



### **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

Setiap komunikasi membutuhkan medium atau sarana pengirim pesan seperti kolom di koran atau gelombang siaran. Namun komunikasi massa merujuk ke keseluruhan institusinya yang merupakan pembawa pesan yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang nyaris serentak (Rivers, 2008: 18). Kita menggunakan media massa secara teratur termasuk radio, televisi, buku, majalah, surat kabar, film, rekaman, dan jaringan komputer (Baran, 2012:7)

Salah satu bentuk media massa, majalah, muncul sebagai kegemaran para elite Inggris pada pertengahan tahun 1700-an. Ia merupakan medium massa yang perannya sebagai penghubung sistem pemasaran. Seperti halnya koran, selama bertahun-tahun majalah mampu merangkum aneka selera dan kepentingan yang luas. Sirkulasi majalah umumnya berskala nasional. Dengan berfokus pada selera atau bidang tertentu, majalah bisa meraih khalayak dari berbagai kelas sosial, tingkat pendapatan atau pendidikan di seluruh penjuru negara (Rivers, 2008:192)

Karena majalah dapat menciptakan pasar sendiri untuk suatu produk, maka hubungan antara majalah dan khalayaknya juga agak berbeda. Isi majalah lebih diarahkan untuk kepentingan khalayak tersebut, karena para penerbitnya tidak mau berisiko dengan isi yang belum tentu diterima. Karenanya, majalah sengaja menyediakan diri untuk melayani khalayak itu saja (Rivers, 2008:192)

Majalah kontemporer sendiri masih dibagi atas beberapa jenis, salah satunya yakni majalah konsumen. Majalah konsumen, ditujukan kepada orang-orang awam, dijual dengan cara berlangganan atau melalui tempat penjualan media cetak, toko buku, atau penjual eceran. Jenis dari majalah konsumen beragam, seperti majalah komputer, majalah anak-anak, majalah wanita, majalah remaja, majalah laki-laki, majalah olahraga, majalah berita, dan lainnya (Baran, 2012:187)

Majalah CHIC merupakan majalah yang termasuk di dalam salah satu jenis majalah konsumen yakni majalah wanita. Majalah *lifestyle* di bawah naungan Gramedia Majalah ini ditujukan untuk wanita muda dengan segmentasi usia 22 –

35 tahun. Sebagai majalah wanita yang mempunyai tugas khusus yaitu menciptakan dunia yang khas untuk wanita (Ibrahim dan Suranto, 1998:118), CHIC telah mewujudkannya dalam menyediakan konten yang beragam seputar gaya hidup wanita masa kini dengan fokus kepada karir, sesuai dengan taglinenya “A Smart Magazine for Career Girls”.

Sebagai media massa yang tak kalah menghibur dari radio dan televisi, majalah memiliki kekhasan tersendiri yaitu dapat masuk pengalaman pribadi pembacanya seperti membantu menghadapi kesepian, menyajikan hal-hal yang menyenangkan untuk dikhayalkan, dan mengajarnya berbagai hal baru. Majalah juga dapat memperkuat rasa percaya diri pembacanya, dan menegaskan arti penting peran dan keberadaannya, sekaligus meneguhkan kebajikan dan nilai-nilai positif yang dimilikinya (Rivers, 2008:318).

Berdasarkan dengan fungsinya tersebut, Majalah CHIC mendorong pembacanya agar menjadi wanita yang punya *style, smart, shine*, dan tau apa yang terbaik untuk dirinya. Selain itu juga agar menjadi aktif, independen dan optimis dalam membuat keputusan untuk mempergunakan waktu maupun uangnya. Informasi dan tips yang diberikan ditulis dengan gaya bahasa yang ringan dan komunikatif dalam bentuk *feature*.

Penulisan *feature* menjadi salah satu keunggulan media cetak seperti majalah di tengah persaingannya dengan media elektronik dengan kedalaman dan kelengkapan informasi. *Feature* sendiri merupakan sebuah tulisan berita yang menarik dengan penyajian lebih panjang lebar lebih panjang dari berita biasa dengan mengembangkan kreatifitas penulisnya dalam mempengaruhi emosi pembacanya (Djuraid, 2009: 91)

Melalui penulisan *feature*, wartawan bisa mengekspresikan kemampuan terbaiknya dalam menulis. Semua bahan yang diperoleh dalam liputan di lapangan bisa ditumpahkan dalam tulisan yang panjang. (Djuraid, 2009: 91). Hal ini juga disebabkan karena banyaknya ruang yang disediakan untuk penulisannya.

Ada beberapa karakteristik *feature* yang membedakannya dengan *hardnews* (Sumadiria, 2006: 153) seperti bertujuan untuk memberi tahu atau menyampaikan informasi tetapi sekaligus juga menghibur khalayak; rangkaian fakta atau informasi disajikan secara tidak resmi, informal; tidak menggunakan piramida

terbalik sehingga setiap bagian sama pentingnya satu dengan lainnya serta tidak terkiat kepada aktualitas. Semua karakteristik ini ditemukan dalam penulisan artikel di majalah, termasuk majalah CHIC.

Bukan hanya menyuguhkan artikel-artikel menarik yang ringan dan informatif seputar gaya hidup seperti *fashion*, kesehatan, karir, keuangan, *entertainment*, *leisure* dan *relationship*, CHIC juga menyertakan gambar/ilustrasi dan *layout* yang kreatif sehingga tidak bosan untuk dibaca.

Berkaitan dengan kewajiban penulis untuk melakukan kerja magang di semester akhir, penulis memilih majalah CHIC dikarenakan kontennya sesuai dengan *interest* dan usia penulis serta *passion* penulis yang lebih ingin terjun di media cetak khususnya majalah wanita. Penulis juga ingin memperbanyak pengalaman menulis serta mengasah kemampuan dalam kegiatan jurnalistik lainnya seperti melakukan liputan di lapangan dan teknik wawancara dalam lingkungan kerja yang nyata.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan dari dilakukannya kerja magang ini yaitu :

1. Salah satu mata kuliah wajib di semester delapan (8), mata kuliah *internship*, sebagai salah satu syarat kelulusan.
2. Bentuk pengaplikasian ilmu jurnalistik yang didapatkan selama perkuliahan di dunia kerja yang sebenarnya yakni dengan melakukan praktik langsung di lapangan.
3. Memberikan pengalaman bekerja di media massa, khususnya media cetak.
4. Menambah pembelajaran dalam mencari data, mengolah dan menulisnya sehingga menjadi artikel yang menarik untuk dibaca dalam format majalah.
5. Mengasah mental dan kesiapan untuk siap bekerja nantinya.
6. Memberikan kesempatan untuk memperluas jaringan komunikasi dan relasi dengan rekan-rekan kerja maupun orang-orang di lapangan.

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

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

Penulis melaksanakan kerja magang dimulai tanggal 11 Februari 2013 hingga 3 Mei 2013 di divisi *feature & entertainment* majalah CHIC. Kerja magang dilakukan dari hari Senin hingga Jum'at pukul 10.00 hingga 18.00. Tetapi penulis seringkali datang lebih awal maupun bekerja melewati *office hour* karena tugas penulisan yang diberikan editor, liputan hingga malam hari maupun liputan pada hari Sabtu dan Minggu.

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

Ada prosedur yang dilakukan penulis terlebih dahulu sebelum memulai kerja magang :

1. Penulis merupakan penerima Beasiswa Kompas Gramedia 2012, penulis telah melakukan interview terlebih dahulu dengan pihak penyelenggara Beasiswa Kompas Gramedia 2012 berkaitan dengan penempatan kerja magang, dengan mengajukan permohonan di majalah CHIC.
2. Menunggu konfirmasi dari perusahaan (Kompas Gramedia Majalah) mengenai permohonan kerja magang yang telah diajukan.
3. Dihubungi oleh Bapak Jones HRD Kompas Gramedia Majalah untuk datang ke kantor Gramedia Majalah di Jalan Panjang, Kebon Jeruk.
4. Penulis dinyatakan diterima untuk kerja magang di majalah CHIC, dan diberikan surat pengantar yang ditujukan untuk Pemimpin Redaksi serta *Managing Editor* dari majalah CHIC.
5. Penulis menyerahkan salinan surat pengantar magang ke Universitas untuk ditukarkan dengan Form Kartu Kerja Magang, Form Penilaian

Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, Form Realisasi Kerja Magang dan Form Tanda terima Penyerahan Laporan Kerja Magang.

6. Penulis mulai melakukan kerja magang di divisi *Feature & Entertainment* majalah CHIC dengan pembimbing lapangan Ika Nurul Syifaa selaku *Managing Editor* serta editor *Feature & Entertainment*.
7. Penulis mengerjakan tugas-tugas yang diberikan, melakukan liputan ke lapangan, mentaati dan menjalani peraturan yang berlaku serta bersosialiasi dan menjalin relasi dengan seluruh redaksi CHIC, fotografer maupun redaksi majalah lainnya.
8. Seusai periode kerja magang, penulis menyerahkan Form Penilaian Kerja Magang kepada pembimbing lapangan untuk diisi.
9. Penulis melakukan konsultasi dengan Bapak FX Lilik Dwimardjianto, dosen pembimbing magang, kemudian membuat laporan kerja magang hingga selesai tahap revisi.
10. Laporan kerja magang yang telah selesai dibuat, diserahkan kepada Ika Nurul Syifaa, pembimbing lapangan selama di majalah CHIC untuk ditandatangani.
11. Redaksi CHIC memberikan surat persetujuan laporan kerja magang untuk diserahkan kepada Universitas.
12. Penulis mengumpulkan laporan kerja magang ke Universitas beserta Form Kartu Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, Form Realisasi Kerja Magang dan Form Tanda terima Penyerahan Laporan Kerja Magang.
13. Laporan yang telah sesuai dengan persyaratan dan mendapat persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi beserta dosen pembimbing akan dipertanggungjawabkan pada sidang kerja magang.