



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

Dedi Mulyana (2008, h. 118) menyatakan pada awal radio memasyarakat di Barat tahun 1930-an, ada kekhawatiran, khususnya media cetak bahwa radio akan menyurutkan minat membaca surat kabar yang sudah mentradisi sejak abad ke-17.

Saat ini, bahkan dengan semakin maraknya kemunculan media-media elektronik, eksistensi dari surat kabar masih mampu bertahan. Dedi Mulyana (2008, h. 119) berpendapat bahwa surat kabar tidak akan mati. Menurutnya, secara jangka pendek iklan yang akan didapat oleh media cetak akan menurun, tetapi hanya akan bersifat temporer saja.

Diketahui, media mampu bertahan dari terpaan *new media* karena mampu melihat pangsa pasar. Media secara kreatif mengubah isi informasi yang mereka berikan sesuai dengan pasar mereka seperti yang telah dilakukan oleh majalah. Contoh sekitar tahun 1914 ada majalah berjudul *De Cranie* yang berisi mengenai suara para juru tulis kebun.

Berbeda dengan saat ini, pada masa itu media dengan segmen tertentu muncul karena idealisme, tetapi saat ini juga ditambah kepentingan bisnis dalam pembentukannya (Juanedhie, 1995: 195).

Menilik sejarah penerbitan pers di Indonesia, gejala segmentasi majalah mulai tampak pada akhir tahun 1970-an. Terbitnya sejumlah media cetak yang membahas isu-isu secara spesifik, yang kemudian dianggap sebagai segmentasi. Segmentasi itu tampak dari spesialisasi tema majalah seperti majalah khusus ekonomi, anak-anak, wanita, keluarga, otomotif, dan lainnya. Beberapa grup besar seperti Kompas, Suara Pembaruan, Jawa Pos, Femina, MRA, dan Media Indonesia juga menerapkan hal demikian.

Menurut Ferrell dan Hartline (2011, h.167), segmentasi pasar adalah proses membagi keseluruhan target pasar untuk produk tertentu atau produk tertentu ke dalam segmen pasar yang bersifat homogen atau kelompok kecil.

Setelah segmentasi pasar kemudian target market. Penentuan target market ini dilakukan guna mengevaluasi segmen dan menentukan target yang tepat untuk produk yang telah diproduksi. Kegunaan dari evaluasi segmen, suatu perusahaan mampu menemukan target mereka sehingga perusahaan dapat melayani dengan lebih baik. Ferrel dan Hartline (2011, h. 181) menyatakan ada 5 poin untuk menentukan target pasar :

- *Single Segmen Targetting*
- *Selective Targetting*
- *Mass Market Targetting*
- *Product Specialization*
- *Market Specialization*

Menurut Tom Duncan (2008, p.75) definisi brand position adalah “*Brand Position is the standing of a brand in comparison with its competitors in the minds of customers, prospects, and other stakeholder.*” Berdasarkan pengertian itu, perusahaan dimaksudkan untuk dapat membuat produknya berbeda dari para pesaing, sehingga mampu memenangkan hati pasar.

Teori mengenai *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP) atau yang dikenal dengan teori STP di atas sedikit menggambarkan mengapa saat ini banyak muncul media yang memilih pemberitaan dengan spesialisasi tema.

Salah satu media konvensional di Indonesia yang menggunakan spesialisasi tema adalah KONTAN. Kontan merupakan industri media yang berdiri sejak 1996. Media KONTAN merupakan media yang memilih spesialisasi tema dengan tema ekonomi dan bisnis. Menganut teori STP, berdasarkan tema yang dipilih mengenai ekonomi dan bisnis. Oleh sebab itu, jelas target pasar mereka adalah pengusaha atau pebisnis yang terlibat dalam kegiatan ekonomi.

Media surat kabar KONTAN bukanlah yang pertama di Indonesia. Sebelumnya sudah ada Bisnis Indonesia yang juga membahas mengenai ekonomi dan bisnis terlebih dahulu yaitu 14 Desember 1985. Kemudian, barulah Kompas melihat bahwa banyaknya ketertarikan masyarakat pada ekonomi, Kompas di bawah komando Jakob Oetama mendirikan KONTAN.

Selama 20 tahun KONTAN telah berdiri dan tetap mencoba mempertahankan eksistensinya dengan keberadaan *new media*. Menurut Putra (2006, h.82) media cetak mampu bersaing dengan media daring dikarenakan artikel *feature*. KONTAN mengusung *tagline* **Bersahabat dan Akurat**. Berlandaskan *tagline* itu, KONTAN mencoba mengulas pembahasan ekonomi dengan gaya *feature* sehingga memudahkan pembacanya, tetapi tetap memperhatikan keakuratan isi berita.

Pada semester 7, penulis mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja lapangan (magang). Pada kesempatan itu, penulis memilih KONTAN sebagai tempat mencari pengalaman. Penulis memilih KONTAN karena merasa tertantang untuk mendalami bidang ekonomi. Tidak terduga, ternyata gaya penulisan *feature ala* KONTAN membuat penulis merasa nyaman saat magang di sana dan mendalami bidang ekonomi sebagai reporter KONTAN Media Bisnis dan Investasi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis mendapat waktu magang selama 40 hari. Selama 42 hari penulis mengalami kerja lapangan sebagai modal awal dalam proses kerja sebagai seorang jurnalis di media massa.

Melalui proses kerja magang ini, penulis juga dapat menyalurkan setiap ilmu yang sudah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis diajarkan secara langsung mengenai teknik penulisan, teknik liputan, teknik wawancara, dan teknik pemilihan *angle* berita.

Penulis juga mendapatkan pengalaman untuk terjun langsung ke lapangan sebagai seorang wartawan dan memperluas relasi dari berbagai kalangan narasumber.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara memberikan waktu minimal untuk melakukan kerja magang selama 40 hari. Penulis memilih untuk

menjalani kerja magang selama 2 bulan yang berlangsung mulai 19 Juli sampai 19 September. Penulis melaksanakan kerja magang di Harian KONTAN. Hari kerja berlangsung 6 hari dalam seminggu, yaitu dari Senin hingga Jumat ditambah hari Minggu. Khusus hari Minggu penulis tidak diharuskan untuk ke kantor, tetapi penulis diharapkan tetap mengirimkan berita untuk terbitan hari Selasa. Jam kerja di KONTAN tidak tentu. Jam kerja ditentukan berdasarkan kebutuhan dari setiap wartawannya. Penulis masuk kerja setiap pukul 10.00 WIB hingga pukul 19.00 WIB, akan tetapi jam kerja dapat bertambah ataupun berkurang sewaktu-waktu apabila ada liputan keluar kantor ataupun *deadline* yang harus diselesaikan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai rangkaian proses kerja magang, penulis diharuskan mengikuti seminar kerja magang yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Seminar itu berisikan tata cara dan peraturan untuk mengikuti proses praktik kerja magang. Setelah itu, penulis dibebaskan untuk memilih tempat magang yang sesuai dengan kriteria universitas, yaitu industri media profesional.

Sebelum memutuskan tempat kerja magang, penulis mencoba mencari minat terlebih dahulu. Tidak pernah ada minat ke bidang ekonomi. Namun, disitulah menariknya. Penulis akhirnya memutuskan untuk mencoba melamar ke Harian Kontan, media yang memberitakan ekonomi. Penulis mengisi KM-01 sebagai surat pengantar dari universitas yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi. Kemudian, penulis membuat CV dan surat lamaran untuk dikirimkan ke Harian KONTAN. Pada 13 Juli 2016, penulis mengirimkan CV dan lamaran ke Harian KONTAN melalui *e-mail*. Keesokan harinya, penulis mendapatkan panggilan untuk melakukan wawancara di kantor KONTAN yang beralamat di Jl. Raya Kebayoran Lama No. 119, Jakarta, pukul 10.00. Pada 15 Juli 2016, penulis melakukan wawancara selama 15 menit di ruang redaksi KONTAN. Setelah melakukan wawancara, penulis disuruh untuk menunggu informasi selanjutnya. Kemudian pada 18 Juli 2016, penulis mendapat pesan singkat

yang menginformasikan diterima dan diharapkan hadir pada 19 Juli 2016. Akhirnya, mulai pada tanggal tersebut penulis memulai menjalani praktik kerja magang.

Pada hari pertama proses kerja magang berlangsung penulis diberi arahan bagaimana alur kerja dan gaya penulisan di Harian KONTAN. Pada hari pertama sampai hari ketiga, berita yang akan ditulis oleh penulis masih diberikan dari redaktur. Setelah hari keempat sampai berakhirnya proses kerja magang, isu berita semua berasal dari penulis sendiri.

Tahap selanjutnya, penulis harus menyerahkan surat keterangan bahwa penulis sudah diterima untuk melakukan magang kepada BAAK, lalu BAAK memberikan *form* KM-03 sampai KM-07 yang digunakan sebagai absensi dan bukti selama melakukan proses praktik kerja magang. Terakhir, semua itu dipertanggungjawabkan dalam sidang laporan magang.

