

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan akan teknologi dan komunikasi mengalami kemajuan yang pesat. Terbukti dari mudahnya dalam menggunakan dan mengakses internet dimanapun. Hal ini membawa pengaruh terhadap media massa. Melalui internet yang membantu dalam mengoptimalkan fungsi dari media massa, menurut Leeuwis. Hal ini dilihat dari tingkat aktivitas pembaca yang terlihat akan meningkat karena internet, setiap individu dapat mencapai banyak orang di berbagai lokasi (2006, p. 362). Dengan adanya internet, akses pengguna terhadap media pun menjadi semakin mudah. Kemajuan dunia teknologi dan komunikasi membuat semua orang dapat mengakses informasi dari seluruh dunia dengan sangat cepat dan mudah. Media pun dituntut untuk selalu memberikan konten di dunia digital. Sehingga media menjadi berubah dari media konvensional menjadi media digital.

Masa sekarang ini banyaknya bermunculan media-media baru yang bersifat media online seperti *dektik.com*, *tribunnews*, *kompas.com*, dan masih banyak lagi. Dari berbagai macam media-media online yang bermunculan terdapat hal cukup menarik yaitu pada media online yang memutuskan hanya berfokus kedalam satu atau dua ranah saja. Salah satu contoh terhadap media online fokus terhadap isu kesehatan, gaya hidup, entertainment, ekonomi, olahraga dan lain-lainnya ataupun juga yang mencakup keseluruhan bidang.

Dari berbagai bidang dan ranah dalam jurnalistik, terdapat satu bidang yang cukup menarik yang membahas mengenai informasi mengenai dunia hiburan yaitu *entertainment journalism*. *Entertainment Journalism* hadir akibat dari kejenuhan masyarakat pada pertengahan abad ke-20 dalam membaca pemberitaan konflik politik (Molasiarani, Marwan, & Rahman, 2015). Sejak pertengahan 90-an tanpa disadari jurnalisme selalu memiliki kaitan yang erat dengan hiburan karena jurnalisme selalu memasukkan unsur hiburan

kedalamnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan audiens. Hal tersebut dibuktikan dalam fungsi jurnalistik yang diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 1999 tentang pers pada pasal 3 ayat 1 yang berbunyi “Pers Nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.” Fungsi hiburan yang dimaksud adalah jurnalistik tidak hanya menyajikan sebuah berita tetapi juga dapat menjadi hiburan yang informatif. Hal ini membuat popularitas dari pada jurnalis hiburan sangat tinggi dengan mendapatkan banyak sekali audiens.

*Entertainment Journalism* menurut Thompson (2016, para.2) dibagi kedalam dua kategori yaitu pemberitaan selebritis yang mencakup kehidupan pribadi sang selebritis dan kedua kritik terhadap musik, film, buku, dan hiburan lainnya hal ini sangat bermanfaat bagi audiens terhadap kelayakan sebuah karya.

Di Indonesia, media online yang berfokus kepada *entertainment* dan *lifestyle* cukup diantaranya adalah *celebrities.id*, *fimela*, *intipselep.com*, *dream*, *popbela.com*, *viva*, dan lain-lain. Dari sekian banyak media online yang berfokus terhadap *entertainment* dan *lifestyle*, ada salah satu media online yang merupakan bagian dari MNC Portal Indonesia (MPI) yaitu *celebrities.id*. MNC sendiri merupakan perusahaan media yang sudah sangat terkenal dikalangan masyarakat Indonesia, yang sudah berdiri selama 25 tahun. Pada tanggal 27 Maret 2021 MNC Group meluncurkan media online terbaru yang berfokus terhadap *entertainment* dan *lifestyle* dalam peluncurannya Hary Tanoesodibjo yang dikutip dari [wartaekonomi.co.id](http://wartaekonomi.co.id) mengatakan bahwa “MNC Group memiliki source materi konten yang banyak digemari publik, termasuk dari televisi terestrialnya yaitu, RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews. Hal ini akan memperkuat konten *celebrities.id* menjadi yang terdepan, berkualitas, dan eksklusif sebagai trendsetter industri”. Hal ini membuat sebuah keuntungan yang membedakan *celebrities.id* dengan para pesain media online entertainment yang lain. Sehingga sebagai sebuah media baru *celebrities.id* tidak kesulitan dalam mendapatkan konten yang akan dimuat dalam media tersebut. *celebrities.id* sendiri membagikan berbagai macam informasi berupa artikel,

video, foto, hingga infografik mengenai celebrities, gaya hidup, dan hal terkini dalam platform digital yaitu sosial media dan website.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dalam memenuhi prasyarat kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam Fakultas Ilmu Komunikasi prodi Jurnalistik penulis wajib melakukan praktik kerja magang. Maka dari itu untuk memenuhi mata kuliah *internship*, penulis melakukan praktik kerja magang di media *celebrities.id* sebagai *content writer*. Berikut merupakan beberapa tujuan yang dilakukan penulis sebagai berikut.

1. Penulis dapat mengaplikasikan ilmu dan teori yang sudah dipelajari saat kuliah seperti english journalism, soft news, future writing, interview and reportage, dan entertainment journalism ke dalam ranah profesional.
2. Penulis mendapatkan pengalaman kerja secara nyata di dalam dunia jurnalistik hal ini sangat berguna bagi penulis dalam melihat realita antara yang dipelajari di dunia perkuliahan dengan kenyataan serta melihat dan mengasah sejauh mana kemampuan penulis dalam praktik nyatanya.

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

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

Penulis secara resmi melaksanakan kerja magang pada 19 September 2022. Dalam ketentuan kerja magang yang diatur oleh kampus penulis hanya memerlukan waktu 60 hari kerja akan tetapi kontrak penulis dengan perusahaan hingga 90 hari kerja. Hal ini membuat penulis secara resmi sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh kampus selesai pada 4 Desember 2022. Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan secara *hybrid* dimana penulis dapat bekerja secara *offline* dan *online*.

Dalam pembagian kerja penulis menentukan sendiri waktu yang

diinginkan untuk bekerja secara *offline* dan *online*, dengan ketentuan enam hari kerja dalam seminggu. Waktu kerja magang sendiri terdapat beberapa perbedaan sesuai dengan keadaan misalnya apabila bekerja secara *offline* akan dimulai pada pukul 10.00 hingga pukul 16.00 akan tetapi berbeda halnya dengan penulis mendapatkan jadwal liputan yang dimulai dan selesai mengikuti jadwal liputan. Berbanding terbalik jika bekerja secara *online* maka akan dimulai pada pukul 8.30 hingga waktu bekerja disesuaikan dengan pekerjaan pada hari tersebut, umumnya pekerjaan akan selesai pada pukul 15.00.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis menghubungi Mohammad Saifulloh (redaktur pelaksana) melalui whatsapp mengenai keinginan penulis untuk magang di MPI serta menanyakan ketersediaan lowongan magang. Kemudian, penulis diberikan kontak Rianti Dea R. P. (Staff SEO) untuk dihubungi penulis. Penulis langsung menghubunginya dan mendapatkan jawaban untuk menyerahkan *Curriculum Vitae* (CV) serta surat pengajuan magang dari kampus. Maka dari itu penulis langsung membuat form KM-01 kepada pihak kampus untuk diserahkan kepada perusahaan. Setelah KM-01 terbit penulis langsung memberikan kepada Rianti Dea. Tidak lama penulis dihubungi untuk datang ke kantor. Pertemuan tersebut pada 19 September penulis diberikan arahan kerja magang oleh user yaitu Rianti Dea dan pada hari itu penulis langsung bekerja hari pertama.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA