuan desain dari mentor.

2. Proses *editing*

Dalam praktik kerja magang di Digital HUB, penulis menggunakan *software* CapCut dalam proses *editing*. Penulis mengalami beberapa kendala dalam mengedit seperti *sync audio*, penambahan *effect*, dan peletakkan caption pada video yang tidak boleh lebih dari 2 baris. Dalam proses edit video, penulis diharuskan untuk mengedit secara kreatif dan dalam durasi singkat yaitu 1 menit 30 detik.

3. Soundbites

Pembuatan soundbites di beberapa program Metro TV seperti Meet

Nite Live dan Top Issue, sempat diawali dengan kendala oleh penulis. Penulis beberapa kali melanggar aturan seperti pembuatan judul soundbites yang lebih dari 10 kata, soundbites diambil dengan durasi kurang dari 1 menit, dan pemilihan judul soundbites yang dinilai kurang menarik oleh mentor Metro TV.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala selama melakukan praktik kerja magang di Digital Hub, penulis dibantu oleh rekan kerja dan mentor Metro TV untuk mengatasi kendala yang dialami.

1. Penulis diajarkan dalam melakukan produksi infografis Metro TV dan Medcom yang memiliki desain berbeda, diajarkan untuk selalu mendesain infografis Metro TV dengan desain yang sederhana dan tidak memakai tambahan gambar animasi apapun dan selalu menggunakan warna biru navy, kuning, dan putih. Penulis juga diberikan beberapa referensi untuk mendesai agar lebih mudah. Dalam proses desain infografis untuk Medcom, penulis diajarkan untuk membuat desain yang kreatif dan unik dengan cara diberikan referensi mengenai desain yang lebih kreatif dan diajarkan untuk menambahkan *effect*, *spacing line*, dan *shadow* pada aplikasi Canva, kemudian penulis juga diberikan Canva Pro guna untuk memudahkan proses desain.
2. Dalam proses editing CapCut penulis, diajarkan untuk sync video otomatis agar suara dan gerak mulut dalam video sinkron. Kemudian penulis juga diajarkan untuk pemotongan video yang lebih rapi, penggunaan *fade in* dan *fade out* pada suara agar lebih terdengar menyatu. Penulis juga diberikan CapCut Pro agar memudahkan dalam proses edit.
3. Pada pembuatan soundbites, penulis selalu diingatkan untuk tidak membuat soundbites dengan durasi kurang dari 1 menit. Penulis juga

diajarkan untuk mengambil soundbites diatas menit ke 30 dalam video news yang berdurasi 60 menit, penulis diajarkan untuk membuat judul soundbites yang lebih menarik dan menentukan *hook* dalam video sesuai dengan perkiraan penulis sendiri.

