



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

Kemajuan teknologi membawa dunia jurnalistik turut maju dan berkembang. Salah satu bukti nyatanya adalah pergeseran media konvensional, seperti televisi, radio, dan cetak ke media digital. Lahirnya media digital membuat platform-platform digital di internet menjadi sumber utama penghasil dan pendistribusi berita-berita di dunia. Perubahan ini memberikan warna baru bagi dunia jurnalistik selama sekitar 20 tahun terakhir.

Beberapa perusahaan media memulai karirnya dengan langsung menggunakan media digital sebagai platform penyedia berita. Namun, beberapa perusahaan media lainnya beralih ke media digital dengan tetap mempertahankan media konvensional. Muliawanti (2018, p. 81) menyebutkan contoh media yang merupakan media cetak lalu beradaptasi ke media digital, misalnya Kompas dengan Kompas.com, atau Tempo dengan Tempo.com.

Distribusi berita terjadi sangat cepat di portal media online, bahkan audiens dapat mengetahui sebuah peristiwa di saat peristiwa tersebut sedang berlangsung. Hal ini disebut sebagai berita *real time* dan menjadi salah satu keunggulan media digital. Haryanto (dalam Waluyo, 2018, p. 33) mengatakan bahwa definisi berita yang awalnya adalah laporan peristiwa yang telah terjadi, kini bergeser menjadi laporan peristiwa yang sedang terjadi.

Kemudahan mendapat berita melalui media digital didukung dengan jaringan internet yang mampu mengirimkan berita ke berbagai tempat di dunia. Riset dari Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen (dalam Djailani, 2020, para. 6) menunjukkan bahwa jumlah pembaca berita di media digital mencapai 6 juta orang, sementara jumlah pembaca media cetak hanya 4,5 juta orang. Selain itu, media cetak menjadi pilihan kelima audiens untuk mendapatkan berita dengan jumlah penetrasi 8 persen.

Jenis konten berita yang ditawarkan di media digital juga beragam, mulai dari politik, ekonomi, sosial, olahraga, gaya hidup, dan hiburan. Riset yang dilakukan UCWeb (dalam Edwin, 2017, para. 11-12) tentang kategori konten yang

disukai audiens berita di internet mengatakan bahwa berita hiburan sebanyak 30 persen, konten sosial sebanyak 19 persen, dan konten olahraga sebanyak 18 persen. Khususnya pada kategori konten hiburan, audiens lebih banyak membaca gosip selebriti, musik, dan film.

Seperti namanya, jurnalisme hiburan mencakup semua konten yang berkaitan dengan dunia hiburan, seperti televisi, film, musik, buku, juga aktifitas selebriti (Abry, 2013, para. 4). Selain bertujuan memberikan berita terkait dunia hiburan, jurnalisme hiburan juga dapat menghibur audiens karena kontennya yang bersifat ringan dan erat dengan kehidupan sehari-hari. Meski demikian, konten selebriti kerap dianggap sebagai hiburan dan kurang informatif (Thompson, 2016, para. 2).

Thompson (2016, para. 2) mengungkapkan bahwa jurnalisme hiburan terbagi menjadi dua kategori, yaitu reportase selebriti, dan kritik terhadap musik, film, buku, dan bentuk hiburan lainnya. Reportase selebriti umumnya fokus pada kehidupan pribadi selebriti tersebut, sementara kritik terhadap bentuk hiburan tujuannya untuk mengulas sebuah karya. Ulasan tersebut sangat bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui apakah sebuah karya layak untuk mereka nikmati.

Sejak awal munculnya pada pertengahan abad ke-20, jurnalisme hiburan hadir untuk menghibur masyarakat yang merasa jenuh dengan berita yang kerap membahas konflik kepentingan para penguasa pada masanya (Molasiarani, Marwan, & Rahman, 2015). Di Amerika Serikat sendiri, majalah berperan sebagai media pertama penyebar berita tentang kehidupan para artis. Namun seiring perkembangan zaman, pada awal 1980, pergeseran cepat terjadi dari majalah ke televisi (Liu, 2014, para. 9-10).

Setelah berita-berita hiburan sukses mengisi majalah dan televisi, kini kehadirannya merambah hingga ke portal pemberitaan *online*. Ditambah lagi dengan fakta bahwa beberapa majalah gulung tikar ataupun bertransformasi ke media digital dalam beberapa tahun terakhir (Thompson, 2016, para. 3). Salah satu penyebab berita-berita hiburan lebih mudah merambah ke media digital adalah karena adanya platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan Instagram (Woodley, 2018, para. 11).

Popularitas berita hiburan di media digital mempermudah media mendapatkan lebih banyak audiens. Ditambah lagi dengan data dari We Are Social (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 202,6 juta orang Indonesia yang menggunakan internet. Dibandingkan dengan berita *hard news*, berita hiburan lebih mudah dibaca, dimengerti, bahkan terkadang disebut sebagai ‘pengisi halaman berita’ saja karena tidak memiliki urgensi sebesar berita-berita *hard news*.

Meskipun bersifat menghibur, nyatanya popularitas berita hiburan berdampak pada sektor jurnalisme lainnya, seperti berita peristiwa terkini dan politik. Sebagai bagian dari budaya pop, berita hiburan membuat beberapa orang menjadi ketergantungan dan semakin bersikap acuh terhadap berita di sekitarnya (Anastassov, 2016, para. 15). Sebagai contoh, beberapa orang lebih tertarik pada berita perceraian pasangan artis, dibandingkan berita perampokan yang terjadi di kotanya.

Berita hiburan yang muncul di media sosial juga membuat audiens sulit untuk memprioritaskan atau mengatur berita mana yang akan mereka konsumsi. Kemungkinan besar, jari audiens akan lebih cepat mengeklik kanal hiburan di sebuah media *online*, dibandingkan kanal-kanal lainnya. Kenyataan yang lebih pahit lagi adalah beberapa perusahaan media kini lebih memilih untuk menaikkan berita-berita hiburan yang kurang berbobot, dibandingkan memperhatikan nilai berita yang terkandung (Woodley, 2018, para. 16).

Peran reporter di jurnalisme hiburan tidak kalah pentingnya dengan reporter di jenis jurnalisme lain. Walaupun ada asumsi yang mengatakan kerja jurnalisme hiburan termasuk ringan dibandingkan jenis jurnalisme lain, seperti jurnalisme politik dan investigasi. Namun, hal tersebut ditentang oleh Collins (2018, para. 4) dengan mengatakan bahwa peran reporter mampu mengungkap sisi gelap dunia hiburan yang seringkali dinilai gemerlap.

Salah satu contohnya pada 1930-an, di era kejayaan MGM Studio yang terkenal ahli memanipulasi para jurnalis. Kala itu, reporter hiburan memiliki peran penting untuk menguak skandal yang dilakukan Eddie Mannix, seorang humas MGM. Ia diketahui menindas reporter untuk mengubur skandal kecanduan narkoba seorang artis bernama Judy Garland dan kasus pemerkosaan seorang penari bernama Patricia Douglas pada 1937 (Collins, 2018, para. 9).

Semenjak kejadian tersebut, ditambah adanya skandal *watergate*, liputan terhadap dunia Hollywood semakin kuat. Para reporter hiburan semakin gencar melakukan investigasi dan menyuarakan skandal tersebut lewat publikasi berita. Dalam beberapa kasus besar, peran reporter hiburan tidak hanya memberikan hiburan bagi audiens, tetapi juga hasil investigasi. Dunia hiburan yang gemerlap juga menyimpan skandal di baliknya yang mampu diungkap oleh para reporter hiburan.

Para reporter hiburan di dua media besar dunia, *The New York Time* dan *The New Yorker* bahkan meraih Penghargaan Pulitzer pada 2018 setelah berhasil mengungkap skandal Harvey Weinstein. Dia adalah seorang produser film asal Amerika Serikat yang dituduh melakukan pelecehan seksual, kekerasan seksual, bahkan pemerkosaan kepada setidaknya 30 perempuan. Terdapat pula 80 perempuan yang pernah bekerja dalam industri film melayangkan tuduhan yang sama pada Harvey Weinstein (Collins, 2018, para. 22).

Sejarah pengungkapan skandal di dunia hiburan mampu membuka mata audiens akan apa yang sebenarnya terjadi. Meskipun skandal umumnya melibatkan orang-orang yang bekerja di dunia hiburan pula, tetapi tidak menutup kemungkinan hal tersebut akan terjadi juga pada orang lain. Dari pengungkapan skandal Harvey Weinstein, audiens dapat lebih menjaga diri dan was-was dengan kehadiran predator seksual di sekitarnya.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa media yang mengusung jurnalisme gaya hidup dan hiburan. Beberapa di antaranya adalah *Harper's Bazaar* Indonesia, *Her World*, *Dewi Magazine*, dan *Fimela.com*. Kebanyakan dari media jenis ini memiliki target pasar perempuan, sehingga tidak sedikit dari mereka yang melabeli diri sebagai media perempuan atau majalah perempuan. Pada awal berdirinya, media-media tersebut hadir dalam bentuk cetak. Namun, dalam upaya menyesuaikan diri dengan teknologi dan audiens, seluruh media tersebut memublikasikan beritanya melalui situs *online* masing-masing.

Salah satu media yang sejak awal berdirinya langsung menempati situs *online* adalah *Fimela.com*. Bergerak di bawah naungan PT Liputan Enam Dot Com (Kapanlagi Universe), *Fimela.com* berdiri sejajar dengan rekan-rekan medianya, seperti *Merdeka.com*, *Dream.co.id*, *Brilio.net*, dan *Liputan6.com*. *Fimela.com*

didirikan oleh Ben Subiakto dan Dian M. Soedarjo pada 2010. Tercatat pada Maret 2021, Fimela.com menduduki peringkat ke-1.284 di situs Alexa (2021).

Target pasar utama dari Fimela.com adalah perempuan Indonesia modern dan memiliki mobilitas yang tinggi. Hal tersebut didukung juga oleh survei yang menunjukkan bahwa terdapat 8 juta perempuan Indonesia yang berselancar di internet (Fimela.com, 2021). Meski sudah banyak media serupa yang fokus pada kepentingan perempuan, tetapi Fimela.com membedakan dirinya dengan memberikan nilai lebih pada kanal dan topik-topik yang diangkatnya.

Pada situsnya, Fimela.com memiliki beberapa kanal yaitu *Fashion & Beauty*, *News & Entertainment*, *Family & Relationship*, dan *Work & Lifestyle*. Tidak hanya sesuai untuk perempuan yang berusia di awal 20 tahun, bagi perempuan yang sudah berkeluarga dan memiliki anak pun masih dapat membaca artikel di Fimela.com karena di dalamnya juga membahas soal *parenting* atau mengasuh anak.

Secara pribadi, penulis memiliki ketertarikan pada pembahasan gaya hidup dan hiburan. Sehingga melalui deskripsi dan fokus yang dimiliki Fimela.com membuat penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di sana. Selain dapat mengembangkan minat, penulis juga mendapat banyak pengalaman dan pelajaran baru selama menjalani praktik kerja magang. Melalui laporan ini, penulis akan membahas mengenai proses kerja magang di Fimela.com sebagai reporter.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang merupakan salah satu kewajiban mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara untuk memenuhi kelulusan mata kuliah *Internship*. Selain itu, praktik kerja magang di Fimela.com yang dilakukan oleh penulis memiliki beberapa tujuan sebagai berikut.

1. Melatih penulis bekerja di perusahaan media yang sesungguhnya. Pengalaman bekerja di media melatih penulis menjadi profesional, bertanggung jawab, serta kuat secara fisik dan mental.
2. Melatih penulis menjadi seorang reporter di sebuah media. Sebagai seorang reporter, penulis dilatih untuk dapat berpikir cepat dalam mencari topik atau *angle* artikel yang menarik dan informatif.

3. Wadah eksplorasi akan kemampuan diri penulis dan penerapan ilmu yang telah didapatkan penulis selama kuliah di jurusan jurnalistik.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan kontrak yang dikeluarkan Fimela.com, penulis akan melakukan praktik kerja magang selama empat bulan, terhitung sejak 23 Agustus 2021 hingga 23 Desember 2021. Namun, sesuai dengan ketentuan dari kampus, maka penulis akan menempuh 60 hari magang untuk syarat sidang magang, yaitu dari 23 Agustus 2021 hingga 12 November 2021. Selebihnya dari 13 November hingga 23 Desember, penulis akan melangsungkan magang sesuai dengan kontrak perusahaan.

Pelaksanaan magang dilakukan setiap Senin hingga Jumat, pukul 09:00 – 17:30 WIB. Terdapat pula beberapa hari libur, yaitu Sabtu, Minggu, dan tanggal merah. Fimela.com memberlakukan kerja dari rumah atau *WFH* (*Work From Home*) kepada para pekerjanya, sehingga penulis tidak mendapat kesempatan untuk kerja di kantor Fimela.com. Selama periode magang, penulis juga menempuh mata kuliah *Undergraduate Thesis (Study-based)* yang jadwal bimbingannya jatuh setiap Rabu pukul 10.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dimulai sejak akhir Juni 2021 penulis sudah mencari informasi lowongan magang di berbagai perusahaan media di Jakarta. Penulis menargetkan sudah mendapatkan tempat magang pada Juli 2021, tetapi ternyata pencarian tempat magang masih berlanjut hingga Agustus 2021.

Penulis secara intensif mengirimkan lamaran magang sejak 30 Juli hingga 13 Agustus ke dua belas media di Jakarta, meski tidak semuanya sedang membuka lowongan magang. Penulis melamar magang dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV), portofolio, serta surat pengantar magang ke media-media yang penulis minati.

Salah satu dari 12 media yang penulis kirimkan lamaran magang adalah Kapanlagi Youniverse (KLY). Dengan beberapa anak media yang berada di bawah naungan KLY, penulis memilih untuk magang di Fimela.com. Setelah dua kali mengirimkan lamaran magang ke HRD KLY, akhirnya pada 17 Agustus 2021 penulis mendapat *email* dari Fimela.com untuk melakukan diskusi dengan editor Fimela.com.

Diskusi tersebut dilaksanakan pada 18 Agustus 2021 melalui Google Meet. Di dalam Google Meet terdapat penulis dengan dua editor kanal *entertainment* di Fimela.com. Dari sana diketahui bahwa penulis akan ditempatkan di kanal *entertainmet*. Melalui diskusi tersebut, penulis dijelaskan mengenai deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan penulis beserta beberapa peraturan selama melakukan magang di sana.

Di akhir diskusi tersebut, penulis dan kedua editor bersepakat untuk memulai praktik magang pada Senin, 23 Agustus 2021. Malam hari setelah diskusi dengan editor, penulis ditelepon oleh HRD KLY untuk memastikan penulis akan mulai magang di hari Senin mendatang. Melalui percakapan di telepon itu juga penulis mengatakan bahwa nantinya pihak kampus akan membutuhkan surat penerimaan magang dari perusahaan.

Penulis mengajukan KM-01 pada 17 Agustus 2021, tetapi baru dikirimkan KM-02 pada 20 Agustus 2021 sore hari. Sehingga, penulis baru mengirimkan surat pengantar magang ke HRD KLY pada Senin, 23 Agustus 2021 pagi hari dan langsung dibalas dengan surat penerimaan magang dari perusahaan.

Setelah resmi diterima magang di KLY, penulis mengisi KM 03 hingga KM 07 sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penulis juga melanjutkan dengan menulis laporan magang yang dibimbing oleh Bapak F.X. Lilik Dwi Mardjianto, S.S., M.A.