



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 merupakan salah satu hal utama yang tidak dapat terlepas dari kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Salah satu bentuknya adalah komunikasi massa. Menurut Defleur dan McQuail dalam Riswandi (2009, p. 103) komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak-khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara.

Dalam komunikasi massa, saluran komunikasi yang lazim digunakan berupa media massa cetak, media massa elektronik, dan media massa *online*. Hadirnya teknologi sebagai sarana dalam membantu kehidupan masyarakat mulai meluas dalam bidang informasi dan komunikasi, khususnya media. Seperti gabungan antara media konvensional dengan media digital sehingga menghasilkan *new media* atau media baru.

Media baru erat ikatannya dengan internet dan teknologi *mobile*. Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuail, 2011, p. 43).

Sifat interaktif dari media *online* didukung oleh adanya internet yang menjadikan media *online* lebih diminati dibandingkan media konvensional pada era sekarang ini. Tidak hanya itu, media *online* juga memiliki keunggulan dalam kecepatan menyebarkan informasi sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat dan aktual. Informasi dari media *online* dapat disampaikan kepada masyarakat secara instan dengan didukung oleh perangkat digital seperti komputer, tablet, dan *smartphone* yang digunakan sehari-hari.

Sajian menarik yang disuguhkan oleh media *online* juga menjadi salah satu keunggulan yang dapat membangkitkan selera pembaca. Media *online* dirasa sangat besar manfaatnya karena berperan penting sebagai sarana komunikasi dan informasi di era globalisasi.

Hadirnya media *online* dalam menyajikan informasi mulai menggeser eksistensi media konvensional seperti media televisi, radio, dan cetak. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa seiring berjalannya waktu, media *online* terus berkembang di Indonesia sehingga masyarakat lebih mengutamakan untuk memproduksinya sebagai kebutuhan dalam memperoleh informasi.

Menurut data yang didapat berdasarkan situs *We Are Social* per Januari 2019, lebih dari separuh populasi di bumi yakni 56% menggunakan internet untuk mengakses informasi dan berita. Hal tersebut menjadi sebuah persaingan antara media *online* dan media konvensional dalam menyajikan sebuah berita.

Dalam tulisan *news* (berita) yang dimuat dalam media terdapat dua jenis berita yaitu *hard news* dan *soft news*. Salah satu jenis berita dari *soft news* adalah *feature*. Berita *feature* ditulis oleh jurnalis dengan menemukan fakta untuk menarik perhatian pembacanya. *Feature* mengandung informasi yang “lebih” ketimbang berita biasa (*news*), antara lain hal-hal yang mungkin diabaikan oleh *news* dan relative tidak pernah “basi” atau tidak aktual lagi seperti berita biasa (Romli A. S., 2009, p. 21). Tulisan *feature* harus menarik para pembaca dengan menggunakan bahasa yang lebih ringan seperti bercerita. Berita ini dikemas secara sederhana, ringan, serta mengangkat sudut pandang yang berbeda dari berita *hard news*.

Bicara soal isi berita, tak jauh dari istilah rubrikasi. Menurut Effendy, rubrik merupakan ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya yang membahas suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat, misalnya rubrik wanita, olahraga, dan sebagainya (Effendy, 2003, p. 316).

Salah satunya adalah rubrik *lifestyle* atau gaya hidup. Adanya rubrik ini untuk menyeimbangkan pembaca agar tidak terlalu monoton membaca informasi yang berat terkait politik,

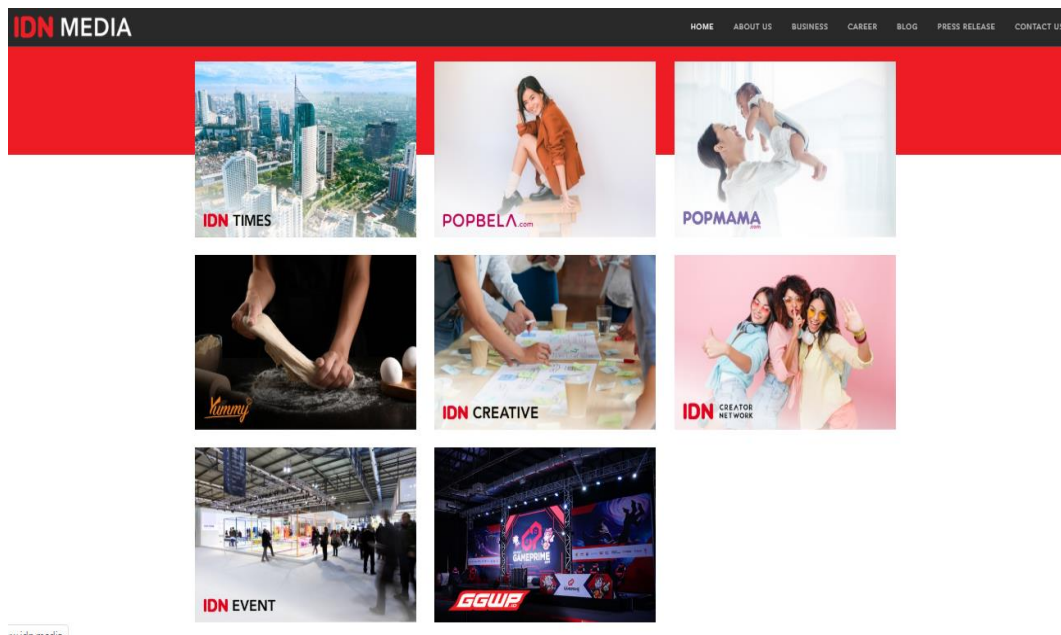
ekonomi, hukum dan lainnya. Menurut Eide dan Knight dalam (Hanusch, 2013 , p. 3) jurnalisme *lifestyle* digambarkan sebagai salah satu cara yang dilakukan media massa untuk memberikan khalayaknya dengan informasi, saran, dan bantuan terhadap berbagai masalah sehari-hari. Beberapa contoh yang termasuk dari *lifestyle journalism* adalah *travel*, *fashion*, gaya hidup, kesehatan, *entertainment*, makanan, musik, seni, berkebun, dan kehidupan (Hanusch, 2013 , p. 4).

Media gaya hidup atau *lifestyle* yang lebih banyak berisi mengenai dunia *fashion*, *beauty*, kesehatan, dan lain-lain tentu tidak jauh dari kehidupan sehari-hari para perempuan. Dalam hal ini, perusahaan media pun banyak yang menargetkan wanita sebagai target pembacanya. Banyak perempuan juga yang lebih memilih alternatif media untuk mencari informasi, salah satunya lewat portal *online* khusus perempuan.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak portal *online* khusus perempuan yang menyajikan informasi mengenai gaya hidup seperti dunia *fashion*, kecantikan, kesehatan, hingga karier. Beberapa media *online* khusus perempuan yang ada di Indonesia seperti Gadis, Go Girl, Cewek Banget, Grid, Fimela, Popbela, dan masih banyak lagi. Dari beberapa media *online* khusus perempuan yang ada di Indonesia, penulis memilih Popbela.com sebagai tempat untuk melakukan praktik kerja magang.

Popbela.com adalah salah satu media *online* di Indonesia yang menyajikan informasi berbasis gaya hidup atau *lifestyle* yang berdiri sejak 2016. Sebagai media khusus perempuan, Popbela.com berada di bawah naungan IDN Media. IDN Media sendiri merupakan perusahaan media yang lebih memfokuskan untuk generasi Millennial dan generasi Z di Indonesia, sesuai dengan *taglinenya* yaitu “*The Voice of Millenials and Gen Z*”. Selain Popbela.com, terdapat lima unit media lain yang dioperasikan oleh IDN Media, yaitu IDN Times, Popmama.com, Yummy, GGWP.ID, dan Duniaku.com. IDN Media juga mengoperasikan tiga unit bisnis lainnya yaitu IDN Creative, IDN Event, dan IDN Creator Network.

Gambar 1.1 Tampilan *website IDN Media.com*

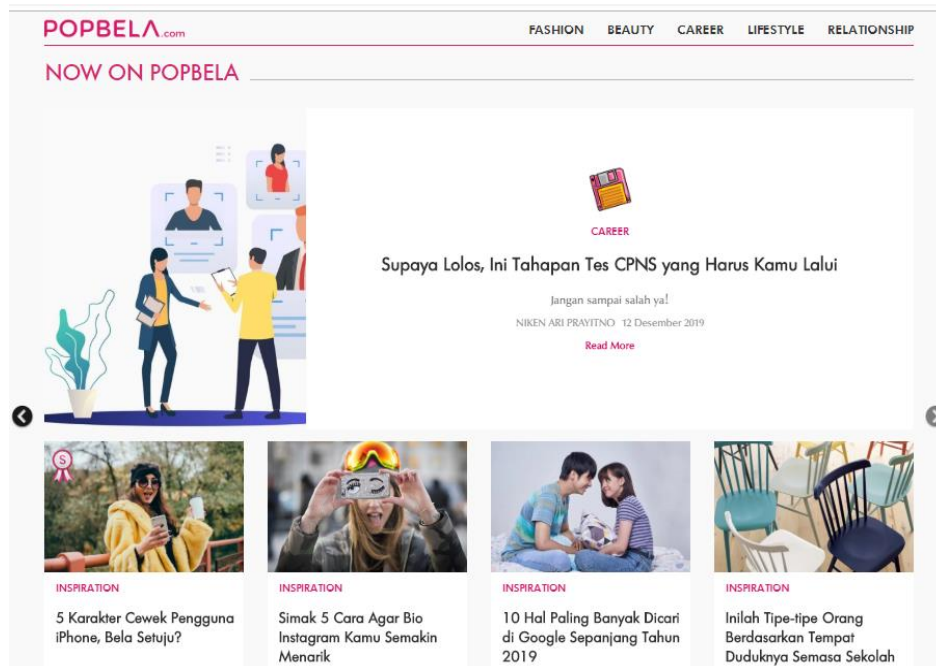


Sumber: *IDNMedia.com*

Berdirinya IDN Media memiliki tujuan sebagai tempat anak muda berbagi informasi terbaru dari segi budaya, politik, ekonomi, hingga gaya hidup atau *lifestyle*. Tujuan ini mendorong anak muda zaman sekarang atau generasi Millennial dan generasi Z untuk lebih peka terhadap dunia sekitar, khususnya mengenai pemberitaan dan informasi yang terjadi di Indonesia dan dunia.

Sama halnya dengan IDN Media yang memfokuskan pembaca dari generasi Millennial dan generasi Z, Popbela.com juga memiliki segmentasi pembaca yakni perempuan dari 19 hingga 37 tahun. Popbela.com sendiri menyajikan berita mengenai *lifestyle*, *career*, *fashion*, *relationship*, dan *beauty* yang memang ditunjukkan oleh pembaca perempuan khususnya generasi Millennial.

**Gambar 1.2** Tampilan *website Popbela.com*



*Sumber: Popbela.com*

Popbela.com merupakan media *online* dengan sistem *platform* yang interaktif, menarik, dan bersegmen generasi Millennial. Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih Popbela.com sebagai tempat praktik kerja magang.

Dalam praktik kerja magang ini, penulis ingin menggali dan menerapkan ilmu yang telah didapat di masa perkuliahan khususnya di mata kuliah *Feature Writing* dan *Entertainment Journalism*. Oleh karena itu, Popbela.com menjadi pilihan penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang serta menerapkan ilmu jurnalistik yang penulis dapat dalam masa perkuliahan.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Selain menjadi salah satu syarat dalam menempuh pendidikan strata satu (S1), dalam kerja magang ini penulis juga bertujuan untuk mengetahui dan mendalami alur dan proses kerja Reporter di suatu media, khususnya di Popbela.com sebagai media *online*. Praktik kerja magang ini dimaksudkan agar mahasiswa tidak hanya mempelajari teori dan praktik di kampus saja, namun mahasiswa juga ditantang untuk mengaplikasikan ilmu jurnalistik pada dunia kerja, khususnya di media.

Berikut tujuan praktik kerja magang yang penulis lakukan:

1. Mempraktikkan ilmu yang telah didapat penulis di bangku perkuliahan.
2. Mendapatkan pengalaman dalam bidang jurnalistik, khususnya sebagai reporter.
3. Menambah ilmu dan pengetahuan di bidang jurnalistik, mulai dari proses praproduksi, produksi, hingga pasca produksi.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai Reporter di Popbela.com (IDN Media) selama tiga bulan lebih dari tanggal 5 Agustus sampai 30 November 2019. Namun terhitung kerja magang selama 60 hari dari pihak kampus mulai dari tanggal 15 Agustus hingga 22 November 2019.

Dalam kurun waktu tersebut, penulis bekerja selama 5 hari kerja. Di minggu-minggu pertama penulis bekerja di hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, dan Jumat. Namun dikarenakan pada hari Kamis penulis menghadiri kelas di kampus sehingga hari kerja penulis ditukar ke hari Sabtu. Tetapi penulis tidak selalu mendapat hari kerja di hari Sabtu setiap minggu, ada beberapa minggu yang penulis tidak mendapatkan kerjaan dari kantor sehingga penulis hanya bekerja 4 hari kerja di beberapa minggu.

Jam kerja di redaksi Popbela.com dimulai pukul 09.00 hingga 18.00. Namun jam kerja penulis bergantung dengan pekerjaan penulis, jika penulis sudah selesai membuat artikel sampai pukul 17.00 penulis diizinkan pulang lebih cepat.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan**

Pelaksanaan kerja magang ini diawali dengan mengirim *Curriculum Vitae (CV)* beserta dengan portofolio penulis ke alamat *e-mail* salah satu editor di Popbela.com yaitu Jennifer Alexis Tanjung selaku *beauty* editor di Popbela.com. Surat lamaran kerja magang tersebut dikirimkan pada 1 Juli 2019. Lalu *e-mail* tersebut dibalas pada 4 Juli 2019 yang berisi mengenai panggilan *interview* yang dijadwalkan pada Senin, 8 Juli 2019. Sayangnya,

penulis tidak dapat menghadiri *interview* pada tanggal tersebut, sehingga *interview* dijadwalkan kembali di tanggal 12 Juli 2019.

Setelah mengikuti tahap *interview* dari pihak Popbela.com, penulis menunggu kabar sekitar satu hingga dua minggu untuk hasil *interview*. Hasil *interview* keluar dan penulis dihubungi oleh salah satu editor Popbela.com yaitu Mega Dini melalui *Whatsapp*. Setelah disepakati mengenai jadwal kerja magang, akhirnya pada 5 Agustus 2019 penulis memulai kerja magang di Popbela.com.

Sebelum memulai kerja magang, penulis diwajibkan untuk menandatangani surat kontrak kerja dari pihak IDN Media sebagaimana rumah media dari Popbela.com. Dalam surat tersebut, tercantum waktu magang penulis dari tanggal 5 Agustus sampai 30 November 2019.

Penulis juga membuat KM-01 yang berupa formulir pengajuan surat pengantar magang dari kampus. Setelah disetujui oleh pihak kampus, penulis mendapat KM-02 berupa surat pengantar kerja magang untuk ditujukan ke pihak perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja magang. Kemudian pihak Popbela.com memberikan surat pengantar kerja magang yang berisi penulis telah resmi melakukan praktik kerja magang di perusahaan tersebut dan surat tersebut diajukan kepada pihak BAAK Universitas Multimedia Nusantara untuk ditukar dengan surat KM-03 hingga KM-07.

Praktik kerja magang penulis yang dilakukan di media *online* Popbela.com terhitung oleh pihak kampus mulai dari tanggal 15 Agustus 2019 hingga 30 November 2019.