



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh media massa kepada masyarakat luas untuk menyampaikan berbagai informasi maupun tujuan-tujuan lain (Bungin, 2011:71). Media massa menggunakan berbagai medium berkomunikasi pada khalayaknya, baik dalam bentuk cetak, elektronik, dan saat ini muncul yang disebut media *online*.

Media cetak adalah bentuk media massa yang pertama kali dikenal oleh masyarakat dunia sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada 1455. Kemudian seiring berkembangnya teknologi, maka bentuk-bentuk media cetak pun berubah hingga pada 1731 untuk pertama kalinya majalah dipublikasikan (Straubhaar, 2010:59).

Kehadiran media dalam masyarakat telah menjadi sebuah konsumsi publik yang mampu mendatangkan keuntungan. Hal tersebut dipandang sebagai sebuah peluang hingga akhirnya terbentuklah istilah industri media. Bagi industri media cetak khususnya majalah di Indonesia mengalami perkembangan sejak awal kemerdekaan negara ini. Meski pada awal kemunculan majalah di Indonesia digunakan sebagai bentuk perlawanan terhadap pemerintah, tetapi kemudian pada masa orde baru perkembangan majalah semakin pesat. Hal tersebut diperkuat sejak tidak diperlukannya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) sehingga banyak pihak yang menerbitkan majalah-majalah baru sesuai dengan segmentasi dalam masyarakat (Ardianto, 2007:119)

Persaingan pun muncul sejak kemunculan majalah *franchise* seperti Cosmopolitan, FHM, Her World, dan Harper's Bazaar yang merupakan majalah-majalah luar negeri yang memiliki konten yang cukup berani bagi masyarakat Indonesia (Ardianto, 2007:19). Konten yang berbeda antara majalah *franchise* dengan majalah Indonesia dikarenakan perbedaan budaya. Majalah *franchise* lebih menampilkan konten yang khas kebudayaan barat sehingga berbeda dengan nilai-nilai dalam masyarakat.

Masing-masing majalah memiliki fungsi yang berbeda-beda sesuai dengan segmentasinya. Namun, fungsi utama pada intinya tetap menyampaikan informasi-informasi dan mendidik meskipun dengan penyajian yang lebih menarik dan menghibur. Daya tarik dari majalah dapat terlihat dari sampul, slogan, foto-foto, dan isi pesan dari majalah tersebut sebab di sanalah yang membedakan majalah dengan media cetak lain seperti koran.

Majalah memiliki beberapa kategori yang sesuai dengan segmentasi yang dituju. Segmentasi tersebut dilakukan untuk memudahkan dalam penyajian konten majalah. Segmentasi dapat dikategorikan berdasarkan usia yaitu anak-anak dan dewasa, jenis kelamin yaitu wanita atau pria, pekerjaan contohnya pebisnis, bahkan hobi tertentu seperti fotografi atau memasak.

Majalah yang terbit di Indonesia sejak masa orde baru dikategorikan sebagai berikut (Ardianto, 2007:119) :

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) Majalah berita | : Tempo, Gatra |
| 2) Majalah keluarga | : Ayah Bunda, Good Housekepping |
| 3) Majalah wanita | : Femina, Kartini |
| 4) Majalah pria | : FHM, Matra |
| 5) Majalah remaja wanita | : Gadis, Cosmogirl |
| 6) Majalah remaja pria | : Hai |
| 7) Majalah anak-anak | : Bobo, Fantasi |
| 8) Majalah ilmiah populer | : National Geographic |
| 9) Majalah umum | : Intisari, Reader's digest |
| 10) Majalah hukum | : Forum Keadilan |
| 11) Majalah pertanian | : Trubus |
| 12) Majalah humor | : Humor |
| 13) Majalah olahraga | : Golf Digest, Bolavaganza |
| 14) Majalah agama | : Amanah, Ummat |
| 15) Majalah berbahasa daerah | : Mangle (Sunda, Bandung) |
| 16) Majalah hobi | : Cinemagz, Fotoplus |
| 17) Majalah musik | : Trax, Rolling Stone |
| 18) Majalah profesi | : Majalah-majalah untuk profesi tertentu, seperti majalah bisnis. |

Dari beberapa kategori majalah di atas, beberapa di antaranya khususnya majalah-majalah dewasa kontennya mengarah pada gaya hidup. Salah satu majalah gaya hidup yang segmentasinya adalah wanita yaitu HELLO! Indonesia. Majalah HELLO! Indonesia merupakan salah satu majalah *franchise* dari Spanyol. Perbedaan yang signifikan antara majalah lokal dengan majalah *franchise* tampak dari kontennya. Majalah *franchise* memiliki target masyarakat kalangan kelas menengah atas dikarenakan kontennya dan penyajiannya yang lebih modern sehingga lebih menarik pengiklan dan menghasilkan keuntungan lebih besar.

Majalah merupakan media cetak yang memiliki konten-konten yang lebih menghibur dibandingkan koran. Berita-berita di majalah tergolong sebagai *soft news* atau biasa disebut *feature*. *Feature* (Pape, 2006:2) adalah tulisan yang berdasar pada suatu berita yang dihubungkan dengan sesuatu yang bersifat menarik dan baru. *Feature* biasa digunakan untuk memberikan latar belakang dari sebuah berita sehingga memberikan kedalaman pada sebuah cerita, bisa juga dipakai untuk membuat tulisan tentang *human interest*.

Isinya *feature* lebih menarik karena dilengkapi foto-foto yang lebih artistik dan gaya bahasa lebih ringan, subjektif, dan menghibur. Meskipun subjektif, penulisan *feature* bukan berarti mengekspresikan opini penulisnya atau memanipulasi fakta (Ishwara, 2011:85). *Feature* terbagi dalam beberapa jenis:

- 1) *Bright* : tulisan tentang kemanusiaan atau *human interest*, ditulis dengan gaya anekdot.
- 2) *Sidebar* : *feature* ini melengkapi berita utama.
- 3) Sketsa pribadi/ profil : sketsa menceritakan tentang suatu aspek dari seseorang, sedangkan profil menggambarkan individu secara lebih dalam.
- 4) Profil organisasi/ proyek : profil tentang suatu kelompok atau grup.
- 5) Berita *feature* : berita yang cara penyampaian menggunakan teknik *feature*, biasa diawali dengan ilustrasi.
- 6) Berita *feature* yang komprehensif : *feature* ini berisi tentang perkembangan suatu berita. sumbernya diperoleh dari beberapa riset kemudian disatukan menjadi laporan yang komprehensif.

- 7) Artikel pengalaman pribadi : wartawan *feature* yang menulis tentang pengalaman pribadi seseorang. Untuk mendalami penulisannya, biasanya wartawan tersebut melakukan observasi langsung.
- 8) *Feature* layanan : tulisan yang menginformasikan sebuah cara dalam melakukan sesuatu. Tujuan *feature* ini lebih untuk memfasilitasi kebutuhan para pembacanya.
- 9) Wawancara : *feature* yang ditulis berdasarkan wawancara yang ditampilkan dalam format tanya jawab.
- 10) Untaian mutiara : tulisan yang menampilkan anekdot tentang topik umum, misalnya hari kasih sayang.
- 11) Narasi : *feature* yang ditulis dengan pemaparan adegan-adegan melalui deskripsi, karakterisasi, dan plot.

Kedalaman berita merupakan salah satu ciri khas *feature*. Penulis *feature* diharapkan mampu menggambarkan secara jelas lewat tulisannya tentang suatu pemberitaan atau informasi, alurnya seperti bercerita. Maka dari itu subjektivitas penulis sangat diasah dalam hal ini. Tujuannya adalah agar pembaca merasa terbawa ke dalam suatu peristiwa dan tertarik untuk terus membacanya. Keunggulan lain dari *feature* adalah pada nilai-nilai berita yang terkandung di dalamnya yang tidak bersifat basi.

Berdasarkan pembelajaran yang telah diterima selama masa perkuliahan tentang cara penulisan *feature*, maka penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di redaksi majalah. Akan tetapi, lebih spesifik lagi dilihat dari fenomena yang ada di masyarakat tentang perkembangan gaya hidup, akhirnya majalah HELLO! Indonesia yang menjadi pilihan penulis.

Walau dengan berkembangnya teknologi informasi saat ini, tetapi majalah tetap memiliki kekuatan dibanding media lain. Kekuatan tersebut terletak pada segmentasi pembaca karena dengan demikian konten yang disajikan kepada para pembaca jadi lebih spesifik. Dibandingkan dengan media cetak lain, majalah memiliki kelebihan yang terletak pada segi penyajian konten yaitu kualitas visual

serta gaya penulisan yang lebih menarik dan menghibur. Terlebih bagi majalah gaya hidup yang memiliki standar tersendiri untuk semua itu.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang yaitu:

- 1) Kerja magang dilakukan dengan tujuan merasakan praktik secara langsung dalam dunia pekerjaan tentang berbagai ilmu jurnalistik yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
- 2) Kerja magang dilakukan untuk menambah pengetahuan tentang berbagai ilmu jurnalistik melalui teknik penulisan, liputan, dan wawancara.
- 3) Kerja Magang dilakukan untuk persiapan dalam menghadapi industri media yang lebih profesional sehingga pengalaman yang diperoleh menjadi pembelajaran.
- 4) Kerja magang dilakukan untuk menambah koneksi khususnya dengan mereka yang terlebih dulu terjun ke dunia jurnalistik atau para profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang berlokasi di Wisma Kosgoro lantai 19, Jl. M.H Thamrin no: 53, Jakarta Pusat. Penulis melaksanakan kerja magang di redaksi majalah HELLO! Indonesia sebagai wartawan *feature* sejak 1 Juli 2014 hingga 30 September 2014. Waktu kerja adalah dari Senin – Jumat selama sembilan jam. Jam operasional kantor dimulai pada pukul 09.00. Namun, terkadang ada beberapa liputan di luar jam kantor sehingga melebihi standar waktu kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Setelah mengikuti seminar bimbingan skripsi dan magang, penulis mendapatkan informasi mengenai lowongan kerja magang dari CDC. Ada beberapa perusahaan yang membuka lowongan bagi wartawan, salah satunya adalah MRA Grup. Awalnya penulis tidak mengetahui tentang MRA Grup hingga akhirnya penulis mencari tahu dari internet mengenai profil perusahaan tersebut.

Setelah mengetahui bahwa perusahaan tersebut ternyata memiliki divisi media cetak yang terdiri dari majalah-majalah *franchise*, akhirnya penulis tertarik untuk melamar melalui CDC. Penulis mengirimkan email berisi Curriculum Vitae kepada pihak CDC untuk dikirimkan kepada MRA Grup. Setelah tiga hari mengirim *Curriculum Vitae*, penulis langsung menerima panggilan untuk melakukan wawancara tahap awal.

Wawancara tahap awal dilakukan oleh pihak HRD MRA Grup. Penulis ditanyakan pengetahuan tentang majalah-majalah apa saja yang ada di MRA Grup tersebut dan posisi yang diharapkan. Setelah wawancara tahap awal, dua hari kemudian penulis mendapatkan telepon dari MRA Grup yang mengatakan bahwa penulis ditempatkan di redaksi majalah HELLO! Indonesia, tetapi harus melalui wawancara lagi oleh *editor in chief* majalah tersebut.

Penulis kembali mencari tahu lewat internet tentang majalah HELLO! Indonesia dan baru mengetahui bahwa majalah tersebut kontennya mengarah pada gaya hidup. Berbekal pengetahuan tersebut, penulis datang pada hari yang telah ditentukan untuk melakukan wawancara kedua oleh *editor in chief* majalah HELLO! Indonesia.

Editor in chief majalah tersebut meminta penulis untuk menulis sebuah *feature* tentang artis dan dikirimkan melalui email. Setelah kurang lebih satu minggu baru penulis mendapat konfirmasi telah diterima untuk kerja magang di majalah HELLO! Indonesia yang dimulai pada 1 Juli 2014.

Masa kerja magang yang ditetapkan oleh MRA Grup adalah tiga bulan. Setelah diterima untuk kerja magang di majalah HELLO! Indonesia, penulis mengambil form KM 03-07 yang harus diisi selama masa kerja magang sekaligus

menilai kinerja penulis. Setelah masa kerja magang berakhir, penulis baru mulai mengerjakan laporan kerja magang.

