

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kerja magang yang dilakukan di divisi Media Sosial *Kompas.com* adalah sebagai kreator konten. Penulis menjalankan magang sejak 14 Agustus 2025 hingga 1 Desember 2025. Kedudukan kreator konten yang penulis emban tepatnya di bawah naungan baik Co-Lead Social Media Creative dan Co-Lead Social Media News. Perbedaan antara keduanya adalah Co-Lead Social Media Creative memproduksi konten-konten berbasis liputan, *explainer*, dan lipsus, sedangkan Co-Lead Social Media News membimbing penugasan piket *news* yang manakala 10 poin perlu diperoleh. Ini akan dijabarkan lebih rinci di subbab „Uraian Kerja Magang“. Terpisah dari ini, ada Lead Distribution yang tugasnya hanya mengirim tautan berita di media sosial tanpa adanya proses kreatif dan jurnalistik yang mendalam.

Sepanjang periode magang, penulis memiliki tugas untuk membuat konten berita yang bervariasi, baik dari liputan langsung maupun riset yang mendalam di kantor. Kebebasan dalam memilih topik menjadi bagian integral dari kreator konten, berbeda dengan reporter dari desk berita yang ditugaskan di lokasi tertentu. Fleksibilitas dalam memproduksi konten sebagai kreator konten di *Kompas.com* adalah privilese yang diberikan oleh Produser dan Pemimpin Redaksi, yang memang sedang bereksperimen untuk menyaingi media *online* dan *influencer* di jagat maya.

Penulis dibimbing intens oleh Produser Media Sosial Kreatif, Yuna Fikry, dan Asisten Redaktur Pelaksana, Nibras Nada Nailufar. Adapun produser dari Solo yang beberapa kali memandu penugasan konten berita. Penugasan kreator konten di *Kompas.com* cukup tentatif dan variatif dari hari ke hari karena menyesuaikan dengan kondisi politik, ekonomi, dan sosial di waktu riil. Adapun liputan-liputan *evergreen* yang tak harus instan proses produksinya seperti liputan sejarah dan kerusakan fasilitas umum. Meskipun tak menentu, jam kerja penulis cukup substansial dengan paling maksimal 14 jam waktu kerja, terhitung sejak proses pencarian topik hingga penyuntingan video.

Koordinasi dalam tim kreator konten adalah untuk mengirim segala proses produksi kepada produser sebelum bisa lanjut ke tahap berikutnya. Sebagai contoh, sebelum bisa menjahit hasil liputan dari luar, penulis diwajibkan untuk mengirim naskah terlebih dahulu agar bisa mengoptimalkan *angle* naskah dan visual yang serasi. Dalam konteks tertentu, rekaman yang diperoleh saat liputan biasanya langsung dikirim kepada produser di dalam grup *WhatsApp*. Setelah mendapatkan visual, penulis langsung melaksanakan penyuntingan video. Bila kondisinya sedang di luar pasca liputan, penulis didorong mesti menyunting video secepatnya. Namun, dalam kondisi tertentu seperti liputan demo, penulis dimudahkan dengan adanya editor di kantor yang siap siaga untuk mengolah visual. Alhasil, kedudukan dan koordinasi kerja magang di *Kompas.com* mencakup setiap anggota dari divisi media sosial untuk bekerja sama, baik secara vertikal maupun horizontal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kreator Konten di *Kompas.com*

Kreator konten di *Kompas.com* bertugas untuk memproduksi konten audiovisual vertikal berdurasi singkat yang akan ditayangkan di pelbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, X, YouTube Shorts, dan Facebook. Kendati menanggung beban yang mirip dengan reporter, output kreator konten bukanlah artikel, melainkan video vertikal berdurasi pendek yang mengikuti gaya ala Gen Z. Sebagai contoh, kreator konten memproduksi video *sketch*, *explainer*, liputan langsung (demo), dan liputan *evergreen* (sejarah). Target produksi yang paling banyak adalah dua konten per hari, bahkan bisa mencapai sepuluh konten sewaktu liputan demo.

Tugasnya kreator konten *Kompas.com* dijuluki sebagai „palugada“ oleh Pemimpin Redaksi *Kompas.com*, Amir Sodikin, karena proses pembuatan konten yang kompleks dari hulu ke hilir. Kreator konten mesti mencari topik, menulis naskah, meliput isu, merekam *footage* berformat vertikal, mengisi suara (*voiceover*), mengedit video, mendesain *cover*, menulis *caption*, dan bahkan mengunggah sendiri konten ke beberapa platform media sosial. Dalam konteks tertentu, kreator konten biasanya ikut andil dalam liputan khusus dari tim lainnya dan memproduksi video media

sosial untuk mempromosi acara yang diselenggarakan oleh Kompas Gramedia.

Kuintesens pekerjaan kreator konten *Kompas.com* akhirnya sangat penuh teknis. Setiap konten memiliki template masing-masing. Sebagai contoh, fonts teks dalam video hanya diperbolehkan *Bebas Neue*, *Montserrat*, dan *Classic*. Panduan teknis ini pun berbeda tipis dari jenis konten ke konten lainnya. Aspek teknis ini integral agar wajah media sosial *Kompas.com* seragam dan memperkuat identitas digital *Kompas.com*. Selain panduan estetika, penulis juga mesti berpatok pada aturan wartawan *Kompas.com* yang tertera di Buku Saku Wartawan *Kompas.com* dan pedoman bahasa tautan eksklusif.

Adapun piket News Media Sosial yang diarahkan oleh produser yang di Solo, Jawa Tengah. Maka dari itu, komunikasi dilaksanakan via WhatsApp. Beban pekerjaannya diukur dengan sistem poin. Pekerjaan dibilang tuntas bila telah mencapai 10 poin. Produksi *feed* ternilai 1 poin, produksi video *reader* ternilai 2 poin, dan produksi video *voiceover* ternilai 4 poin. Agar 10 poin, produser biasanya menugaskan pembuatan dua *feed* (2 poin), dua *reader* (4 poin), dan satu video *voiceover* (4 poin). Namun, ini pun fleksibel. Sebagai contoh, penulis pernah ditugaskan untuk memproduksi dua video *voiceover* (8 poin), dan satu *reader* (2 poin), sehingga langsung mencapai 10 poin tanpa produksi *feed* sama sekali. Terdapat dua shift: pagi dan malam. Shift pagi bekerja dari jam 6.00 hingga 14.00, sedangkan shift malam bekerja dari jam 14.00 hingga 22.00.

3.2.2 Uraian Kerja Kreator Konten

3.2.2.1 Liputan Demo

Salah satu liputan terkompleks saat magang adalah liputan demo 25-31 Agustus 2025. Teknis dari tugas peliputan demo bagi kreator konten di *Kompas.com* tergolong simpel, tetapi memang kian independen. Sebelum terjun, riset yang komprehensif mesti dilakukan untuk mencari *angle* berita yang potensial saat demo berlangsung. Sebagai contoh, penulis menonton beberapa liputan dari media kompetitor, *Narasi Newsroom*, ketika meliput demo-

demo di tahun 2024. Lebih spesifiknya, penulis mempelajari konteks sosiopolitik yang menyebabkan demo tersebut.

Sebelum ke lapangan, produser juga menegaskan pentingnya untuk mengambil *footage* sebanyak-banyaknya dan *angle* visual yang sevariatif mungkin agar mudah mengemas konten yang orisinal. Penulis melakukan proses video editing di lokasi sontak meliput demo. Kemudian, judul dan *caption* untuk penayangan di Instagram, TikTok, X, Facebook, dan YouTube Shorts juga ditulis oleh penulis, dikirim ke grup media sosial *Kompas.com* via aplikasi WhatsApp. Bila demonya diprediksi akan mencekam, penulis juga diberikan alat-alat seperti masker, helm, dan kaca mata agar aman dari kekerasan aparat ataupun rakyat di tengah keributan demo.

a. Demo 25 Agustus 2025

Terungkapnya gaji dan tunjangan anggota DPR yang supertinggi menuai polemik di segenap masyarakat Indonesia karena merasa perwakilan rakyat Indonesia semestinya tercermin dari gaya hidup yang relatif sederhana. Ini kemudian diperparah oleh cuplikan sejumlah anggota DPR yang berdansa di rapat DPR pada 17 Agustus 2025. Kendati publik mengecam tarian para anggota DPR beserta isu tunjangan sebagai nirempatis, sejumlah anggota DPR ternilai defensif, semisal dengan pernyataan Ahmad Sahroni yang menyatakan bahwa kekayaan DPR akan bersiklus dan turun ke rakyat, atau pernyataan Nafa Urbach terkait pentingnya memiliki rumah di Senayan karena kemacetan dari rumahnya di Bintaro.

Alih-alih memperbaiki citra diri DPR, ucapan-ucapan anggota DPR yang defensif justru menjadi kontraproduktif dan malah mengamplifikasi amarah publik. Maka dari itu, demo pada 25 Agustus 2025 adalah manifestasi dari kemarahan publik yang akhirnya tak

terbendung. Konteks-konteks inilah yang penulis mesti riset sebagai kreator konten dan bahkan pantau secara digital seiring waktu. Alhasil, penulis ditugaskan untuk memantau poster-poster yang berseliweran di media sosial. Secara simultan, penulis juga ditugaskan untuk membaca pro-kontra publik atas demo tersebut dari kolom komentar.

Pada 25 Agustus 2025, penulis memastikan demo akan berlangsung dengan menghubungi beberapa kelompok aktivis anak muda seperti „Bareng Warga“ via X. Lalu, berhubung Gedung DPR/MPR jaraknya tidak jauh dari Gedung Menara Kompas, penulis berinisiatif untuk tunggu di kantor terlebih dahulu dan memantau lewat CCTV publik via internet, dan bahkan mengecek *live streaming* TikTok netizen yang di area, untuk melihat keramaian massa. Ketika sudah mulai tampak ramai, penulis bergegas jalan kaki ke depan gerbang Gedung DPR/MPR. Penulis meliput sejak jam 10.00 WIB pagi di depan gerbang Gedung DPR/MPR dan merekam segala kejadian, aktivitas, dan demonstran yang sekiranya bisa dijadikan *angle* yang menarik. Sebagai contoh, penulis merekam begitu banyaknya pedagang-pedagang dari Gedung TVRI hingga Senayan Park, atau komunitas-komunitas *non-profit* yang membantu logistik demo.

Saat demo berlangsung, penulis mendengarkan dan merekam orasi-orasi yang disampaikan oleh demonstran. Secara visual, *angle* yang umumnya diambil adalah *high angle* karena penulis merekam dari bawah dan memposisikan orator sebagai subjek yang penting dalam video. Selain merekam orasi-orasi, peristiwa yang tak terduga juga mesti diawasi secara berkala. Sebagai contoh, penulis merekam beberapa demonstran yang berupaya merobohkan gerbang gedung DPR/MPR dengan bambu.

Keamanan gerbang pun tak kondusif sehingga polisi membubarkan massa pukul 12.30, terlalu cepat dari pembubaran demo-demo sebelumnya. Polisi akhirnya meluncurkan barikade dan BRIMOB, penulis juga merangsek maju ke depan untuk mengambil *footage* ketika aparat mulai membersihkan massa dengan *water cannon* dan gas air mata. Menyoroti kekerasan aparat adalah tugas reporter agar tindakan tersebut bisa dipertanggungjawabkan dan dikritisi oleh masyarakat.

Pasca pembubaran demo di depan gerbang Gedung DPR/MPR, sekian banyak demonstran melanjutkan aksi demo di depan Gerbang Pancasila, bahkan dengan jumlah yang masif. Tiba di lokasi, penulis diarahkan oleh produser untuk mencari *angle* yang unik dan jangan berpatok pada orasi-orasi saja yang condong repetitif secara substansi. Namun, saat mencari *angle* ini, ledakan dari motor yang dibakar oleh oknum memicu BRIMOB meluncurkan selongsong gas air mata kepada aksi massa, termasuk sejumlah jurnalis di lokasi. Penembakan gas air mata ini sayangnya tidak terekam oleh penulis karena begitu cepatnya.

Momen-momen unik seperti inilah yang seringkali lebih baik diliput kreator konten ketimbang orasi-orasi biasa karena membedakan konten kami dengan media kompetitor yang sudah pasti merekam orasi-orasi yang penulis juga saksikan.

b. Demo 28-31 Agustus

Meskipun ada jeda tiga hari sebelum demo ini, amarah publik malah memuncak pada 28 Agustus 2025. Demo inilah yang akhirnya menjadi katalisis atas kematian sepuluh warga, termasuk kematian pengemudi ojek *online* (ojol) Affan Kurniawan.

Awalnya, penulis ditugaskan untuk meliput demo yang diselenggarakan oleh Partai Buruh di depan gerbang Gedung DPR/MPR, pada pagi hari, tepatnya pukul 09.00 WIB. Karena banyak bendera dan poster yang besar, penulis mengambil *footage* dengan *low angle shot*. Salah satu peliputan yang akhirnya tayang adalah orasi pembuka dari Ketua Partai Buruh, Sayyid Iqbaal. Berbeda dari demo sebelumnya, penulis menilai bahwa demo ini pro-Prabowo atau pro-pemerintah sehingga kritik yang ada hanya dilontarkan kepada anggota DPR saja atas tunjangan mereka yang luar biasa. Karena sentimen pro-pemerintah condong kurang diminati oleh audiens di media sosial, penulis memilih untuk tidak meliput begitu banyak orasi-orasi dari demo buruh ini.

Setelah demo buruh berakhir, sejumlah buruh yang merasa tidak terwakilkan dari orasi-orasi Partai Buruh justru melanjutkan orasi mereka yang juga mengkritik Prabowo Subianto sebagai presiden. Setelahnya, beberapa anggota kepolisian datang untuk membagikan logistic minuman dan makanan dalam rangka mempersiapkan atmosfer yang kondusif untuk konferensi pers terbuka di depan.

Penulis memilih untuk menyoroti pernyataan Ade Ary, yakni salah satu bagian dari Divisi Humas Polri terkait arahan Polda Metro Jaya kepada BRIMOB untuk menangani demonstran „secara humanis“. Peliputan ini akhirnya bermanfaat dalam mempertanggungjawabkan janji pihak kepolisian yang jelas teringkari dengan terlindasnya Affan Kurniawan pada 28 Agustus 2025; yakni hari yang sama Polda Metro Jaya menjanjikan penanganan yang „humanis“. Tak hanya kepada Affan Kurniawan saja, tetapi eskalasi kekerasan pihak kepolisian pun menjadi *recurring angle* di demo-demo berikutnya.

Banyak kabar burung berseliweran di ruang digital terkait terlindasnya seorang ojol oleh mobil rantis BRIMOB malam itu. Maka, produser, kreator konten lainnya, dan penulis berupaya untuk memverifikasi kabar burung tersebut dari video viral yang ada di TikTok. Kami menelepon berbagai rumah sakit di area Palmerah, Pejompongan, Senayan, dan sampai Tanah Abang. Networking dengan reporter dari media lain juga hendak dilakukan. Memverifikasi peristiwa macam ini adalah kuintesens dari pekerjaan reporter dan kreator konten di *Kompas*. Momen seperti inilah yang menunjukkan bahwa kreator konten *Kompas.com* sejatinya tetap jurnalis.

Atmosfer Indonesia, baik secara dunia riil maupun digital, menjadi mencekam karena kematian Affan Kurniawan sehingga Redaktur Pelaksana, Laksono Hari Wibowo, mulai lebih hati-hati dan selektif dalam penayangan konten. Bahkan, ia menggalakkan segenap reporter dan kreator konten untuk tidak menunjukkan terlalu banyak visual yang berisi kekerasan, khususnya dari demonstran, agar *Kompas.com* tetap konsisten dalam misinya untuk berpihak kepada rakyat. Sebagai contoh, penulis bersama produser melanjutkan liputan di Kwitang, tepatnya Markas Kwitang BRIMOB. Awalnya, penulis dan kreator konten yang lain memulai *live streaming* di Instagram. Namun, Redaktur Pelaksana langsung memperingatkan bila *live streaming* tersebut dilanjutkan, sanksi berupa Surat Peringatan I (SP1) bisa saja ditajuhkan. Namun, aksi membakar ini dilarang tayang agar tidak mengundang orang tiba ke lokasi sekaligus menormalisasikan demonstran yang anarkistis sebagai subjek utama dalam liputan. Bahkan, penulis diteleponi langsung oleh redaktur pelaksana untuk bergegas pulang dan

berhenti meliputan pembakaran halte di Halte Pasar Senen. Oleh karena itu, berbagai *footage* yang penulis telah rekam, akhirnya tidak ada satupun yang tayang. Kompleksitas dalam berpihak kepada rakyat sepenuhnya dan patuh terhadap arahan redaktur pelaksana di tim redaksi adalah dilema yang dihadapi secara frekuen.

Kali ini, penulis didampingi langsung oleh Asisten Redaktur Pelaksana, Fabian Yanuarius, di Kwitang BRIMOB pada 29 Agustus 2025. Asisten Redaktur Pelaksana memerintahkan penulis untuk meliput langsung di depan barikade polisi yang diteguhkan di depan gerbang Markas Kwitang BRIMOB. Kendati demikian, keberanian penulis belum sebanding dengan redaktur pelaksana sehingga memilih untuk meliput secara jauh, dan akhirnya memisah dengannya.

Semakin malam, jumlah massa justru bertambah semakin banyak. Di tengah-tengah peliputan demo di Kwitang, produser di kantor menelepon penulis untuk mengecek bila penjarahan di Kwitang memang benar terjadi. Namun, setelah menggunakan Google Maps untuk mengecek lokasi, lokasi gedung yang dijarah letaknya itu tepat di seberang Markas BRIMOB. Artinya, penulis kudu merekam dan melewati penembakan gas air mata yang frekuen dari kedua sisi, baik dari kepolisian maupun demonstran. Karena ditemani oleh asisten redaktur pelaksana, penulis berupaya menerobos kabut gas air mata yang masih mengudara. Sayangnya, ketika nyaris tiba di lokasi, selongsong gas air mata terjun persis di depan penulis sehingga misi kami untuk meliput gedung yang dijarah tak bisa diselesaikan.

Karena Kwitang dipenuhi dengan kekerasan dari massa, banyak *footage* yang diambil oleh penulis tidak

diizinkan tayang. Pertimbangan penulis sebagai reporter dalam meliput demo ini menjadi pancamuka. Memantau berkala secara keseluruhan atas dinamika dan diskursus terkait demo di ruang digital pun menjadi tugas yang imperatif bagi kreator konten *Kompas.com* agar konten tidak menyulut emosi masyarakat yang sudah sangat marah.

3.2.2.2 Liputan Megapolitan (Jabodetabek)

Terinspirasi dari kreator konten seperti Hilmi dan Ferry Irwandi, produser menggagas ide bagi para kreator konten untuk meliput fasilitas umum yang rusak di kawasan Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Alasannya adalah selain liputan ini bisa berdampak bagi warga setempat, konten semacam ini condong viral karena publik akan memberi *like* dan komentar agar isunya tersorot ke pemangku kebijakan. Konten yang mengkritik fasilitas umum seumpama membunuh dua burung dengan satu batu.

a) Fasilitas Umum yang Rusak

Selama magang, liputan yang sering penulis tekuni adalah mengecek fasilitas-fasilitas umum yang rusak di area Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Ide liputan megapolitan kerapnya berasal dari kekesalan penulis pribadi yang sering memanfaatkan transportasi umum yang sayangnya seringkali rusak demi keperluan liputan. Makanya, keresahan tersebut termanifestasikan menjadi ide liputan. Adapun ide-ide liputan yang diambil dari media sosial seperti *thread* ataupun komen netizen yang meminta *Kompas.com* untuk mengunjungi suatu lokasi.

Liputan pertama penulis yang berdampak adalah liputan Stasiun Cikini. Penumpang KRL di Stasiun Cikini menjadi viral karena sering memanjat pagar untuk memotong waktu jalan menuju stasiun. Penulis akhirnya

meliput fenomena tersebut dan menggunakan *footage* mereka memanjat pagar sebagai *hook*. Di konten ini, diperlihatkan juga jarak tempuh para penumpang KRL bila mereka tidak memanjat pagar, supaya audiens bisa memahami konteks atas fenomena yang terjadi; mereka tidak memanjat tanpa sebab. Dalam konten tersebut, penulis juga memuatkan rekomendasi dari netizen dengan screenshot komentar mereka sebagai bahan acuan untuk pemerintahan saat mendiskusikan solusi.

Kedua, penulis meliput JPO di Kota Tangerang, di Jalan Raya Daan Mogot. Ide liputan ini berasal dari akun X yang mempopulerkan JPO rusak tersebut. Karena diskursusnya memanas di media sosial, produser dan penulis merasa liputan ini bisa menjadi liputan berdampak. termasuk menyebrangi jembatan tersebut. Proses penyuntingan agar menggaet audiens dari awal, penulis menggunakan *establishing shot* agar terlihat bentuk JPO yang rusak secara luas. Penulis mengaplikasikan gaya edit yang *fast-paced* guna menggaet perhatian dan kemudian menetapkan atensi audiens Gen Z yang pendek.

Ketiga, peliputan penulis yang mendesak perubahan adalah sempitnya Halte Tanjung Duren. Akhirnya, seminggu setelah liputan tersebut, Transjakarta memutuskan untuk melakukan revitalisasi terhadap Halte Tanjung Duren, diumumkan via unggahan di Instagram. Namun, saat laporan ini tertulis, produser belum menugaskan penulis untuk meliput kembali Halte Tanjung Duren yang direvitalisasi sebagai bentuk dari jurnalisme berdampak.

3.2.2.3 Lipsus

Dari 27 November 2025 hingga 28 November 2025, penulis melakukan liputan khusus (lipsus) terkait palang hitam bersama video jurnalis yang lain. Meskipun eksistensi Palang Hitam cukup terselubung di tengah masyarakat awam, banyak liputan terdahulu yang penulis gunakan sebagai sumber riset sebelum terjun ke lapangan. Liputan ini dilaksanakan dalam kurun waktu dua hari karena tidak ada jenazah yang bisa diliput di hari pertama. Meskipun tidak melaksanakan wawancara formil, penulis melakukan pendekatan yang mendalam dengan sejumlah anggota Palang Hitam dengan sekadar berkelakar bersama mereka secara personil. Jadi, bukan hanya menanyakan tentang keseharian mereka sebagai Palang Hitam saja, melainkan juga pengalaman hidup mereka secara holistik.

Di hari kedua, karena adanya jenazah, penulis meliput pekerjaan mereka dari hulu ke hilir: penjemputan, pemandian, pengkafanan, penyolatan, dan penguburan. Saat meliput setiap proses, tentu penulis berhati-hati agar tidak mengganggu proses pekerjaan mereka. Dalam proses penyuntingan, penulis mesti teliti agar visual jenazah tidak masuk ke dalam konten karena melanggar kode etik jurnalistik dan peraturan TikTok.

3.2.2.4 *Explainer Voiceover*

a) Demo Nepal

Dari Agustus hingga September, demo dari anak muda melanda pemerintahan secara global. Salah satunya adalah Nepal. Tidak jauh berbeda dari demo di Indonesia, demo Nepal adalah manifestasi dari kemarahan publik setelah melihat anak-anak pejabat hidup berfoya-foya, sampai terciptanya tren #NepoKid di media sosial. Akhirnya, ber klimaks dengan demo yang anarkistis, bahkan sampai terjadinya penelanjangan para pejabat-pejabat yang terduga koruptif. Penulis akhirnya memproduksi video *explainer* tentang demo di Nepal ini karena kondisi sosio-politik mereka tak jauh berbeda dari kondisi di Indonesia saat itu.

Sementara itu, video kedua tentang Nepal mengandung *angle* yang lebih unik, yakni Sushila Karki sebagai perdana menteri interim yang dipilih lewat Discord. Tak hanya itu, penulis menonjolkan figur ini sebagai perempuan yang „badass“ dalam memberantas korupsi, dan bahkan suaminya dulu pernah membajak pesawat demi revolusi untuk pemerintahan yang lebih demokratis. *Angle* ini belum dikulik oleh media lain sehingga ini menjadi salah satu video *explainer* yang sukses dengan 1.5 juta *views* dan 100k *likes* lebih.

b) G30S

Dalam rangka memperingati peristiwa Gerakan 30 September yang terjadi di 1965, penulis ditugaskan untuk memproduksi video *explainer* historis yang tidak hanya mendalam secara substansi, tetapi juga singkat dalam penjelasannya. Meskipun banyak *angle* berita yang dipertimbangkan seperti „kenapa Suharto tidak dibunuh dalam G30S“ atau „internal konflik Tentara Nasional Indonesia (TNI)“, penulis bersama produser memutuskan untuk mengadopsi *angle* dampak Perang Dingin terhadap terjadinya G30S.

Produser Nibras Nada Nailufar justru menceritakan bahwa tahun sebelumnya, kreator konten yang memproduksi video terkait G30S terkena *doxxing* dari *buzzer* via media sosial pribadinya. *Angle* yang terlalu provokatif dan kontroversial akhirnya dinomorduakan dalam pertimbangan. Maka dari itu, keputusan redaksi di *Kompas.com* selalu mempertimbangkan keselamatan pekerjaanya di ruang digital yang rawan.

Arsip pemberitaan *Kompas.com* dan buku-buku yang tersedia di perpustakaan menjadi bekal untuk naskah yang komprehensif dan kaya akan riset. Kendati demikian, karena konten ini akan ditayangkan di media sosial, durasi video idealnya kurang dari tiga atau dua menit. Maka dari itu, peringkasan adalah langkah yang imperatif.

Meringkas fakta sejarah yang kompleks dan pancamuka adalah tugas penulis selama jangka waktu tiga hari. Meskipun awalnya cukup rumit, taktiknya adalah untuk menggunakan bahasa yang membumi.

Bahkan, kata seperti „kalau“, dibacakan sebagai „kalo“ saat *voiceover* agar menggaet perhatian penonton umum.

3.2.2.5 Picket News

Untuk mencapai 10 poin sistem yang dijelaskan sebelumnya, penulis ditugaskan untuk memproduksi:

a) *Feed*

Produksi konten *feed* adalah salah satu yang paling mudah. Penulis menggunakan aplikasi Canva untuk membuat *feed* dari berita artikel yang sudah terbit di kanal *Kompas.com*. Setelah diunggah, penulis perlu menaruhkan postingan tersebut ke *story* Instagram dengan menyertai tautan artikel yang orisinal agar audiens bisa membaca lebih detail.

b) *Reader/Cut*

Reader adalah konten video yang narasinya dibawakan dengan teks saja ketimbang adanya narasi *voiceover*. Maka, naskah mesti disederhanakan agar teksnya tidak menutupi visual video. Kendati demikian, ada beberapa konten yang memerlukan narasi teks yang ekstensif sehingga satu kalimat mesti dibelah menjadi dua.

c) *Voiceover*

Yang paling memerlukan waktu kerja terbanyak adalah konten *voiceover*. Konten ini selebihnya mirip dengan konten *xplainer*, tetapi naskahnya agak lebih pendek agar bisa mengejar waktu tayang. Bila *reader* adalah konten tanpa *voiceover*, konten *voiceover* dinarasikan dengan *voiceover* dari kreator konten.

3.3. Teori/Konsep yang Relevan dengan Kerja Magang

3.3.1 Jurnalisme Digital

Penguasaan teknik digital menjadi aspek esensial bila bekerja di media daring. Jurnalisme digital, dalam hal ini, merujuk pada praktik jurnalistik yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya internet, untuk mendistribusikan berita kepada audiens secara lebih efisien dan interaktif (Fenton, 2010).

Menurut Lister, Dovey, Giddings, Grant, dan Kelly (2009), jurnalisme digital juga menunjukkan transisi dari bentuk jurnalisme yang sebelumnya lebih bersifat *unidirectional* (satu arah) menjadi lebih interaktif. Salah satu ciri utama jurnalisme digital adalah kemampuannya

untuk menggabungkan teks, gambar, video, dan audio dalam satu platform, menghasilkan pengalaman multimedia yang imersif bagi audiens. Selain itu, jurnalisme digital menciptakan ruang bagi audiens untuk berpartisipasi dalam proses produksi berita melalui fitur-fitur seperti komentar, berbagi konten, atau bahkan memproduksi berita itu sendiri (*user-generated content*) (Bruns, 2008). Hal ini mengarah pada perubahan dalam hubungan antara jurnalis dan publik, yang kini lebih bersifat dialogis dan kolaboratif. Selain itu, jurnalisme digital juga menawarkan kecepatan dan aksesibilitas yang nihil sebelumnya. Dengan memanfaatkan platform *online*, berita dapat diterbitkan dalam hitungan menit, bahkan detik, setelah peristiwa terjadi. Teknologi digital memungkinkan jurnalis untuk melaporkan berita secara *real-time*, memberikan audiens informasi yang terkini dan relevan kapan saja dan di mana saja (Fenton, 2010). Namun, seiring dengan kecepatan ini, tantangan baru muncul dalam hal verifikasi informasi, mengingat risiko penyebaran informasi yang tidak akurat atau palsu menjadi semakin besar (Pew Research Center, 2017).

Jurnalisme digital juga memperkenalkan konsep 'multiplatform journalism', yang mengacu pada kemampuan jurnalis untuk mendistribusikan berita melalui berbagai saluran digital, termasuk situs web, aplikasi berita, dan media sosial. Hal ini memungkinkan jurnalis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam, serta menyesuaikan format dan gaya penyampaian berita dengan kebutuhan audiens yang berbeda (Deuze, 2008). Tidak hanya itu, dengan adanya analitik digital, jurnalis dapat mengukur dampak berita mereka melalui berbagai metrik, seperti jumlah klik, durasi baca, atau jumlah komentar, yang memberikan wawasan lebih dalam mengenai apa yang diminati audiens (Hermida, 2010). Kendati demikian, pergeseran menuju jurnalisme digital juga membawa beberapa tantangan. Salah satunya adalah efek algoritma media sosial terhadap distribusi berita. Platform seperti Facebook, Twitter, dan Google News menggunakan algoritma untuk menentukan berita mana yang akan muncul di feed pengguna, yang sering kali dipengaruhi oleh preferensi

atau algoritma pribadi. Hal ini dapat menciptakan ruang terbatas bagi audiens untuk mengakses berita yang beragam dan objektif, serta memperkuat echo chamber di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sejalan dengan pandangan mereka sendiri (Pariser, 2011).

Selain itu, jurnalisme digital menghadapi tantangan dalam hal monetisasi. Sumber pendapatan tradisional seperti iklan cetak tidak dapat diterapkan begitu saja pada platform digital, sehingga media perlu mengembangkan model bisnis yang baru, seperti langganan, paywall, atau model berbasis iklan digital (Tandoc & Thomas, 2015). Walaupun model ini berhasil di beberapa outlet media besar, seperti *The New York Times*, masih banyak tantangan yang harus dihadapi oleh outlet media lebih kecil dalam hal pengembangan pendapatan digital yang berkelanjutan.

3.3.2 *Mobile Journalism*

Perkembangan teknologi yang pesat membawa perubahan besar dalam dunia jurnalisme, salah satunya dengan munculnya *mobile journalism* atau *Mojo*. Seperti halnya internet yang mengubah praktik jurnalisme beberapa dekade lalu, kini ponsel pintar (smartphone) menjadi perangkat utama dalam produksi dan distribusi konten jurnalistik. Hal ini mengarah pada pemikiran *mobile-first* dalam dunia jurnalisme, di mana semua orang kini mengakses berita dan informasi melalui ponsel mereka. Di tengah dunia yang semakin mobile-centric, media memiliki kewajiban untuk menghadirkan produk jurnalistik yang mudah diakses melalui perangkat ponsel, menciptakan era baru bagi praktik jurnalistik dengan nama *Mobile Journalism* atau *Mojo* (Adornato, 2018).

Anthony Adornato (2018) dalam bukunya *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide* menjelaskan bahwa mobile journalism bukan hanya sekadar tentang menyampaikan berita melalui ponsel, tetapi juga tentang memberikan konten berkualitas yang dapat diakses dengan mudah oleh audiens di berbagai platform digital, terutama media sosial. Dengan kata lain, Mojo adalah pendekatan yang lebih dinamis dan kreatif

dalam memproduksi berita yang dapat langsung dipublikasikan dan disebarkan melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, atau Facebook, yang bisa dijangkau oleh khalayak dengan sekali klik pada perangkat mobile mereka (Adornato, 2018).

Dalam praktiknya, *mobile journalism* lebih mengutamakan fleksibilitas dan aksesibilitas. Menurut Ivo Burum dan Quinn (2016), *mobile journalism* memungkinkan jurnalis dan masyarakat untuk menciptakan cerita menggunakan ponsel. Cerita ini tidak hanya terbatas pada bentuk teks, tetapi juga mencakup berbagai format multimedia seperti video, audio, dan slideshow foto. Oleh karena itu, perangkat yang dibutuhkan untuk Mojo sangat sederhana, cukup dengan ponsel, *holder*, mikrofon, *power bank*, dan aplikasi editing (Burum & Quinn, 2016). Kelebihan lain dari Mojo adalah kemampuannya untuk memproduksi berita secara *real-time*, yang memungkinkan jurnalis untuk segera berbagi informasi dengan audiens begitu berita tersebut terjadi. Praktik ini juga mempercepat proses kerja jurnalistik, di mana mulai dari penelitian, perekaman, editing, hingga publikasi dilakukan menggunakan perangkat yang sama, yaitu ponsel (Adornato, 2018).

Dengan mengaplikasikan *mobile journalism*, kerja jurnalis menjadi lebih praktis dan efisien. Menurut Adornato (2018), proses-proses yang biasanya memerlukan banyak perangkat berbeda kini bisa dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*, memungkinkan jurnalis untuk melakukan liputan dengan cepat tanpa tergantung pada peralatan berat atau rumit. Ini membuat *Mojo* semakin relevan dalam dunia jurnalisme modern, di mana kecepatan dan efisiensi menjadi kunci utama. Dalam pengalamannya, penulis juga menemukan bahwa selama menjalani magang di *Kompas.com*, praktik Mojo banyak diterapkan. Sebagai contoh, ketika seorang reporter ditugaskan untuk liputan, mereka sering kali bekerja sendirian. Oleh karena itu, penggunaan ponsel untuk merekam, mengedit, dan mempublikasikan konten menjadi pilihan yang efektif. Dalam kondisi

tersebut, *smartphone* berfungsi sebagai perangkat serba guna yang memungkinkan jurnalis untuk segera memproduksi berita dan menyebarkannya melalui platform media sosial, sehingga informasi dapat dengan cepat diterima oleh audiens (Burum & Quinn, 2016).

Selain itu, dalam praktik *Mojo*, penulis juga melakukan editing menggunakan aplikasi *CapCut* di ponsel pribadi. Setelah editing selesai, video atau foto yang telah disunting akan dikirimkan untuk mendapatkan persetujuan sebelum akhirnya diunggah ke media sosial, seperti yang dilakukan oleh *Kompas.com* untuk Instagram. Proses ini menunjukkan betapa praktis dan efisiennya *Mojo* dalam memproduksi konten berita yang tidak hanya cepat tetapi juga terjangkau dan mudah dilakukan oleh seorang jurnalis dengan menggunakan perangkat mobile yang sudah sangat familiar (Adornato, 2018).

Praktik *Mojo* juga memberi keuntungan dalam hal *real-time journalism*, yang sangat penting dalam dunia digital saat ini. Menurut Harcup (2018), *jurnalistik real-time* memungkinkan jurnalis untuk memberikan laporan langsung dari lapangan dan memperbarui audiens secara terus-menerus dengan informasi yang terkini. Hal ini sangat relevan dalam konteks jurnalisme berbasis ponsel, karena jurnalis bisa segera mengunggah konten dalam bentuk foto, video, dan teks saat liputan berlangsung, tanpa harus menunggu proses produksi yang lama. *Mojo* sangat bergantung pada perangkat yang dapat memberi jurnalis kebebasan untuk bekerja di lapangan dan memastikan informasi sampai ke audiens dengan kecepatan tinggi (Harcup, 2018).

3.3.3 *Voiceover*

Teknik *voiceover* dalam jurnalisme digital mengacu pada penggunaan suara sebagai elemen pendukung dalam penyampaian berita atau informasi. *Voiceover* digunakan untuk menambahkan dimensi suara pada produk jurnalistik, seperti video berita atau dokumenter, yang memungkinkan audiens untuk lebih memahami konteks atau cerita yang

disampaikan. Teknik ini tidak hanya mempermudah penyampaian informasi secara naratif, tetapi juga memperkaya pengalaman audiens melalui penggunaan suara untuk menekankan atau menjelaskan suatu topik secara lebih mendalam (Pavlik, 2013).

Sebagai bagian dari multimedia journalism, voiceover digunakan untuk menyampaikan cerita di luar teks atau gambar, memberikan penjelasan atau narasi yang membantu audiens menghubungkan berbagai elemen visual dan informasi yang disampaikan. Menurut Newman & Levy (2014), jurnalis yang menggunakan teknik *voiceover* dapat mengatur nada, intonasi, dan kecepatan bicara untuk menciptakan atmosfer yang sesuai dengan cerita yang disampaikan. Dengan demikian, voiceover tidak hanya menjadi alat untuk mentransmisikan informasi, tetapi juga untuk mengatur emosi audiens, meningkatkan pemahaman mereka terhadap topik yang diliput.

Proses pembuatan *voiceover* dalam jurnalisme digital biasanya melibatkan beberapa tahap. Setelah pengumpulan bahan visual seperti video atau gambar, jurnalis akan menulis naskah untuk narasi, kemudian merekam suara sesuai dengan naskah tersebut. Perangkat yang digunakan untuk merekam bisa bervariasi, mulai dari mikrofon sederhana di ponsel hingga peralatan profesional untuk menghasilkan kualitas suara yang lebih baik (Shapiro & Wicks, 2018). Setelah itu, *voiceover* akan disinkronkan dengan visual yang ada untuk menciptakan produk jurnalistik yang lebih menarik dan informatif.

Penggunaan *voiceover* semakin relevan di era digital dan *mobile*, di mana video berita dan *storytelling multimedia* menjadi semakin dominan. Menurut Kunz & Fedorov (2019), dalam jurnalisme modern, *voiceover* memungkinkan jurnalis untuk mengemas berita dengan lebih dinamis dan menarik, sekaligus menyediakan nuansa emosional yang tidak bisa dicapai hanya dengan teks atau gambar. Oleh karena itu, *voiceover* tidak hanya berfungsi untuk menjelaskan konten, tetapi juga untuk menambah kedalaman cerita.

Secara praktis, teknik *voiceover* juga dapat meningkatkan keterlibatan audiens dalam konten berita. Ketika audiens mendengarkan narasi yang disampaikan dengan suara dan pelafalan yang jelas serta profesional, mereka lebih cenderung untuk menyimak dan menghargai informasi yang diberikan, yang berdampak pada tingkat retensi informasi yang lebih tinggi (Shapiro & Wicks, 2018). Ini menjadikan *voiceover* sebagai alat yang sangat efektif dalam produk jurnalisme multimedia bagi kreator konten.

3.3.4 *Editing*

Editing adalah salah satu tahapan penting dalam proses produksi jurnalisme digital. Dalam konteks ini, editing tidak hanya melibatkan pemotongan atau penggabungan teks, gambar, dan video, tetapi juga mencakup penyuntingan untuk memastikan kelancaran narasi, kejelasan informasi, dan kesesuaian dengan audiens. Dalam era digital yang serba cepat, teknik editing yang efisien dan kreatif sangat penting untuk menghasilkan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah dipahami oleh audiens (Baughman & Zimmer, 2016).

Teknik editing yang digunakan dalam jurnalisme digital sangat bergantung pada jenis media yang diproduksi. Untuk konten video, proses editing mencakup pemotongan klip, penyesuaian suara, penambahan efek visual, dan pembuatan transisi yang mulus antara satu *scene* dengan *scene* lainnya. Editor video menggunakan perangkat lunak seperti Adobe Premiere Pro atau Final Cut Pro untuk menambah elemen-elemen visual dan audio yang meningkatkan kualitas produk akhir (Katz, 2016). *Editing* dalam video berita juga mencakup penambahan elemen text *overlay*, subtitel, dan grafik yang dapat memperjelas informasi dan menarik perhatian audiens.

Editing juga mencakup penyuntingan untuk membuat narasi yang koheren dan tidak terlalu panjang atau membingungkan. Dalam jurnalisme digital, audiens biasanya menginginkan konten yang singkat, padat, dan informatif. Menurut Levenson (2017), penyuntingan dalam jurnalisme

digital bertujuan untuk mengurangi informasi yang tidak relevan dan memastikan pesan utama yang ingin disampaikan jelas dan mudah dipahami dalam waktu singkat. Hal ini penting karena di platform media sosial dan situs *web*, audiens cenderung memiliki perhatian yang lebih pendek, sehingga sebuah video atau artikel perlu langsung mengarah pada inti berita tanpa terlalu banyak pengantar.

Dalam proses editing, terutama untuk konten video, kreativitas juga memainkan peran besar. Editor tidak hanya melakukan pemotongan dan penyusunan ulang klip, tetapi mereka juga harus memikirkan aspek visual yang dapat menarik perhatian audiens, seperti penggunaan grafik, animasi, atau bahkan efek suara untuk memperkuat narasi. Penggunaan grafik dinamis dan infografik menjadi semakin penting dalam editing jurnalisme digital karena ini mempermudah audiens untuk memahami data atau informasi yang kompleks (Baughman & Zimmer, 2016).

Proses editing dalam jurnalisme digital juga melibatkan pengolahan elemen audio, seperti pemotongan *voiceover* atau penyesuaian volume suara agar informasi dapat didengar dengan jelas. Hal ini sangat relevan dalam video jurnalistik, di mana suara memiliki peran yang sangat penting dalam membangun suasana dan menekankan aspek tertentu dari cerita. Penyuntingan suara dalam video meliputi penghapusan noise, penyesuaian level suara, serta pengaturan efek suara untuk meningkatkan kualitas keseluruhan produk (Shapiro & Wicks, 2018).

Selain itu, editing teks dalam jurnalisme digital juga sangat krusial, terutama dalam format artikel online. Artikel yang diterbitkan secara digital harus di-edit agar mudah dibaca di layar perangkat mobile dan komputer. Hal ini meliputi penggunaan paragraf yang pendek, bahasa yang sederhana, serta penyusunan subjudul dan poin-poin yang mempermudah pembaca untuk menyaring informasi dengan cepat (Baughman & Zimmer, 2016).

3.4 Kendala yang Ditemukan

Pelbagai kendala umum yang dihadapi adalah minimnya bantuan finansial saat melaksanakan liputan yang tak terjadwal sekaligus jauh secara geografis.

Akhirnya, penulis kewalahan secara finansial dalam menanggung berbagai liputan. Magang di *Kompas.com* tergolong menjadi pengalaman yang boros bagi penulis. Meskipun target konten ini tidak seburuk jurnalis artikel, proses dari pra produksi hingga pascaproduksi sungguh memakan waktu sehingga *work life balance* kurang diterapkan. Pekerjaan bisa dimulai dari jam 8 pagi untuk mencari ide, dan kemudian baru selesai proses penyuntingan video pada jam 11 malam. Proses hulu ke hilir ini akhirnya membuat penulis menjelma sebagai robot setiap harinya. Kreativitas pun menjadi dangkal lantaran lebih memprioritaskan kecepatan dalam memproduksi konten ketimbang kualitas ataupun kedalamannya, khususnya dalam konteks liputan demo.

Dalam konteks liputan, kendala yang penulis masih kerap hadapi adalah taktik untuk mewawancarai warga sekitar dan konten *vox pop*. Karena video kreator konten akan didistribusikan via pelbagai media sosial, banyak warga yang enggan untuk menyuarakan pendapat mereka karena ketakutan terhadap respon warga bila pendapatnya kurang piawai. Biarpun bertemu dengan warga yang tak masalah wajahnya direkam, penulis masih kurang mahir dalam mengais informasi yang menarik dari warga sekitar.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi-solusi yang cespleng dalam menangani berbagai kendala di atas adalah untuk melakukan liputan secara fundamentalnya terlebih dahulu. Meskipun tidak selalu bisa mendapatkan *angle* atau *footage* yang diharapkan oleh produser, setidaknya selama ada sejumlah *footage* dari peliputan, konten terjamin lolos tayang oleh produser. Penulis juga lebih memanfaatkan transportasi umum sebagai moda transportasi agar menghemat biaya ketimbang menggunakan ojol secara frekuen. Tak hanya itu, penulis kerap memutuskan bila sudah larut malam, alangkah baiknya melanjutkan proses penyuntingan di esok hari, dan mengejar tayang pagi, agar bisa menjaga kondisi stamina tubuh. Untuk mewawancarai warga, penulis akhirnya lebih berbaur dengan masyarakat tanpa harus selalu mengenalkan diri sebagai pers agar mereka lebih nyaman bercerita.