

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Holt dan Schirmacher (2021), berita merupakan informasi mengenai peristiwa-peristiwa terkini yang dipilih berdasarkan nilai berita (*newsworthiness*), kemudian diolah melalui proses jurnalistik menjadi sebuah narasi yang memiliki makna, konteks, dan relevansi bagi masyarakat. Berita tidak sekadar menyajikan fakta atau informasi baru, melainkan merupakan sebuah hasil dari proses seleksi, penyuntingan, dan penyajian oleh jurnalis sehingga suatu peristiwa dapat dipahami mengapa peristiwa tersebut penting untuk diketahui publik. Selain memiliki unsur kebaruan (*novelty*), berita juga harus mampu memberikan penjelasan yang sesuai dengan konteks mengenai suatu peristiwa sehingga khalayak tidak hanya mengetahui apa yang terjadi, tetapi juga memahami alasan dan dampak dari peristiwa tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berita tidak bersifat statis, melainkan terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi media yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikannya. Holt dan Schirmacher menjelaskan bahwa pemahaman masyarakat terhadap berita selalu dipengaruhi oleh media yang menjadi sarana penyebarannya. Perkembangan dari surat kabar, radio, televisi, hingga internet telah mengubah cara berita diproduksi, disajikan, dan dikonsumsi oleh khalayak (Ekaterina A. Baranova et al., 2022). Memasuki era digital, batas-batas antar-platform media menjadi semakin kabur sehingga proses penyampaian berita tidak lagi bergantung pada satu jenis media, tetapi mengintegrasikan berbagai format seperti teks, foto, audio, video, dan elemen interaktif dalam satu kesatuan. Perubahan tersebut kemudian menjadi landasan munculnya fenomena konvergensi media yang mengubah praktik jurnalistik sekaligus cara masyarakat mengakses informasi.

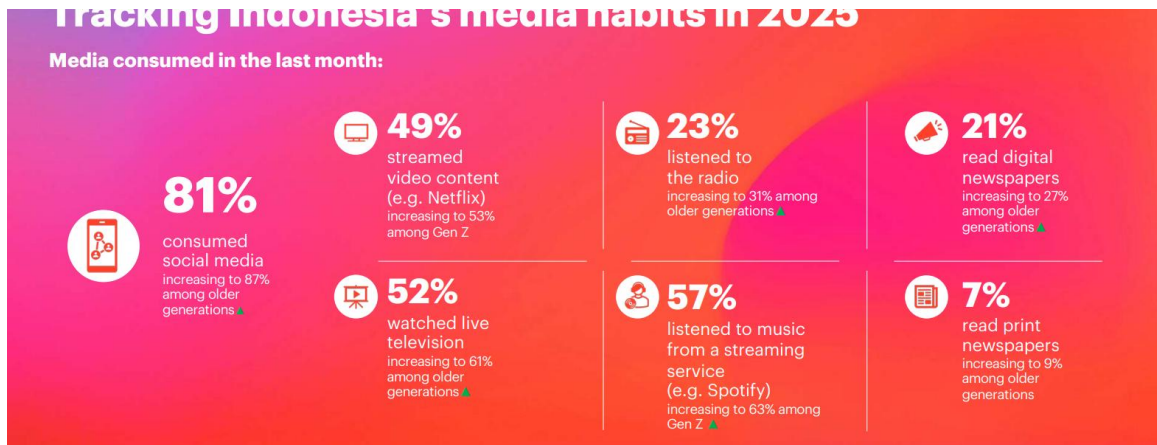
Perubahan dalam cara berita diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi masyarakat tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi yang terus berlangsung. Memasuki akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21, pesatnya perkembangan teknologi digital, internet, dan perangkat seluler membawa industri media memasuki fase transformasi yang semakin rumit. Perkembangan tersebut tidak hanya mengubah saluran distribusi berita, tetapi juga mendorong terjadinya implementasi berbagai jenis media yang sebelumnya beroperasi secara terpisah, seperti media cetak, radio, televisi, dan media *online*. Penggabungan tersebut kemudian melahirkan sebuah bentuk baru dalam penyajian konten media yang menggabungkan berbagai format, seperti teks, gambar, audio, video, serta elemen interaktif dalam satu platform. Kondisi ini memungkinkan proses penyampaian informasi berlangsung secara lebih cepat, fleksibel, dan mampu menjangkau khalayak dengan lebih mudah melalui berbagai perangkat digital. Fenomena penggabungan berbagai platform dan format media tersebut telah lama dikenal dengan istilah konvergensi media (Baranova, 2017), sebuah proses yang mengubah cara media memproduksi, mendistribusikan, sekaligus menyajikan informasi kepada masyarakat (Ekaterina A. Baranova et al., 2022).

Konvergensi media telah memungkinkan berbagai bentuk media konvensional untuk bertransformasi dan diakses melalui platform digital berbasis internet. Fenomena ini terlihat dengan jelas pada industri pers di era modern. Kini, dapat dilihat bahwa berita tidak lagi hanya hadir dalam bentuk cetak, tetapi juga berkembang menjadi media digital yang mampu menyajikan informasi dalam berbagai format. Penyajian berita tidak lagi terbatas pada teks dan foto, melainkan ada juga konten berbasis audio seperti podcast dan siaran berita. Kemudian, terdapat juga infografis interaktif, visualisasi data, dan juga video yang mampu memberikan pengalaman informasi yang lebih mendalam kepada para audiens. Di antara berbagai format tersebut, video menjadi salah satu bentuk penyajian berita yang mengalami perkembangan paling pesat. Hal tersebut dikarenakan oleh kemampuan sebuah video dalam menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi dalam satu kesatuan sehingga informasi dapat disampaikan secara lebih menarik,

mudah dipahami, dan memiliki daya jangkau yang lebih luas, terutama melalui media sosial. Kehadiran berbagai format digital tersebut juga mencerminkan perubahan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi berita.

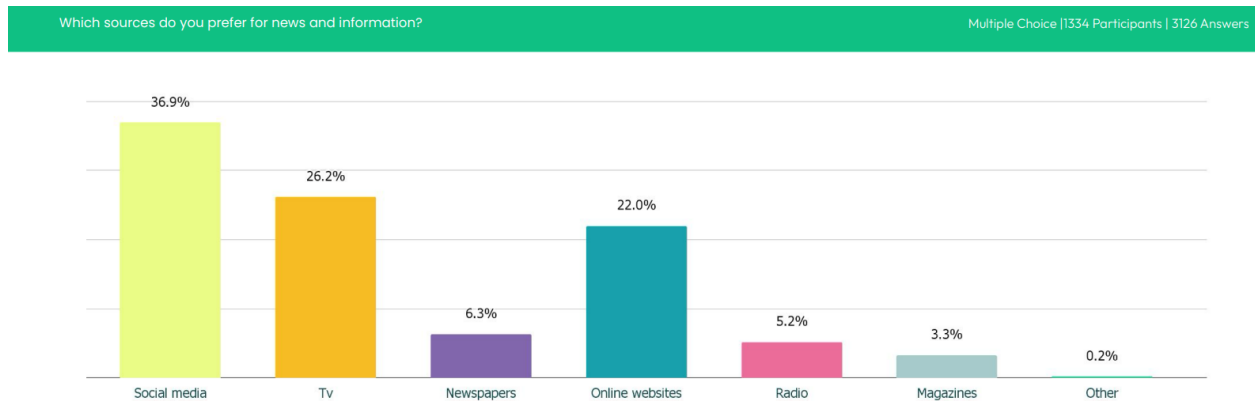
Menurut data yang diperoleh dari survei YouGov pada April 16, 2025 hingga Mei 13, 2025 dengan jumlah responden lebih dari 1.000 orang, yang terdiri atas lebih dari 500 responden dari Generasi Z dan lebih dari 450 responden dari generasi yang lebih tua, menunjukkan bahwa sebesar 81% dari survei tersebut mengonsumsi konten media melalui media sosial. Data yang diperoleh *Standard Insights* juga menunjukkan hal yang sama ketika melakukan survei terhadap 1334 masyarakat Indonesia. Terlihat bahwa 36.9% dari responden memilih untuk menggunakan media sosial sebagai sumber utama dari konsumsi media berita mereka, diikuti oleh TV dengan jumlah 26.2% dan website online dengan jumlah 22%.

Gambar 1.1 Kebiasaan Pola Konsumsi Media Masyarakat Indonesia 2025



Sumber: YouGov 2025

Gambar 1.2 Survei Platform Konsumsi Berita Tertinggi 2024



Sumber: *Standard Insights 2024*

Perubahan pola konsumsi berita tersebut mendorong perusahaan media di Indonesia untuk beradaptasi dengan karakteristik audiens digital yang semakin mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi utama. Adaptasi ini tidak hanya dilakukan dengan memperluas kanal distribusi berita ke berbagai platform digital, tetapi juga dengan mengubah format penyajian konten agar lebih sesuai dengan perilaku pengguna media sosial. Berita yang dulunya hanya didominasi oleh artikel teks, kini dikemas dalam bentuk video berdurasi singkat, video panjang, siaran langsung (live streaming), infografis bergerak (*motion graphic*), hingga konten audiovisual yang dirancang agar mudah dipahami dan dibagikan melalui platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, *Facebook*, dan *X*. Beberapa perusahaan media di Indonesia telah mengimplementasikan strategi tersebut, seperti *Harian Kompas* yang memproduksi berita dengan format video di platform *YouTube* dalam bentuk video panjang dan *shorts*, *detikcom* melalui *DetikPagi*, *DetikSore*, serta kanal video di *YouTube* dan media sosial, *CNN Indonesia* dan *CNBC Indonesia* yang aktif menyajikan berita dalam bentuk video pendek maupun siaran langsung, serta *Tempo*, *Narasi*, dan kumparan yang mengoptimalkan konten video untuk menjangkau audiens, khususnya generasi muda.

Sebagaimana disebutkan sebelumnya, *Harian Kompas* merupakan salah satu media Indonesia yang sekarang sudah beradaptasi dengan perkembangan zaman digital. *Harian Kompas* yang dulunya dikenal dengan koran *Kompas* kini juga memiliki sebuah segmentasi video di kanal *Kompas.id*. Selain itu, video berita

yang ada di *Kompas.id* juga dipublikasikan di kanal *YouTube* agar masyarakat luas juga dapat mengonsumsi konten berita tersebut tanpa harus membayar langganan. Konten video berita yang diproduksi oleh Harian Kompas mengangkat beberapa topik atau isu seperti politik, ekonomi, olahraga, dan lain-lain.

Dalam memproduksi konten video berita di kedua kanal tersebut, desk video Harian Kompas bertanggung jawab atas proses produksinya dari awal hingga akhir. Desk tersebut terdiri dari beberapa peran yang saling mendukung untuk memproduksi konten video berita. Namun, peran utama dalam produksi sebuah video berita adalah jurnalis video yang pada desk video Harian Kompas lebih sering disebut dengan istilah *videographer*. Sebagaimana dituliskan pada *The SAGE Encyclopedia of Journalism* oleh Bock (2022), seorang jurnalis video adalah jurnalis yang bertanggung jawab menghasilkan karya jurnalistik dalam format video dengan mengintegrasikan berbagai tahapan produksi, mulai dari peliputan, pengambilan gambar, perekaman audio, penulisan naskah, penyuntingan, hingga publikasi. Perkembangan teknologi digital telah memperluas peran video journalist dari media penyiaran konvensional ke berbagai platform digital dan media sosial, sehingga selain memahami prinsip-prinsip jurnalistik, seorang video journalist juga dituntut menguasai keterampilan produksi audiovisual dan distribusi konten digital.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik jurnalistik secara signifikan, mulai dari proses produksi, distribusi, hingga cara masyarakat mengakses berita. Konvergensi media mendorong perusahaan pers untuk tidak lagi bergantung pada satu platform, melainkan memanfaatkan berbagai format multimedia, khususnya video, sebagai strategi dalam menyampaikan informasi kepada khalayak yang semakin aktif menggunakan media sosial. Kondisi tersebut juga menuntut jurnalis video untuk tidak hanya memiliki kompetensi jurnalistik, tetapi juga menguasai keterampilan produksi audiovisual dan distribusi konten digital. Sebagai salah satu media yang telah mengimplementasikan konvergensi media, Harian Kompas mengembangkan berbagai produk jurnalistik berbasis video melalui desk video untuk memenuhi

kebutuhan informasi masyarakat di era digital. Oleh karena itu, pelaksanaan magang di desk video Harian Kompas menjadi kesempatan yang relevan bagi penulis untuk memahami secara langsung proses produksi video jurnalistik, mulai dari tahap perencanaan, peliputan, pengambilan gambar, hingga penyuntingan dan publikasi, sekaligus mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja di industri media.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis menjalani program magang di *Harian Kompas* dengan tujuan memenuhi jumlah Satuan Kredit Semester (SKS) sebagai salah satu persyaratan akademik dalam mata kuliah *Internship Track 01*. Syarat ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang wajib untuk dipenuhi, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN).

Penulis juga melakukan magang di *Harian Kompas* untuk menambah ilmu kerja di media berita ternama, terutama dalam ranah videographer yang mengutamakan kemampuan untuk menggunakan kamera. Selain itu, penulis juga ingin mengasah ilmu jurnalistik seperti wawancara dan *networking* guna mendapatkan koneksi yang dapat menjadi bekal untuk masa depan. Harapannya, penulis dapat memulai kariernya di bidang videography melalui ilmu yang sudah didapatkan di *Harian Kompas* dan juga mengasah kemampuannya dalam berinteraksi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Di Universitas Multimedia Nusantara, para mahasiswa dan mahasiswi diwajibkan untuk menjalani proses magang selama minimal empat bulan atau setara dengan 640 jam. Namun, karena *PT Kompas Media Nusantara* mengadakan program magang dari 2 Februari hingga 30 Juni 2026, maka penulis melakukan proses magang selama lima bulan.

Sesuai dengan Standard Operating Procedure (SOP) dari PT Kompas Media Nusantara, penulis diwajibkan untuk masuk ke kantor atau Work From Office (WFO) selama lima hari kerja dalam seminggu. Penulis mendapatkan jadwal kerja untuk masuk di hari Minggu hingga hari Kamis. Kemudian, penulis mendapatkan shift pagi yang bermulai pada pukul 9 pagi hingga 5 sore. Meskipun demikian, jika penulis sudah tidak ada pekerjaan yang bisa dilakukan, maka penulis dibolehkan untuk pulang terlebih dulu. Sebaliknya, jika pekerjaan penulis belum terselesaikan, maka penulis perlu menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu sebelum pulang. Selain itu, penulis jam kerja penulis akan bervariasi ketika melakukan liputan di luar kantor. Pada setiap hari Selasa atau Rabu, semua karyawan (termasuk anak magang) diharapkan untuk mengikuti rapat mingguan dengan tujuan memberikan update terkait liputan yang akan dilakukan, sedang dilakukan, atau sudah selesai dilakukan. Penulis bekerja di Menara Kompas lantai 5.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

- Mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk melamar magang, yaitu CV dan portofolio, setelah memperoleh informasi mengenai program magang Universitas Multimedia Nusantara
- Ketika Harian Kompas membuka lowongan magang pada Desember 2025, penulis mengajukan lamaran pada awal Januari 2026 setelah dokumen persyaratan selesai disusun untuk posisi videographer di desk video Harian Kompas
- Pada 15 Januari 2026, penulis dihubungi oleh Kristoforus Jason Aditya selaku HR Harian Kompas yang menginformasikan kelulusan seleksi administrasi dan kelanjutan penulis ke tahap wawancara
- Mengerjakan tes berupa pembuatan video kreatif berdurasi 1 sampai 3 menit dengan tema "kursi" sebagai syarat sebelum wawancara
- Mengikuti wawancara secara daring pada 21 Januari 2026 bersama perwakilan HR serta tim desk video Harian Kompas

- Dinyatakan lolos sebagai peserta magang posisi videographer di desk video Harian Kompas sehari setelah wawancara
- Mengikuti sesi orientasi daring pada 30 Januari 2026, yang mencakup pengenalan lingkungan kerja, budaya perusahaan, dan nilai-nilai PT Kompas Media Nusantara (termasuk nilai 5C yang juga diterapkan di UMN)
- Memulai kegiatan magang pada 2 Februari 2026, dengan hari pertama langsung terlibat dalam produksi siaran langsung acara kolaborasi Harian Kompas dengan Uniqlo di Menara Kompas lantai 5 (disiarkan melalui YouTube Harian Kompas)
- Bertugas mengoperasikan kamera selama siaran, didahului sesi briefing dan pengenalan dengan tim desk video
- Menjalani magang di bawah koordinasi Agnes Rita Sulistyawati selaku kepala desk video, dengan bimbingan dari Rian Septiandi, Alberdi Ditto Permadi, dan Hendricus Arga Yudhantara sebagai videographer desk video

