

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan besar di segala aspek kehidupan masyarakat modern telah diberikan melalui internet. Media cetak semakin menurun di dalam jurnalisme (Wendratama, 2017, p. 2). Menurunnya media cetak diakibatkan oleh khalayak media yang beralih ke media daring untuk mendapatkan informasi secara gratis.

Menurut hasil survei Maverick Indonesia bahwa portal berita daring telah menjadi sumber utama dalam mendapatkan informasi oleh generasi muda yaitu ada sebanyak 85 persen responden yang mengakses informasi secara daring. Lalu, hanya ada 5 persen responden yang mendapatkan informasi melalui media cetak. (Bayu, 2020, para 1-3).

Jurnalisme *online* (*online journalism*) merupakan generasi yang baru setelah jurnalistik konvensional yaitu media cetak dan jurnalistik penyiaran seperti radio dan televisi muncul. *Online* merupakan bahasa internet yang dapat diartikan sebagai informasi yang dapat diakses oleh khalayak media di mana dan kapan saja selama jaringan internet (konektivitas) tetap ada (Romli, 2018, p. 16).

Media *online* dapat dijadikan sumber informasi dengan cara yang mudah dan cepat. Hal tersebut dapat mempermudah seluruh masyarakat untuk menyampaikan, menyebarkan dan menerima pesan (Sari et al., 2020, p. 130-131). Tentunya, kebutuhan informasi yang didapatkan oleh media *online* perlu menggunakan internet.

Menurut layanan manajemen konten HootSuite dan agensi pemasaran media sosial We Are Social yang bertajuk *Digital 2021* bahwa pada awal 2021, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 73,7 persen dengan total jumlah penduduk Indonesia sebesar 274,9 juta jiwa (Riyanto, 2020, para 2-3).

Pada zaman sekarang, gelombang peradaban ketiga “*The Third Wave*” telah masuk yaitu era reformasi, yang merupakan peranan media komunikasi massa dan pers jurnalistik sangat relatif hingga strategis yang menentukan mainstream arus budaya, kehidupan politik, ekonomi masyarakat dunia dan gaya hidup (*lifestyle*), terutama bagi yang tinggal di berbagai kota besar (Ishak, 2014, p. 36).

Menurut Folker Hanusch, *lifestyle journalism* atau dapat disebut jurnalisme gaya hidup mulai dikenal dengan konten jurnalistik yang lebih halus. Jurnalisme gaya hidup memiliki fokus utama yaitu dengan melihat audiens yang dijadikan sebagai konsumen dengan memberikan informasi mengenai barang dan jasa untuk digunakan, informasi yang menghibur atau *funfacts* dan berbagai saran faktual (Hanusch, 2012).

Berita gaya hidup telah mengisi perubahan dikalangan masyarakat hingga periklanan. Jurnalisme *lifestyle* kini tampil dengan membawa berbagai kategori seperti gender, kultur, *feature* dan *entertainment*. Lalu, rubrik pada gaya hidup juga telah menjadi universal seperti *fashion*, *food*, *household hints*, *society* dan *advice*. Pemberitaan gaya hidup juga memberikan perubahan dalam kisah kesetaraan terhadap perempuan sehingga perubahan tersebut telah disukai oleh khalayak. Berbagai iklan juga ikut terjun ke dalam halaman gaya hidup melalui pemberitaan makanan, fesyen dan perabot rumah (Kurnia, 2017, pp. 17-18).

Kini praktik jurnalisme telah berkembang dengan pesat, bahwa dunia hiburan dan gaya hidup telah menggunakan *soft news* (Wendratama, 2017, p. 75). Tentunya, *Her World Indonesia* menggunakan gaya penulisan yang dapat menarik para khalayak media sehingga bentuk tulisan yang digunakan yaitu *listicle* atau menggunakan berbagai poin yang dapat menarik perhatian para pembaca.

Femina, *MRA*, *Kompas Gramedia* dan *Jawa Pos News* merupakan media yang paling besar di Indonesia. Empat media tersebut memiliki berbagai saluran dan ditopang oleh pendapatan yang dihasilkan melalui iklan yang agresif dan tidak diatur (Royo, 2019).

Maka dari itu, penulis memilih untuk melaksanakan praktik kerja magang di media *online* yaitu *Her World Indonesia*. Media tersebut merupakan salah satu majalah yang membahas seputar gaya hidup wanita yang paling terkini yang berasal dari salah satu perusahaan besar yaitu MRA. Media ini telah beralih dari media cetak ke *E-Magz* atau dapat disebut *electronic magazine* dengan berbagai macam rubrik seperti *Food News*, *Cover Look*, *Cover Story*, *Horoscope* dan lain sebagainya. Untuk media *online*, *Her World Indonesia* juga menyediakan berbagai kanal seperti *Fashion*, *Hair and Beauty*, *Sex and Relationship*, *Life and Health*, *Food and Travel*, *A Chat with* dan lain sebagainya. Lalu, media ini, berlokasi di Jakarta Selatan.

Penulis memilih kegiatan dalam melakukan pelaksanaan praktik magang di *Her World Indonesia* karena ingin mengembangkan dalam kemampuan untuk menulis hingga mewawancarai narasumber dalam sebuah berita yang memiliki berbagai kaidah jurnalistik dengan kanal hingga rubrik pada media tersebut. Selama situasi pandemi virus corona, praktik kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis dilakukan secara *online*.

1.1 Tujuan Kerja Magang

Tak hanya sebagai syarat kelulusan pada mata kuliah *internship* yang ditempuh oleh penulis, praktik kerja magang juga dilaksanakan untuk tujuan lain yakni:

1. Mempraktikan teori yang telah didapat selama masa perkuliahan berlangsung oleh penulis.
2. Mendapatkan berbagai ilmu yang telah diberikan oleh *HerWorld Indonesia* selama praktik kerja magang berlangsung.
3. Mendapatkan pengalaman bekerja di *Her World Indonesia*.
4. Mengembangkan *soft skill* di *Her World Indonesia* sebagai *Digital Writer*.

5. Dapat menjalin kerja sama dengan rekan kerja lainnya dalam menciptakan lingkungan kerja yang cukup baik.

1.2 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan

Penulis melakukan kegiatan kerja magang selama tiga bulan yang dimulai dari 1 Februari hingga 30 April 2021. Pada pelaksanaan kerja magang, penulis ditugaskan untuk bekerja secara *Work from Home* (WFH) dan juga *Work from Office* (WFO). Selama pandemi virus corona. Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis yaitu mulai dari pukul 10.00 hingga 15.00. Penulis bekerja mulai dari hari Senin hingga Sabtu. Setiap hari pukul 10.00, rapat dilakukan melalui aplikasi Zoom untuk berbagi *brain storming*.

1.2.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Di semester delapan, penulis mengambil praktik kerja magang dengan mulai melamar ke berbagai perusahaan media *online* di Jakarta. Penulis telah memberikan *Curriculum Vitae* (CV) kepada berbagai media *online* seperti *Femina*, *Femaledaily*, *Elle Magazine*, *Cosmopolitan*, *Harper's Bazaar* dan *Her World Indonesia*.

Salah satu media yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan praktik kerja magang yaitu Her World Indonesia untuk posisi sebagai *digital writer* dan mulai diwawancara keesokan harinya oleh pemimpin redaksi dari media tersebut yaitu Shantica Warman.

Setelah diterima oleh *Her World Indonesia*, penulis mulai mengikuti berbagai prosedur dalam proses pengajuan kerja magang dari *form* Keterangan Magang (KM) 01 dan KM-02 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan mendatangi langsung ke perusahaan dari MRA. Pengambilan *form* dilanjutkan dengan KM-03

hingga KM-07. Setelah penulis melaksanakan magang yang dimulai dari 1 Februari hingga 30 April 2021, penulis mulai menyusun laporan yang dibimbing langsung oleh Samiaji Bintang.