

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi dan kondisi yang terjadi di masyarakat dapat memengaruhi media massa sebagai sarana informasi kepada publik. Melemahnya situasi ekonomi selama pandemi COVID-19 membuat media massa sebagai pilar keempat terancam habis-habisan, khususnya media cetak. Media cetak saat ini harus beradaptasi dan dituntut bertahan di masa krisis pandemi COVID-19. Dalam *voaindonesia.com*, Agus Subidyo mengatakan penurunan pendapatan media cetak mencapai 40 persen dibandingkan tahun 2019 (Litha, 2020, para. 10). Dilansir *Bisnis.com*, Rikard Bangun sebagai seorang jurnalis senior mengatakan media sudah berusaha keras untuk bertahan dengan melakukan penghematan bahkan sebelum datangnya pandemi karena adanya serangan era digital (Evandio, 2020, para. 5).

Selain harus mengubah pola peliputan menjadi virtual, jurnalis juga harus menghadapi momok besar dengan adanya pemotongan upah hingga bayang-bayang pemutusan hubungan kerja (PHK). Dilansir dalam *Liputan6.com*, terdapat 59 pekerja pers yang mengajukan aduan mengenai krisis akibat pandemi ini. Hal ini diungkapkan oleh Ade Wahyudin selaku Direktur Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Pers (Amalia, 2020, paras. 3-4). Media *online* memiliki keuntungan untuk bertahan selama masa pandemi karena selain cepat, biaya operasional juga kecil. Media cetak cenderung lebih lambat dibandingkan dengan media digital karena memerlukan proses yang panjang dalam memproduksi berita, mulai dari proses peliputan hingga percetakan.

Gambar 1.1 Agus Sudibyo menjelaskan dampak pandemi virus COVID-19 terhadap industri media

Data Media Massa Cetak
Hasil pendataan SPS hingga Mei 2020

- **43,2%** perusahaan pers cetak telah mengkaji opsi **merumahkan karyawan tanpa digaji**, dengan kisaran jumlah karyawan yang dirumahkan antara 25-100 orang setiap perusahaan.
- **Perusahaan pers daerah (38,6%)** lebih cenderung mengambil opsi kebijakan ini dibandingkan dengan **perusahaan pers nasional (4,45%)**.
- **38,6%** perusahaan pers cetak sudah dan atau berencana melakukan **PHK karyawan**. Jumlah karyawan yang sudah maupun yang dalam proses PHK berkisar 25-100 orang pada setiap perusahaan.

zoom
Yones Litha (VOA)

Sumber: VOA Indonesia

Juwito (2008, p. 6) membagi jurnalistik dalam tiga bagian besar dilihat dari segi bentuk dan pengelolaannya, yaitu jurnalistik media cetak (koran dan majalah), jurnalistik media elektronik auditif (radio), dan jurnalistik media audiovisual (televisi). Media massa, terutama media cetak, yang kini masih bertahan dan terus beradaptasi salah satunya adalah majalah. Majalah memiliki target pembaca yang lebih tersegmen sehingga jangkauannya terbilang terbatas. Majalah juga membahas hal-hal yang sesuai dengan minat pembacanya dengan penyampaian pesan yang lebih mendalam, walaupun distribusinya lambat.

HighEnd Magazine atau Majalah HighEnd merupakan salah satu media cetak Indonesia yang dikelola perusahaan milik Hary Tanoesoedibjo, PT MNC Media Group, yang hingga saat ini masih berjaya di masa pandemi. Majalah ini bergerak di bidang *fashion*, *entertainment*, dan *lifestyle*. HighEnd Magazine sendiri ditujukan untuk pembaca golongan atas atau *first-class*. Berdasarkan data dari HighEnd Media Kit, persentase jumlah pembaca perempuan adalah 70 persen dan laki-laki 30 persen dengan mayoritas usia 35-45 tahun atau sekitar 40 persen (HighEnd Magazine, 2020).

Gaya penulisan di HighEnd Magazine menggunakan penulisan *feature* untuk jurnalisme *fashion*. Penulisan *feature fashion* sendiri membutuhkan keterampilan analisis sehingga jurnalis perlu memperhatikan istilah-istilah yang digunakan dalam dunia *fashion*, memperhatikan detail, dan mempelajari tren busana terbaru di berbagai tempat (Lesmana, 2017, p. 143). Menurut Juwito, *feature* adalah tulisan jurnalistik yang sifatnya ringan dan menghibur, serta tidak harus selalu mengikuti rumus 5W+1H (2008, p. 80-81). Hal ini memenuhi salah satu fungsi pers yaitu menghibur (Juwito, 2008, p. 30). *Feature* juga diartikan sebagai artikel yang berisi emosi, analisis, dan informasi (Ricketson, 2004, p. 2).

Feature memiliki beberapa karakteristik yaitu menyampaikan informasi sekaligus menghibur masyarakat, ditulis dengan teknik di luar piramida terbalik, disajikan dengan bahasa informal, dan tidak terikat dengan aktualitas (Juwito, 2008, p. 89-90). Rolnicki menjelaskan gagasan dasar sebuah tulisan *feature* yaitu *feature* harus faktual sehingga membutuhkan laporan dan wawancara, tidak boleh melibatkan opini penulis, memiliki awal, pertengahan, dan akhir, serta struktur penulisan harus sesuai dengan ide utama (2008, p. 90). Selain nilai-nilai berita, salah satu kriteria patokan seleksi berita yang layak diberikan terutama dalam penulisan *feature* adalah tren yang biasanya berkaitan dengan fenomena sosial atau gaya hidup yang sedang berkembang saat ini (Basuki et al, 2017, p. 34).

1.2 Tujuan Kerja Magang

1. Memenuhi syarat kelulusan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
2. Menerapkan dan mengembangkan pengetahuan teori dan pengalaman praktik yang telah dipelajari dan diterima selama menjalani perkuliahan sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik
3. Menambah wawasan dan pengetahuan serta meningkatkan kemampuan sebagai penulis artikel dan konten berbahasa Inggris terutama di bidang *fashion* dan *beauty*
4. Meningkatkan dan mengembangkan sikap profesionalisme sebagai pekerja media

5. Memperluas jaringan dan relasi baik perusahaan tempat pelaksanaan magang maupun di luar perusahaan
6. Mempersiapkan bekal untuk menghadapi realitas dan gambaran dunia kerja yang sesungguhnya terutama dalam bidang jurnalistik

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di HighEnd Magazine selama kurang lebih 60 hari sebagai *Fashion* dan *Beauty Writer* terhitung 60 hari kerja dalam tiga bulan dari tanggal yang tercantum di KM 02 atau surat penerimaan dari perusahaan. Penulis memulai periode kerja magang pada 3 Agustus 2020 hingga 30 November 2020 sesuai dengan yang tertera di surat penerimaan kerja magang, tetapi penulis menyelesaikan lebih cepat dari tanggal tersebut karena telah memenuhi 60 hari kerja. Jam kerja yang tertulis dalam surat kontrak magang adalah 09.00 WIB - 18.00 WIB dengan toleransi waktu satu jam untuk istirahat atau beribadah, tetapi setelah kesepakatan dengan pembimbing lapangan, waktu kerja magang dilaksanakan setiap Senin - Jumat pukul 10.00 WIB - 17.00 WIB di MNC News Center, Jalan K.H Wahid Hasyim kav. 28, Jakarta Pusat. Penulis diperbolehkan pulang lebih awal jika pekerjaan yang diberikan telah selesai.

Setiap Kamis penulis bekerja di rumah karena penulis memiliki jadwal perkuliahan pada pukul 08.00 WIB - 14.00 WIB dan jadwal *podcast* pada pukul 19.00 WIB. Namun, saat masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Jakarta dan Tangerang, penulis harus bekerja dari rumah (*work from home*). Penulis juga melakukan pekerjaan magang di luar hari kerja apabila ada jadwal liputan atau wawancara pada akhir pekan (Sabtu dan Minggu).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan proses kerja magang, penulis memastikan beberapa syarat pelaksanaan magang sesuai dengan panduan. Penulis merupakan mahasiswa aktif Universitas Multimedia Nusantara yang telah mengambil sekurang-kurangnya 110 SKS dengan nilai D maksimal 2 mata kuliah dan tidak ada nilai E serta F untuk semua mata kuliah. Nilai IPK pada semester yang telah ditempuh penulis juga tidak kurang dari 2,50 sehingga penulis dapat mengisi KRS magang dan mengajukan pelaksanaan magang secara resmi.

Setelah memenuhi persyaratan pelaksanaan magang, penulis membuat lampiran berupa *Curriculum Vitae* (CV), portofolio, dan transkrip nilai sementara. Penulis juga mempersiapkan data lampiran tersebut untuk LinkedIn dan Kalibrr. Selanjutnya, penulis melakukan riset secara mandiri lewat internet, melihat rekomendasi dari CDC UMN, referensi dari FIKOM UMN, dan alumni terkait perusahaan media sebagai target tempat pelaksanaan magang dengan menyesuaikan minat, jarak tempuh perjalanan, dan kualitas media tersebut. Penulis memilih lima media yaitu HighEnd Magazine, Kompas.com, Tempo Institute, Vice Indonesia, dan Kumparan lalu mengirimkan lamaran magang lewat surat elektronik (surel) ke HighEnd Magazine, Tempo Institute, Vice Indonesia, serta Kumparan, sedangkan lamaran magang untuk Kompas.com dilakukan lewat Kalibrr. Penulis sempat lolos seleksi untuk magang media sosial Tempo Institute, tetapi tidak berhasil lolos pada tahap terakhir.

Pada 3 Juli 2020, penulis dihubungi via *Whatsapp* oleh Bung Bung Mangaraja selaku *Fashion and Beauty Coordniator* HighEnd Magazine terkait *job desc*, jam kerja, dan kesepakatan waktu pelaksanaan magang sekaligus menjadi *supervisor* selama masa pelaksanaan magang berlangsung. Penulis kemudian dihubungi oleh

Human Resources Development (HRD) HighEnd Magazine, Devina Pritasari pada 15 Juli 2020 untuk proses *interview* lewat telepon. Selanjutnya, setelah penulis mengisi KRS magang, penulis mengisi form KM 01 atau formulir pengajuan kerja magang secara *online* pada 16 Agustus 2020 dikarenakan masa pandemi masih berlangsung sehingga mahasiswa masih belum diperbolehkan ke kampus. Setelah menerima KM 02 atau surat pengantar yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi Jurnalistik, F.X. Lilik Dwi Mardjianto pada 19 Agustus 2020, penulis kemudian menyerahkan KM 02 ke HRD HighEnd Magazine untuk menerima surat penerimaan perusahaan atau surat kontrak magang.

Penulis memulai magang secara resmi sejak 3 Agustus 2020 hingga 20 November 2020 dengan total 77 hari kerja. Selama masa pelaksanaan magang terutama saat bekerja di rumah, penulis juga mengerjakan laporan magang dibimbing oleh Albertus Magnus Prestianta.