

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Di era serba digital saat ini, semuanya bisa dilakukan secara instan dan tidak perlu bersusah payah untuk mengakses suatu situs yang kita inginkan. Hanya dengan menggunakan smartphone yang terhubung dengan internet, maka kita semua dapat mendapat segala informasi dan kebutuhan yang kita cari dalam satu genggam. Media-media konvensional pun kini banyak yang menyesuaikan diri dengan perkembangan yang pesat ini, salah satunya adalah dengan membuat podcast.

Kemunculan internet membuat radio siaran konvensional merasakan ancaman ditinggalkan pendengarnya. Berbagai cara dilakukan pengelola radio siaran untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku pendengar, khususnya dalam mengonsumsi konten audio. Salah satu strategi adalah dengan mengembangkan podcast audio. Bentuk ini cukup populer di Amerika Serikat dan berbagai negara di Eropa, bahkan menguntungkan secara bisnis, namun belum cukup populer di Indonesia. Padahal potensi khalayaknya cukup besar, karena selain dapat didengarkan di jalan oleh para komuter, sekitar 30% populasi.

Konten audio yang merupakan basis siaran radio, berpotensi untuk dikembangkan di ranah internet. Selain ‘menyambungkan’ program melalui live streaming di situs radio online, program-program radio juga dapat didistribusikan melalui youtube, media sosial, atau secara podcast. Bentuk distribusi yang terakhir ini belum begitu

populer di Indonesia. Padahal, istilah dan praktik podcast mulai dikenal antara tahun 2004-2005. Secara sederhana, podcast diartikan materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar portable baik secara gratis maupun berlangganan.

Youtube ialah web berbagi media (media sharing), ialah tipe media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk membuat berbagi media, mulai dari video, audio, serta foto. YouTube merupakan media sosial yang mulai naik daun 5 tahun yang kemudian. Dikutip dari web formal YouTube, dikala ini Youtube sudah mempunyai lebih dari satu milyar pengguna yang ialah nyaris sepertiga seluruh pengguna internet. Dikala ini Youtube bukan cuma suatu web, sebab dengan YouTube, seorang bisa menciptakan uang. Dengan perkembangannya yang pesat ini, kian banyak orang membuat akun YouTube untuk dijadikan bisnis sumber pemasukan atau pekerjaan.

Kedatangan Youtube ialah wadah untuk menghasilkan karya seni. Membagikan peluang kepada tiap orang untuk sharing video apa saja, misalnya music, film, video klip, dan salah satunya video konten podcast, apapun yang berupa audio serta video. Masyarakat jaman sekarang memandang kalau keberhasilan populer di Youtube suatu cita-cita yang gemerlang. Sebab, kala seorang sudah populer di web Youtube hingga bayaran ataupun upah yang diterima atas pencapaian tersebut setara dengan pendapatan seseorang dokter apalagi sanggup melampauinya. Contoh salah satu Youtuber yang sukses dengan konten podcastnya adalah Deddy Corbuzier bertema *#CloseTheDoor* konten podcast pertamanya di upload pada 19 juli 2019, Deddy Corbuzier sekarang mencapai 16,3 Juta *subscriber* dengan *views* konten *podcastnya*

jutaan. Ada juga konten kreator seperti Raditya Dika yang mempopulerkan konten *podcast* pada tanggal 9 April 2019, yang sekarang memiliki *subscriber* 9,55 juta dengan *views* jutaan.

Pertumbuhan video editor dikala ini sangatlah pesat, dikarenakan didukung dengan hadirnya bermacam aplikasi pengelola video atau aplikasi yang bisa menciptakan efek-efek menarik serta dapat dilakukan secara instan. Dari bermacam sesi pembuatan sesuatu video, editor bisa dibilang selaku proses yang sangat mempengaruhi, sebab apabila menginginkan sesuatu cerita yang baik hingga seseorang editor wajib memakai emosi, pengandaian, serta tujuan yang mendalam supaya hasil yang di inginkan dapat tercapai. Video editor sangatlah diperlukan sebagai penyelesaian dari suatu potongan video yang terbuat, serta dijadikan suatu cerita ataupun konsep yang di idamkan oleh client atau *content creator*. Editor video merupakan proses menyusun, memanipulasi, serta merangkai ulang rekaman video menjadi sesuatu rangkaian cerita yang baru dengan membagikan akumulasi tulisan, foto, ilustrasi musik ataupun suara sehingga gampang dipahami oleh khalayak.

Praktek kerja magang ini bisa menolong penulis dalam mengembangkan keahlian penulis selaku editor serta bisa mempersiapkan penulis dalam menghadapi dunia kerja yang akan tiba baik dalam keahlian menggunakan aplikasi ataupun keahlian dalam editing video media sosial, Penulis mengedit konten Hoopla Talks selaku praktek magang.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil kerja praktik berupa *project*, dengan mengampu bidang sebagai *Editor Division* untuk membuat konten-konten yang akan diunggah di Hoopla Production nantinya.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

I.3.1 Tujuan Umum

Mampu menerapkan teori-teori yang telah dipelajari mahasiswa selama melakukan pembelajaran, mendapatkan pengalaman dalam praktek di dunia kerja dan membuka wawasan mahasiswa terutama di bidang *content creator*.

I.3.2 Tujuan Khusus

- a Mempelajari secara langsung bagaimana menjadi *content creator* di dalam *Youtube*
- b Mempraktekan penerapan fungsi dan teori tentang Editor dalam *Youtube*.
- c Memperoleh kesempatan untuk melihat, memahami lalu menerapkan Pembuatan konten di *Youtube*.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

Melalui kerja praktik ini, penulis berharap dapat menghasilkan beberapa manfaat, yakni:

I.4.1 Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan referensi yang dapat digunakan dalam lingkungan pembelajaran di Fakultas Ilmu Komunikasi pada bidang media khususnya mengenai pembuatan *content creative*

I.4.2 Bagi Akademisi

Melalui kerja praktek ini, penulis berharap dapat menjadi pengetahuan tambahan, khususnya mengenai peran dan tugas dalam melakukan *Editing Content Creative* bagi akademisi yang melakukan hal serupa.