



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

Organisasi media yang mengandalkan majalah sebagai media penyebar pesan memiliki peran penting di sebuah masyarakat. Di Amerika Serikat, sekitar tahun 1820, majalah menjadi konsumsi masyarakat karena harganya yang lebih murah dibandingkan membeli buku. Mendekati akhir abad ke-19, Kongres Amerika Serikat memberikan pengakuan kepada majalah karena turut memberikaan kontribusi bagi budaya nasional dan mampu mempersatukan negara (Vivian, 2008, h.107).

Majalah memiliki segmentasi yang beragam, di antaranya adalah majalah pria, majalah wanita, suplemen koran, majalah bersponsor, majalah perdagangan, dan majalah berita. Pada perkembangan majalah, terutama majalah berita, di Amerika Serikat contohnya, mulai dipopulerkan dengan terbitnya *Time* yang menghadirkan isu nasional, ekonomi, juga olahraga. Setelah itu muncul pesaing-pesaingnya seperti *Newsweek* dan *US News & World Report* (Vivian, 2008, h.114).

Dengan segmentasi yang beragam, majalah memiliki kelebihan yang memampukannya bersaing dengan media lain, contohnya media elektronik. Keunggulan media cetak dibanding media lain terletak pada tulisan *feature* mendalam yang dimuatnya, sedangkan eletronik lebih menampilkan berita secara sekilas (Putra, 2006, h.82).

Bila dibandingkan dengan media cetak lain seperti koran yang sama-sama memuat tulisan *feature*, majalah memiliki kekhasannya tersendiri. Pada majalah, isu-isu yang diangkat lebih bertahan lama atau tidak cepat basi seperti koran. Hal tersebut dapat dimengerti karena koran disajikan untuk membuat pembaca

langsung mengerti cerita. Namun, pada majalah, penulis dapat memikat dengan berkisah sebelum menghadirkan pernyataan terkait tema yang diangkat (Friedlander & Lee, 2008, h.65).

Tulisan *feature* adalah artikel kreatif, terkadang subjektif, dan memberikan informasi kepada pembaca terkait kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan (Bujono dan Hadad, eds. 1996, h. 9). Tidak hanya mengandalkan tulisan *feature*, lebih jauh majalah juga membuat laporan berjenis jurnalisme sastrawi. Di Indonesia, jurnalisme sastra Indonesia mulai dipopulerkan pada tahun 1970-an. Media massa yang terkenal dengan gaya penulisan jurnalisme sastranya adalah *Tempo* (Putra, 2010, h.70). Jurnalisme sastrawi merupakan gabungan jurnalistik konvensional yang memiliki model piramida terbalik dengan gaya sastrawi yang menerapkan elemen-elemen dan kaidah sastra (Putra, 2010, h. 46).

Dalam perkembangannya muncul wartawan-wartawan yang menulis laporannya bergaya jurnalisme sastrawi di media lain, seperti Seno Gumira Ajidarma yang bekerja di *Jakarta-Jakarta* atau Ayu Utami di *Matra* (Putra, 2010, h. 68). Tidak hanya *Tempo* yang berupaya menghadirkan laporan dengan gaya sastra, media lain juga berupaya melakukan hal yang sama, salah satunya adalah *The Geo Times*. *The Geo Times* berusaha untuk mengandalkan yang laporan ditulis dengan gaya bercerita layaknya jurnalisme sastrawi.

The Geo Times yang didirikan dua wartawan senior, yakni Farid Gaban dan Rusdi Mathari memiliki kekhasan terkait isu yang diangkat, yakni kebijakan publik. Tidak hanya kebijakan publik, *The Geo Times* juga menampilkan tulisan berisi liputan kesenian sampai *fashion*.

Informasi terkait *The Geo Times*, terangkum dalam media kit. Media kit adalah alat promosi yang memberikan informasi mengenai perusahaan. Media Kit

merupakan wadah bagi organisasi untuk mempresentasikan perusahaannya (Investopedia, 2015, para. 1)

The Geo Times tidak hanya berupaya menghasilkan laporan yang bernarasi kuat, tetapi juga menampilkan foto berkualitas. Ruang visualisasi untuk foto jadi karakter tersendiri bagi majalah (Vivian, 2008, h.110). *The Geo Times* sendiri terinspirasi media lain seperti *National Geographic* yang berusaha memberikan ruang visualisasi foto di majalahnya.

Penulis memilih *The Geo Times* sebagai tempat magang karena keinginan berkarya untuk majalah. Alasan tersebut muncul karena tulisan yang dimuat di majalah cenderung awet. Selain lebih awet, penulis menyukai kedalaman tulisan yang dimuat dalam majalah. Isu-isu di *The Geo Times* yang berfokus kebijakan publik jadi ketertarikan penulis agar bisa berkontribusi bagi masyarakat.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Setelah melewati kegiatan perkuliahan selama enam semester, mengikuti berbagai mata kuliah, melaksanakan tugas, serta ujian baik di kelas maupun lapangan, maka mahasiswa membutuhkan praktik langsung di luar kampus.

Pengalaman kerja yang lebih nyata dapat terwujud lewat kerja magang di perusahaan media. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi dengan penjurusan Jurnalistik, maka teori dan teknik yang pernah didiskusikan antara dosen dan mahasiswa akan lebih lengkap bila dipraktikkan langsung di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang media.

Dengan mengalami secara langsung praktik di kantor media akan berguna bagi penulis agar bisa menikmati berbagai macam kegiatan dan dinamika yang berlangsung di dalamnya. Penulis tidak hanya sekadar belajar membuat laporan *hardnews*, tetapi juga menulis *feature*. Penulis berlatih untuk

mengembangkan kemampuan menulis dengan gaya jurnalisme sastrawi, seperti yang ingin dipersembahkan oleh *The Geo Times*.

Berbagai kegiatan di tempat praktik bertujuan agar peserta magang dapat belajar bekerja, mulai dari perencanaan liputan, berkomunikasi dengan kolega untuk tercapainya tujuan kerja atau pembicaraan seputar kehidupan kantor, serta turun ke lapangan. Lebih dari itu, melalui praktik magang peserta bisa memiliki karya jurnalistik nyata dan dapat diakses masyarakat.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengikuti kegiatan magang mulai 1 Juli 2015 sampai 9 September 2015. Kerja magang dilakukan dalam jangka waktu dua bulan, terhitung total 40 hari kerja. Waktu kerja magang penulis dimulai dari pukul 09.30 hingga 17.30. Dalam seminggu, peserta magang bekerja mulai hari Senin sampai Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Awalnya, penulis mengirimkan *Curriculum Vitae* dan portofolio ke alamat surel Managing Editor *Geo Times*, Hertasning Ichlas. Setelah mengirim surel, penulis mengikuti tahap wawancara untuk dapat mengikuti kerja magang. Pada tahap wawancara, penulis diwawancarai oleh Managing Editor *The Geo Times*, Hertasning Ichlas, di redaksi *The Geo Times*, di Jalan Lembang 47, Jakarta.

Selepas tahap wawancara yang membicarakan pengalaman penulis di dunia pers mahasiswa, Managing Editor mempersilakan peserta magang untuk mulai mengikuti kegiatan magang. Pada 1 Juli 2015, penulis memulai kerja magang.

Di masa magang, penulis menyerahkan KM-02 kepada pihak *The Geo Times*. Dua minggu pertama, penulis ditempatkan pada portal berita *Geo Times online* yang membahas berbagai hal, mulai dari kebijakan pemerintah, infrastruktur, hingga permasalahan iklim. Setelah itu, penulis ikut berkontribusi bagi majalah *The Geo Times*. Saat bertugas di majalah, penulis tidak terikat menulis untuk rubrik tertentu. Penulis menulis untuk rubrik sesuai dengan instruksi Managing Editor.

Di masa-masa akhir kerja magang, penulis menyerahkan lembar penilaian kepada Managing Editor setelah masa magang berakhir. Penulis berkonsultasi dengan Ibu Lupita, yakni dosen pembimbing magang. Penulis mulai menyusun laporan magang. Laporan magang dikerjakan melalui pengawasan Ibu Lupita Wijaya. Setelah penulisan laporan magang melalui proses revisi dan mendapatkan persetujuan dari pembimbing, maka penulis mempertanggungjawabkan laporan magang pada sidang laporan kerja magang.

UMMN