



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

Di saat teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat dan melahirkan media-media baru, penting bagi sebuah perusahaan media untuk memanfaatkan teknologi-teknologi yang ada dalam mengkomunikasikan produk dari perusahaan maupun informasi mengenai perusahaan media itu sendiri. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat mempresentasikan media baru adalah internet. Program televisi, film, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lain tidak termasuk media baru (Flew, 2005, h.153)

Awalnya, intranet digunakan untuk mengotomatisasi proses kerja yang ada, misalnya untuk mengatur sirkulasi dokumen dalam suatu perusahaan. Itu adalah cara untuk meningkatkan efisiensi dan meningkatkan produktivitas. Setelah jaringan yang tersedia dapat digunakan untuk keperluan lain, seperti pencarian informasi atas permintaan atau produsen administrasi sederhana, di mana perusahaan itu harus ditata ulang dan memodifikasi jaringan digital secara bersamaan. (Leah dan Sonia, 2006, h.195-196)

Media baru menangkap kedua perkembangan bentuk-bentuk yang unik dari media digital, dan memperbaharui bentuk media yang lebih tradisional untuk mengadopsi dan beradaptasi dengan teknologi media baru. Isi media baru seperti situs-situs dalam *World Wide Web* sering dipadukan dari konten media yang sudah ada dikembangkan dalam format lain dan direproduksi dalam format digital, bukan yang melibatkan generasi konten baru. Perkembangan internet dan digitalisasi bentuk

media lama seperti surat kabar dan layanan berita, bioskop, dan radio dapat diambil sebagai ilustrasi dari dualitas ini dalam pengembangan media baru.

Dari sudut pandang industri media tradisional, keinginan untuk mengembangkan konten dan sistem distribusi media digital muncul di bagian dari kapasitas untuk memberikan media yang lebih berkualitas, serta rentang yang lebih besar dan keragaman format, atas dasar digitalisasi, konvergensi, dan jaringan. Pada saat yang sama, kedua organisasi media komersial, serta non-komersial organisasi media yang dengan sumber daya terbatas, seperti lembaga penyiaran publik, telah berusaha untuk memastikan hasil yang layak secara komersial untuk investasi tersebut yang akan memberikan kontribusi baik pengurangan biaya dan / atau pengembangan dari aliran pendapatan baru. Ada banyak contoh dari organisasi media didirikan menempatkan konten online tanpa gagasan yang jelas tentang bagaimana kegiatan tersebut akan terbukti menjadi komersial, atau bagaimana hal itu akan menghasilkan bentuk-bentuk baru minat konsumen dan permintaan (Flew, 2005, h.85)

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur, yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakter penggunaannya, sampai berdasarkan pada file atau berkas apa saja yang disebarkan di antara pengguna (Nasrullah, 2015, h.39) Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni :

1. Media jejaring sosial (*social networking*)
2. Jurnal online (*blog*)
3. Jurnal online sederhana atau microblog (*micro-blogging*)
4. Media berbagi (*media sharing*)
5. Penanda sosial (*social bookmarking*)
6. Media konten bersama atau Wiki.

Ada beberapa media yang mempunyai daya tarik dalam penulisan artikel untuk membuat para pembaca media online merasa senang dan puas akan konten yang diberikan untuk khalayak. Jenis-jenis penulisan berita pun sangat beragam, salah satunya adalah penulisan feature. Berita feature (*newsfeature*) adalah sebuah berita yang ditulis dengan gaya feature. Cerita ini disampaikan dengan menggunakan teknik feature, seperti pembukaan cerita dengan ilustrasi anekdot atau cerita singkat dan lucu, walaupun sebenarnya tujuan utama dari cerita itu adalah menyampaikan berita (Luwi, 2008, h.62)

Artikel-artikel yang ada di dalam media online diberikan tanggung jawab kepada pemimpin redaksi. Konten atau isi artikel yang dimuat di online media adalah hasil rapat redaksi dan seluruh staf-staf redaksi yang dipimpin oleh pemimpin redaksi (pemred). Pemred bertanggung jawab atas operasi keredaksian secara keseluruhan dan hanya mengawasi serta mengarahkan atau melakukan supervise atas operasionalisasi keredaksian (Hikman dan Purnama, 2012, h.73)

Disinilah tugas utama pemred, yaitu menentukan pilihan-pilihan topik pembahasan sebelum artikel masuk ke dalam tampilan website. Pemred bertanggung jawab atas data dan informasi yang disajikan, serta isi penulisan yang merupakan opini dalam redaksi tersebut. Setelah pemred memberikan informasi-informasi yang akan disajikan, Redaksi Pelaksana (Redpel) mengawasi kerja redaksi sehari-hari dan mengarahkan para redaktur dan reporter.

PT. MBDC Media adalah sebuah perusahaan media *online* yang fokus dalam menghasilkan konten-konten kreatif digital yang original, penerbitan konten dan produksi video original. PT. MBDC Media adalah salah satu *start up company* di bidang teknologi, dimana sebagian besar kegiatannya menggunakan media digital. PT MBDC Media dikenal dengan produk-produknya yang unik seperti “Malesbanget.com” yaitu situs humor terbesar di Indonesia, salah satunya menyajikan konten artikel dengan gaya penulisan berita feature dalam website

tersebut. Penulisan artikel tersebut menyampaikan berita dengan cerita singkat dan lucu untuk membuat para pembaca website tersebut merasa senang dan puas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang dalam tim redaksi di PT. MBDC Media sebagai asisten managing editor.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Berikut ini adalah maksud kerja magang yang dilakukan penulis:

- Untuk menyelesaikan kewajiban mata kuliah di semester tujuh yang merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana S1 jurusan jurnalistik di Universitas Multimedia Nusantara.
- Agar mahasiswa dapat belajar dan mencari pengalaman untuk kedepannya saat terjun ke dunia karir.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Berikut ini adalah tujuan kerja magang yang dilakukan oleh penulis

- Memahami aktivitas yang dilakukan Tim Redaksi pada PT. MBDC Media khususnya di situs Malesbanget.com dan mengasah kemampuan penulis dalam mengatasi masalah sesuai dengan apa yang sudah dipelajari di perguruan tinggi.
- Membandingkan ilmu yang sudah dipelajari di perguruan tinggi dengan perusahaan tersebut.
- Bersiap untuk terjun dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

MBDC Media memberikan waktu magang kepada penulis sampai tiga bulan ke depan dan boleh diperpanjang, tetapi penulis hanya mengambil dua bulan dikarenakan masih ada mata kuliah yang harus dituntaskan pada awal perkuliahan bulan Agustus 2015. Penulis dan pihak MBDC Media sepakat untuk bekerjasama selama dua bulan yang dimulai pada tanggal 28 Juni 2015 sampai 28 Agustus 2015, dimulai pukul 10.00 – 18.00. Bertempat di Gedung MBDC Media, Petogogan – Jakarta Selatan. Pihak Universitas Multimedia Nusantara memberikan waktu magang minimal dua bulan atau 40 hari kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini adalah prosedur yang harus dilakukan penulis dalam melakukan kerja magang. Pertama, penulis diharuskan mencari perusahaan untuk melakukan praktik kerja magang sesuai dengan jurusan yang akan diambil. Setelah itu, penulis diwajibkan untuk membuat surat permohonan magang kepada Ketua Program Studi dan disetujui oleh Ketua Program Studi, Ibu Bertha Sri Eko berupa tanda tangan. Setelah surat persetujuan itu keluar, penulis langsung mengajukan surat lamaran (CV) untuk magang serta portofolio tugas yang pernah dibuat semasa perkuliahan dan surat permohonan magang dari kampus untuk diberikan perusahaan yang dituju.

Beberapa perusahaan Media yang dipilih oleh penulis adalah Net Tv, MBDC Media, dan Rollingstone Indonesia. Penulis mengirim lamaran magang melalui e-mail pada bulan Juni 2015 kepada semua media tersebut. Setelah tiga hari mengirim lamaran, penulis mendapatkan balasan dan diminta datang ke perusahaan PT. MBDC Media pada tanggal 23 Juni 2015, untuk diwawancara langsung oleh kepala divisi dari *Social Media and Distribution*. Di dalam wawancara tersebut, penulis dan pihak MBDC Media membahas sistem kerja

yang berbeda. Setelah menjelaskan tiga pekerjaan dengan masing-masing sistem kerjanya, akhirnya penulis memutuskan untuk mengambil pekerjaan menjadi asisten editor.

Penulis menyerahkan surat penerimaan kerja magang dan mendapatkan Form Kartu Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, dan Form Realisasi Kerja Magang dari Universitas yang harus diisi oleh pembimbing kerja magang dari perusahaan tempang magang setelah masa kerja magang berakhir.

Mulai tanggal 28 Juni 2015, penulis melakukan kerja magang dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Managing Editor serta pembimbing kerja magang, yaitu Veni Duty Inovanti. Setelah praktik kerja magang selesai, penulis diwajibkan untuk menyusun laporan kerja magang dan berkonsultasi dengan dosen pembimbing magang, Bapak Rony Agustino Siahaan.

UMMN