



### **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

## PEDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media dan masyarakat adalah dua hal yang saling membutuhkan dan saling bergantung. Informasi yang dibutuhkan untuk dijadikan sebuah berita bergantung dari apa yang terjadi di masyarakat. Sebaliknya, masyarakat membutuhkan media untuk mendapatkan berbagai informasi. Sesuai dengan pengertian media massa sebagai “alat yang dapat menghubungkan antara narasumber dengan penerima yang sifatnya terbuka. Melalui media massa setiap orang dapat melihat, membaca, dan memikirkan serta bersikap” (Wardhani dan Putra, 2012, h.337).

Media massa pada dasarnya dibagi menjadi dua jenis kategori yakni media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa penulis yakni memiliki kekuatan yang dasyat dalam mempengaruhi pengetahuan, sikap dan perilaku dalam masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat dalalam mempengaruhi kehidupan di masa kini dan dimasa yang akan datang.

Media cetak adalah media yang menggunakan percetakan untuk penyampaian pesan yang dapat dilihat atau dibaca oleh banyak orang, seperti: majalah, surat kabar, buku, jurnal dan lain sebagainya. (Wardhani dan Putra, 2012, h.337). Kekuatan media cetak majalah yang mampu menjangkau segmen pasar tertentu dan memiliki usia edar yang lama membuat penulis tertarik pada media cetak majalah.

Sejak kemunculan majalah di Indonesia yang terbit pada bulan Mei 1950 yang berupa majalah Angkasa dan diterbitkan oleh Dinas Penerangan Angkatan Udara (Wardhani dan Putra, 2012, h.338), perkembangan majalah di Indonesia tergolong cepat dan bervariasi hingga saat ini. Berbagai macam majalah yang dapat dijumpai saat ini di antaranya: majalah bisnis, majalah *property*, majalah pria dan majalah wanita atau majalah *fashion*. Setiap majalah mempunyai karakter yang berbeda-beda. Disamping itu, majalah harus menyajikan isi yang lebih

mendalam dan *up to date* dalam menyampaikan informasinya, agar menarik perhatian pembaca.

Dalam sejarah perkembangan jurnalisme, media mengalami beberapa tahap perubahan, transformasi, dan bahkan metamorphosis. Bermula dari surat kabar, buku, film, radio, televisi dan internet. Media masa yang terakhir, yaitu internet yang mempopulerkan istilahnya menjadi media baru (*new media*) (Iskandar & Lestari, 2016, h.28). Media baru yang di dukung oleh *World Web Wide* (WWW), membuat revolusi besar-besaran di bidang jurnalisme dengan munculnya *online (cyber) journalism* (Nurudin, 2009, h.16), bertambah satu media utama penyampai pesan jurnalistik yang disebut media *online*.

Media *online* yang merupakan media baru yang kini mulai mengungguli keberadaan media-media sebelumnya. Di Indonesia, hal tersebut terbukti dari tingginya jumlah pengguna internet tanah air yang menduduki peringkat keenam di dunia dengan jumlah 83.7 juta orang (Yusuf, 2014, para. 1-2).



**Gambar 1.1 Daftar 25 Negara dengan Pengguna Internet Terbesar Dunia**

**Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018**  
*millions*

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

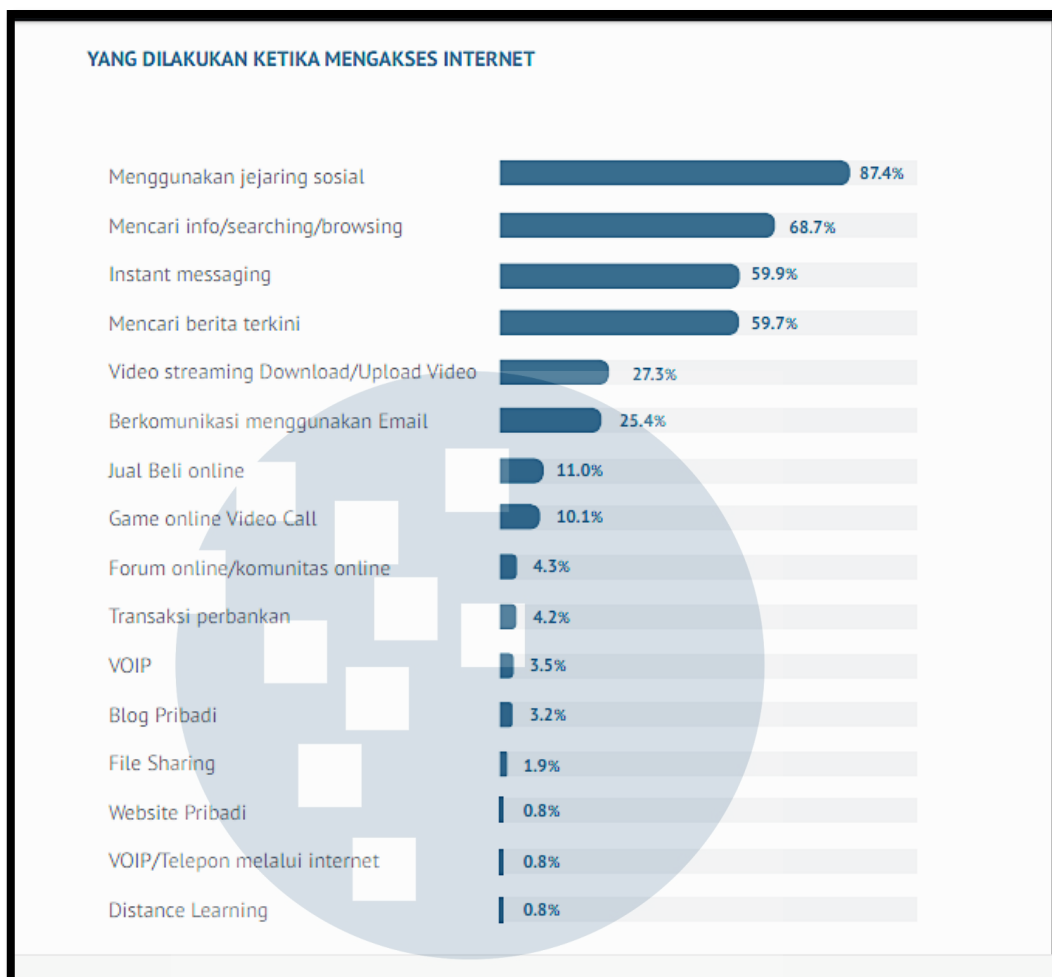
*Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed*  
 Source: eMarketer, Nov 2014

181948 www.eMarketer.com

Sumber: <http://www.emarketer.com/Article/Internet-Hit-3-Billion-Users-2015/1011602>

Tingginya penggunaan internet pada masyarakat Indonesia dipraktikan melalui empat kegiatan utama, yaitu menggunakan jejaring sosial (87.4%), mencari informasi/*searching/browsing* (68.7%), *instant messaging* (59.9%), dan juga mencari berita terkini (59.7%) (Asosiasi Pengguna Internet Indonesia, 2014, h. 31).

**Gambar 1.2 Kegiatan yang Dilakukan ketika Mengakses Internet**



Sumber : APJII

Selain itu, bukti naik daunnya media baru ini bisa dilihat dari beragamnya media *online* di Indonesia, baik yang berdiri secara otonom maupun hasil dari kovergensi media-media terdahulu, Contohnya, [kompas.com](http://kompas.com), [tempo.co](http://tempo.co), [republika.co.id](http://republika.co.id) yang bermula dari media cetak atau [okezone.com](http://okezone.com) dan [vivanews.com](http://vivanews.com) yang lahir dari perusahaan stasiun televisi swasta. Tidak semata-mata hanya media *online* yang menyebarkan *hard news*/ berita-berita terkini layaknya di surat kabar. Bahkan, majalah-majalah *lifestyle* saat ini sudah banyak yang merambah juga ke media *online*, seperti [gadis.co.id](http://gadis.co.id), [hai-online.com](http://hai-online.com), [femina.co.id](http://femina.co.id), [cleo.co.id](http://cleo.co.id) dan masih banyak lagi.

Dalam kesempatan kerja magang ini, mahasiswa diperbolehkan memilih dan mencari sendiri tempat magang oleh pihak universitas. Asalkan tempat magang sesuai dengan bidang studi mahasiswa. Berdasarkan kemampuan penulis yang cenderung pada membuat tulisan-tulisan, serta ketertarikan penulis

pada topik-topik yang ada di dalam majalah Gadis serta website Gadis, pilihan pertama penulis untuk tempat magang langsung kepada Majalah Gadis.

Majalah Gadis sebagai satu-satunya majalah remaja di bawah naungan Femina Group yang sudah menarik perhatian penulis sejak masih duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP). Desain sampul dan isi majalah yang didominasi warna cerah dapat memanjakan mata penulis ketika membacanya serta tulisan yang dimuat oleh majalah Gadis seputar *fashion, beauty, relationship, entertainment*, hingga pengetahuan umum sangat membantu penulis memperbarui informasi seputar *lifestyle*. Kini, tidak hanya memproduksi majalah dalam bentuk cetak, Gadis juga sudah merambah ke media *online* dengan website [www.gadis.co.id](http://www.gadis.co.id).

Sebuah keberuntungan dan kebanggaan tersendiri bagi penulis karena bisa berkesempatan melaksanakan kerja magang di majalah Gadis. Hal ini menjadi peluang yang baik untuk belajar sistem kerja jurnalis *lifestyle* (khususnya *online*) dan mengimplementasikan ilmu yang sudah didapatkan selama perkuliahan.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun pelaksanaan kerja magang ini dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Menerapkan ilmu dari mata kuliah *Feature Writing* yang sudah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja.
3. Mendapatkan pengalaman kerja nyata sebagai jurnalis sesuai dengan bidang studi.
4. Menambah kecakapan dalam bekerja sebagai jurnalis *lifestyle online*, baik secara kerja sama tim antara reporter lain dan editor, kematangan kepribadian, dan kreativitas.
5. Menambah relasi dan koneksi dengan orang-orang dalam perusahaan tempat magang maupun di luar perusahaan.

## 1.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mendapatkan kesempatan melakukan praktik kerja magang di Majalah GADIS pada Oktober 2016. Terdapat ketentuan untuk melakukan praktik kerja magang pada Majalah GADIS, adapun ketentuan yang diberikan oleh Majalah GADIS terkait periode praktik kerja magang yaitu selama 3 bulan, dimulai pada 03 Oktober 2016 sampai dengan 03 Januari 2017.

Jadwal praktik kerja magang di Majalah GADIS disesuaikan oleh kebutuhan penulis. Jam kerja praktik kerja magang yang penulis tempuh yaitu pukul 9.00 WIB sampai pukul 16.30 WIB pada hari Senin, Selasa, Kamis dan Jumat.

### **1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pertama yang harus dilaksanakan penulis sebelum melaksanakan kerja magang adalah mengikuti sosialisasi magang. Sosialisasi magang seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2013 berlangsung pada 10 Mei 2016 di Student Lounge Universitas Multimedia Nusantara.

Mahasiswa baru diperbolehkan melaksanakan kerja magang apabila memenuhi semua persyaratan akademik dan mengikuti prosedur yang sudah ditetapkan pihak universitas. Persyaratan dan prosedur tersebut, antara lain.

1. Terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara
2. Telah lulus sekurang-kurangnya 110 SKS dengan nilai D maksimal dua mata kuliah.
3. Telah lulus sekurang-kurangnya 75% mata kuliah konsentrasi.
4. Nilai IPK pada semester yang telah ditempuh tidak kurang dari 2,00.
5. Tidak ada nilai E untuk semua mata kuliah.

Setelah memenuhi seluruh persyaratan dan prosedur akademik, mahasiswa yang ingin melaksanakan kerja magang diminta untuk melengkapi formulir kerja magang sampai dengan Form KM-02. Setelah menukarkan Form KM-02 dengan surat diterima magang dari perusahaan, mahasiswa akan diberikan Form KM-03 hingga Form KM-07 yang bisa diisi selama kerja magang berlangsung.

Penulis resmi diterima magang sebagai reporter/*writer* Majalah dan media online Gadis pada bulan Oktober 2016 sehari setelah mengirimkan CV

dan diwawancara via telepon. Penulis mulai kerja magang sejak 03 Oktober 2016 - 03 Januari 2017. Hari Senin, Selasa, Kamis dan Jumat penulis harus ke kantor Gadis di Jl. HR Rasuna Said, Kav. B 32-33, Lantai 4, Jakarta. jam kerja magang penulis sama dengan karyawan lainnya yaitu mulai dari jam 09.00 – 16.30 WIB.

Setelah melaksanakan kerja magang, masih ada prosedur yang harus penulis lakukan, yakni konsultasi laporan magang. Konsultasi laporan magang dengan dosen pembimbing magang yang sudah ditentukan pihak universitas, bimbingan magang dilakukan minimal empat kali. Penulis dibimbing oleh Bapak F.X. Lilik Mardjianto, M.A. yang bisa ditemui setiap hari Kamis di lantai 6 gedung A, Universitas Multimedia Nusantara.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**