Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Di era teknologi sekarang ini media *online* semakin menjadi primadona bagi sebagian besar masyarakat urban. Meskipun demikian bukan berarti media cetak kehilangan pamornya. Media cetak seperti majalah terbukti masih memiliki pembaca setianya.

Majalah sendiri memiliki definisi sebagai media komunikasi yang menyajikan informasi (fakta dan peristiwa) secara lebih mendalam dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama. Majalah terdiri atas: majalah umum (untuk semua golongan masyarakat) dan majalah khusus (untuk bidang profesi/golongan/kalangan tertentu) (Yunus 2012:29).

Ada beberapa karakteristik majalah yang membedakannya dengan media cetak lainnya (Ardianto, Karlinah, Komala 2007:121), yaitu:

1) Penyajian lebih dalam

   Berita-berita dalam majalah disajikan lebih lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa. Unsur *why* dikemukakan secara lengkap. Peristiwanya atau proses terjadinya peristiwa (unsur *how*) dikemukakan secara kronologis. Hal ini dikarenakan frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan atau lebih.

2) Nilai aktualitas lebih lama

   Tidak seperti koran yang hanya berumur satu hari, nilai aktualitas majalah bisa satu minggu bahkan lebih. Dengan kata lain majalah dapat dibaca tanpa mengenal batas waktu.

3) Gambar atau foto lebih banyak

   Jumlah halaman yang lebih banyak dibandingkan koran atau tabloid membuat majalah tidak hanya menyajikan berita lebih dalam tetapi juga dapat memuat banyak foto. Gambar yang banyak dan biasanya berwarna

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

serta terbuat dari kerta yang berkualitas baik membuat majalah lebih memiliki nilai jual yang tinggi dibandingkan koran atau tabloid.

4) *Cover* sebagai daya tarik

Cover majalah dapat diibaratkan sebagai identitas dari majalah tersebut. Desain *Cover* sebuah majalah biasanya akan konsisten di setiap edisi, seperti ukuran dan jenis tulisan nama dari majalah tersebut. Hal ini dikarenakan peran *cover* yang amat penting yaitu untuk membedakan suatu majalah dengan kompetitornya.

Target pasar majalah yang lebih spesifik dibandingkan dengan koran membuat fungsi utama suatu majalah akan berbeda dari majalah lain sesuai dengan sasaran khalayaknya. Contohnya saja majalah *Gatra* mungkin lebih berfungsi sebagai media informasi tentang peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan. Berbeda dengan majalah *Femina* yang menyasar wanita dewasa, isi majalah *Femina* relatif menyangkut berbagai informasi dan tips seputar wanita dan lebih bersifat menghibur (Ardianto, Karlinah, Komala 2007:120).

Di Indonesia sendiri majalah muncul sebagai media massa saat menjelang dan pada awal kemerdekaan Indonesia, contohnya saja majalah bulanan *Pantja Raja* yang terbit pada tahun 1945 dengan pimpinan Markoem Djojohadisoeparto. Dalam majalah ini terdapat prakata dari Ki Hadjar Dewantoro selaku Menteri Pendidikan pertama RI (Ardianto, Karlinah, Komala 2007:117).

Sejarah media cetak, termasuk majalah di Indonesia pun sangat panjang. Pada awal tahun 1960 banyak koran yang memiliki hubungan dengan partai politik, hal ini baru diresmikan oleh keputusan Menteri Penerangan pada Maret 1965 yang berbunyi bahwa semua koran harus bergabung dengan partai politik, sebuah grup fungsional atau organisasi masyarakat. Namun pada masa orde baru, pers tidak lagi untuk mewakili kepentingan partai melainkan untuk membantu

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

mempercepat pembangunan dan menjauhkan diri dari perdebatan politik (Sen, Hill 2007:52).

Hukum dasar pers nomor 11 tahun 1966 pasal 13 menyebut bahwa modal perusahaan penerbitan pers seluruhnya modal nasional dan seluruh pemilik dan pengurusnya harus merupakan warga negara Indonesia. Selain itu perusahaan pers juga dilarang memberi atau menerima pelayanan, bantuan atau kontribusi untuk atau dari pihak asing, kecuali dengan persetujuan pemerintah setelah mendengar pertimbangan dari Dewan Pers. Hukum dasar ini dibuat agar pihak asing tidak bisa berinvestasi di industri media sehingga konten asing tidak dapat masuk. Namun, pada 2 Juni 1994, peraturan pemerintah no. 20 membuka peluang investasi asing di berbagai sektor ekonomi termasuk media. Di tahun 1977, *Hearst Magazines International*, bagian dari perusahaan *Hearst* dan penerbit majalah wanita internasional *Cosmopolitan* mulai membuat edisi bahasa Indonesia dengan nama *Kosmopolitan* (Sen, Hill 2007:61).

Perkembangan majalah pun kian pesat pada zaman reformasi karena tidak diperlukannya lagi Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP) seperti pada masa orde baru (Ardianto, Karlinah, Komala 2007:119). Berbagai jenis majalah kian bermunculan sesuai dengan tuntutan pasar. Tak hanya majalah lokal, beragam jenis majalah *franchise* dari luar negeri pun semakin banyak di pasaran. Salah satu majalah yang masih diminati sampai sekarang ini adalah majalah *CHIC*. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penjualannya sekitar 50.000 oplah setiap kali terbit (Hasil wawancara dengan Ika Nurul Syifaa (Redaktur pelaksana majalah *CHIC*) pada 25 November 2013). Isi majalah *CHIC* yang 'kuat' dalam hal karier menjadi keunggulan tersendiri dibandingkan dengan majalah wanita lainnya. Sesuai dengan *taglinenya* saat ini yaitu *A Smart Magazine for Career Girls*, *CHIC* fokus membahas semua persoalan wanita karier berusia 22 hingga 30 tahun, mulai dari *first jobber* hingga profesional.

Sebagai sebuah majalah *lifestyle*, konten majalah *CHIC* lebih bertujuan untuk menghibur pembacanya. Karena tujuan menghibur inilah, konten majalah *CHIC* sebagian besar merupakan *soft news*. *Soft news* biasanya kurang penting

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

karena isinya menghibur, walau kadang juga memberi informasi penting (Rolnicki,Tate, Taylor 2008:3). *Soft news* juga bukan berita terbaru dan lebih mengusung sisi kemenarikan dari sebuah berita sehingga *soft news* sebenarnya bisa diberitakan kapan saja (*timeless*).

Selain sebagian besar merupakan *soft news*, konten majalah *CHIC* juga menggunakan gaya penulisan *feature* dengan bahasa yang ringan sehingga pembaca dapat lebih mudah menangkap isi berita yang ditulis.

Feature sendiri merupakan penulisan cerita yang kreatif, subyektif, yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca (Ishwara 2007:59). Meskipun bertujuan menghibur pembaca, sebuah tulisan *feature* haruslah berdasarkan fakta. Tak hanya menginformasikan, tulisan *feature* juga bertujuan agar pembaca seolah-olah terbawa ke dalam berita yang ditulis. Oleh sebab itu, seseorang harus memiliki kemampuan bercerita saat menulis sebuah *feature.*

Pada hakikatnya, penulis *feature* adalah orang berkisah. Ia bercerita kepada *audience.* Ia melukis suatu objek dengan kata-kata. Ia menarik pembaca masuk ke dalam suasana, menghidupkan imajinasi pembaca, sehingga pembaca merasa berhadapan langsung dengan objek (Putra 2006:83).

Jenis tulisan *feature* yang ada di majalah *CHIC* di antaranya adalah *feature* perjalanan dalam rubrik *Travel*, *news feature* dalam rubrik *Frame*, profil dalam rubrik *New Comer*, *feature* memperkenalkan sesuatu dalam rubrik *Gadget*, dan *feature* mengajarkan sesuatu dalam rubrik *Do It Yourself*.

Artikel dalam majalah *CHIC* sangat beragam dan sesuai dengan target pasar yang ingin dicapai yakni wanita karier yang berusia 22 hingga 30 tahun. Definisi artikel sendiri adalah tulisan prosa pendek, umumnya berkisar 700-1.200 kata (Putra 2010:20).

Karena menyasar wanita karier, artikel-artikel dalam majalah *CHIC* pun tak lepas mengenai hal-hal tentang pekerjaan dan keuangan, seperti artikel yang berisi tips menghadapi masalah di kantor dalam rubrik *Work* dan *Working Hours* atau tentang mengelola keuangan dalam rubrik *CHIC N Finance*. Tak hanya dari

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

artikelnya yang sesuai dengan target pasar, model serta pakaian yang ada dalam rubrik *fashion* pun disesuaikan untuk wanita karier, contohnya saja dalam *CHIC* edisi 146 yang mengulas tentang padu padan celana *jeans* untuk dipakai ke kantor.

Meskipun saat ini semakin banyak majalah *lifestyle* yang menyasar wanita dewasa-muda bermunculan seperti *Cleo, Marie Claire, Cita Cinta*, dan sebagainya, majalah *CHIC* masih dapat bertahan dan memiliki pembaca setia yang disebut *CHIC-ers*. Hal ini lah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di majalah *CHIC*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang dengan tujuan ingin mengasah kemampuan dalam bidang jurnalistik. Melalui kerja magang, penulis dapat merasakan bagaimana dunia kerja, dalam hal ini yakni bidang jurnalistik yang sesungguhnya. Kerja Magang juga merupakan sarana bagi penulis untuk menerapkan teori dan pengetahuan yang didapat saat mengikuti perkuliahan di universitas. Selain itu, selama mengikuti kerja magang, penulis juga dapat merasakan berbagai tantangan dan pengalaman sebagai seorang jurnalis yang tentu tidak dapat dirasakan selama belajar di universitas.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai kerja magang pada tanggal 1 Juli hingga 13 September 2013 di divisi *feature & entertainment* majalah *CHIC*. Jam kerja penulis tidak menentu sesuai dengan tugas yang diberikan. Hari kerja redaksi majalah *CHIC* adalah hari Senin hingga Jumat, namun penulis juga melakukan liputan pada hari Sabtu dan Minggu jika mendapat tugas dari pembimbing lapangan.

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalankan kerja magang di majalah *CHIC*, penulis melakukan tahapan-tahapan prosedur pelaksanaan kerja magang sebagai berikut:

1) Mencari perusahaan media yang sesuai dengan minat penulis.
2) Penulis mengajukan surat lamaran kerja magang, CV, surat permohonan kerja magang, dan portofolio kepada perusahaan yang dituju.
3) Penulis melakukan sesi wawancara oleh HRD dari Kompas Gramedia Majalah, Bapak Johny H. Kakiay.
4) Penulis diterima magang di majalah *CHIC*. Penulis pun mendapatkan surat pengantar untuk ditujukan kepada redaksi majalah *CHIC* dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5) Penulis menyerahkan surat pengantar magang ke BAAK UMN untuk ditukarkan dengan Form Kartu Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, Form Realisasi Kerja Magang, dan Form Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang.
6) Penulis menyerahkan surat pengantar yang diberikan oleh HRD Kompas Gramedia Majalah kepada pemimpin redaksi majalah *CHIC*, Emma R. Aliudin.
7) Penulis mulai melakukan kerja magang dibawah bimbingan Ika Nurul Syifaa selaku *Managing Editor* majalah *CHIC*.
8) Penulis mengerjakan berbagai tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan seperti liputan event, menulis artikel, dan mewawancarai narasumber yang telah ditunjuk. Selama kerja magang berlangsung, penulis mengisi Form Kehadiran Kerja Magang.
9) Setelah masa kerja magang berakhir, penulis menyerahkan Form Penilaian Kerja Magang kepada pembimbing lapangan. Selain itu

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013

penulis juga menyerahkan form-form yang perlu ditanda tangani oleh pembimbing magang.

10) Penulis mulai menyusun laporan kerja magang.
11) Penulis melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing, Ignatius Haryanto selama mengerjakan laporan kerja magang.
12) Setelah menyelesaikan laporan kerja magang, penulis kemudian menyerahkan laporan tersebut kepada Bapak Johny H. Kakiay sebagai HRD Kompas Gramedia Majalah untuk ditandatangani.
13) HRD memberikan surat persetujuan laporan kerja magang untuk diserahkan kepada universitas
14) Penulis menjalankan sidang kerja magang untuk mempertanggung jawabkan laporan yang telah dibuat.

Proses kerja reporter..., Anita, FIKOM UMN, 2013