



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi erat hubungannya dengan media massa yang kini semakin berkembang di tengah masyarakat. Manusia yang bersifat dinamis juga cenderung menyukai hal-hal baru yang tengah hadir di masyarakat, seperti media-media cetak yang semakin menjamur. Ketika manusia mencari sebuah referensi untuk apa yang disukainya atau dicarinya, mereka pasti akan menggunakan media sebagai acuan dasar dari referensi yang ada. Karena media adalah satu hal yang memiliki kekuatan untuk memberikan informasi kepada manusia, dalam hal ini pembaca media cetak. Media massa merupakan salah satu pilihan khalayak.

Media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula. Dan media massa juga adalah institusi yang menghubungkan seluruh unsur masyarakat satu dengan lainnya (Apriadi Tamburaka, 2012:13). Pada dasarnya, media massa terbagi menjadi dua bentuk, yakni media cetak dan media elektronik. Dua hal tersebut dibedakan karena proses penyampaian pesannya berbeda. Media cetak disampaikan melalui tulisan, sedangkan media elektronik disampaikan melalui satelit.

Dua karakteristik ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Informasi di media cetak dapat disimpan dan dibaca berulang kali. Namun, dalam memberikan informasi, media cetak terkesan lambat, karena harus melalui beberapa proses peliputan, penulisan, sampai percetakan.. Sedangkan media elektronik, informasi yang diberikan tidak bisa disimpan dan sifatnya hanya satu kali tayang. Namun, media elektronik mampu menyajikan informasi yang cepat kepada khalayaknya.

Media massa kini disebut juga sebagai budaya populer. Sebut saja, banyak perdebatan yang dimasukkan ke dalam sejumlah proposisi, seperti produksi massa telah menghasilkan budaya massa yang telah menjadi budaya populer,

budaya massa telah menggantikan budaya rakyat (*folk culture*), yang merupakan budaya masyarakat yang sebenarnya, budaya massa didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material bukan oleh seni-seni sejati (*true arts*) dan hiburan masyarakat (Graeme Burton, 2008:39).

Dapat dikatakan industri media massa adalah salah satu jenis industri yang paling sering berubah karena media massa berorientasi pada masyarakat yang merupakan makhluk dinamis. Selera masyarakat berubah, begitu juga dengan media massa yang menjadi pemuas dahaga akan informasinya. Seiring perkembangan teknologi, media massa pun juga mengikuti perkembangan tersebut. Saat ini, media *online* sudah menjadi pilihan khalayak, karena sifatnya mudah untuk diakses. Media cetak maupun elektronik pun mengkonvergensi diri mereka untuk memungkinkan adanya pengaksesan secara *online* oleh khalayak. Dengan begitu, media-media konvensional pun tetap membuktikan eksistensinya.

Saat ini, media cetak masih banyak digemari. Tidak hanya koran, majalah pun masih punya tempat di hati para penggemarnya. Karakter majalah yang lebih tersegmen, baik dari segi konten maupun konsumenlah yang membuat majalah masih ada hingga saat ini. Sama halnya dengan koran, majalah juga harus berusaha keras menyesuaikan diri dengan kondisi-kondisi baru. Tidak sedikit majalah mingguan atau bulanan yang sudah puluhan tahun dan berjangkauan luas terpaksa tutup. Majalah yang mampu bertahan umumnya adalah yang bersifat khusus, misalnya majalah khusus wisata, olahraga, hobi, atau berita-berita ilmiah (Rivers dkk, 2008).

Seperti contohnya majalah MORE Indonesia yang merupakan majalah khusus perempuan dewasa yang diasumsikan telah mapan. Meskipun baru dua tahun masuk dalam industri media cetak Indonesia, menurut data perusahaan Redaksi MORE Indonesia, majalah ini dapat menunjukkan eksistensinya dan memiliki pelanggannya yang setia. Banyak dari para pembaca yang menuliskan surat kepada redaksi bahwa mereka berterima kasih kepada MORE dan ulasan-ulasan di dalamnya karena telah menginspirasi mereka untuk hidup, berkeluarga, bekerja, dan urusan lainnya.

Majalah MORE Indonesia memiliki target audiens yaitu perempuan dewasa berusia matang dengan asumsi mereka adalah perempuan Indonesia yang sukses dan mapan dengan usia 35 tahun ke atas. Meskipun MORE adalah media waralaba yang lisensi awalnya dimiliki oleh Amerika Serikat, namun majalah MORE Indonesia dapat berkarya dengan menghasilkan artikel-artikel lokal yang menginspirasi ditambah dengan informasi-informasi tambahan dari pusat yang wajib dibubuhkan sebagai syarat dari majalah *franchise* yang legal dan diasuh oleh pusatnya di Amerika.

Karena target audiensnya adalah perempuan dewasa yang mapan berusia 35 tahun ke atas, maka cara penulisan dalam majalah ini harus mengupayakan kepintaran dalam menyusun kata-kata yang sedemikian rupa agar tidak terkesan menggurui dan malah menjadi teman dalam berbagi informasi. Itulah sebabnya dalam majalah MORE Indonesia menggunakan teknik penulisan *feature* atau teknik penulisan ringan.

Penulisan artikel pada majalah memang pada umumnya menggunakan penulisan *feature*. Penulisan pada majalah lebih mengedepankan opini dan hiburan, meskipun tetap berdasarkan fakta yang ada. Sedangkan koran lebih lugas dan informatif. Penulisannya terpaku pada fakta yang objektif.

Menurut Williamson, seperti yang dikutip oleh Ishwara (2008: 59), *feature* merupakan penulisan yang kreatif dan subjektif. Berita *feature* dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca. Penekanan pada kata-kata kreatif, subyektif, informatif, dan hiburan, adalah untuk membedakan dengan berita yang disampaikan secara langsung pada berita lugas.

Gaya penulisan *feature* memiliki ciri tulisan kreatif yang cukup panjang, deskriptif, menggunakan alur kronologis, terdapat pesan, akhir tulisan jelas, merupakan fakta bukan hasil imajinasi (Sareb, 2006:88). Cerita *feature* adalah artikel yang kreatif, kadang-kadang subjektif, yang terutama dimaksudkan untuk membuat senang dan memberi informasi kepada pembaca tentang suatu kejadian, keadaan, atau aspek kehidupan (Sareb, 2006:82).

Untuk menghasilkan artikel *feature*, ada beberapa tahap yang harus dipersiapkan oleh penulis. Persiapan yang baik, pasti akan menghasilkan tulisan yang baik dan dapat dinikmati oleh pembaca. Menyajikan tulisan yang menarik dan inspiratif bagi perempuan dewasa yang dianggap mapan tentunya memerlukan beberapa proses. Maka dari itu penulis memilih majalah MORE Indonesia sebagai tempat kerja magang, agar penulis dapat memahami alur kerja seorang reporter majalah *lifestyle, beauty, fashion* dalam menyajikan tulisan *feature* serta sebagai tempat pengaplikasian dari materi-materi yang didapatkan saat perkuliahan.

Kesempatan kerja magang ini menambah pengalaman penulis untuk bekerja sebagai reporter. Selain itu, penulis juga bisa mengetahui dunia kerja sesungguhnya, serta mengembangkan kemampuan penulis dalam penulisan *feature* dan menambah pengalaman penulis tentang dunia *fashion, beauty, dan lifestyle* yang didapat dari tempat kerja magang di redaksi MORE Indonesia.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis memiliki tujuan agar penulis memiliki kemampuan secara profesional untuk:

1. Menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dunia kerja dengan bekal ilmu yang telah dipelajari di kampus.
2. Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan penulis melalui pengaplikasian ilmu.
3. Memberikan pelatihan dan pengalaman kerja bagi penulis.
4. *Link and match* pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia industri.
5. Sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah internship yang penulis ambil pada semester tujuh.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di Redaksi Majalah MORE Indonesia (Kompas Gramedia Group of Magazine) yang berkantor di Gedung Graha Mandiri lantai 14. Jalan Imam Bonjol No. 61, Jakarta Pusat. Periode kerja magang dilakukan selama 9 minggu, yaitu dimulai pada tanggal 23 Juli 2012 sampai dengan 28 September 2012. Dalam menetapkan waktu kerja magang ini, penulis mendiskusikan dengan pihak HRD, dan akhirnya bersepakat untuk memulainya pada minggu terakhir bulan Juli 2012 dan untuk menggenapkan tanggal, maka periode kerja magang ini berakhir pada akhir bulan September 2012.

Jam kerja yang berlaku pada tempat magang penulis tidak menentu meskipun masuk dalam hitungan *office hour* secara general. Redaksi MORE Indonesia sendiri memulai jam kerja pada pukul 10.00 pagi sampai waktu yang tidak ditentukan. Namun ketika berdiskusi dengan pembimbing lapangan, beliau mengatakan bahwa untuk reporter magang diperbolehkan pulang lebih cepat sekitar pukul 17.00. Penulis melakukan kerja magang mulai hari Senin sampai Jumat. Namun, terkadang jika diperlukan, penulis juga melakukan kerja magang pada hari Sabtu atau Minggu jika ada peliputan atau wawancara narasumber di luar kantor yang ditugaskan pembimbing lapangan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini adalah prosedur yang harus dilakukan mahasiswa dalam melaksanakan kerja magang:

1. Mahasiswa mencari perusahaan yang akan dituju untuk pelaksanaan kerja magang. Tentunya perusahaan yang dituju harus sesuai dengan jurusan mahasiswa.
2. Mahasiswa mengajukan surat lamaran kerja magang, CV, transkrip nilai, dan surat pengantar kerja magang resmi dari kampus, serta

portofolio hasil karya jurnalistik apa saja yang pernah dilakukan oleh mahasiswa kepada perusahaan yang dituju.

3. Mahasiswa harus aktif dalam menghubungi HRD perusahaan yang dituju. Semakin sering *follow up* ke perusahaan yang dituju, semakin besar kesempatan penerimaan kerja magang.
4. Kemudian setelah waktu yang cukup lama, mahasiswa dihubungi oleh HRD perusahaan, Bapak Johny H. Kakiay, untuk datang ke kantor Kompas Gramedia Majalah yang terletak di Jalan Panjang, Kebon Jeruk, perihal diterimanya mahasiswa di perusahaan yang ditentukan oleh pihak HRD dan melakukan pengisian beberapa surat.
5. Mahasiswa diberikan surat pengantar untuk redaksi majalah MORE Indonesia. Surat pengantar tersebut menyatakan bahwa mahasiswa akan melakukan kerja magang di redaksi tersebut.
6. Setelah diberikan surat penerimaan kerja magang di perusahaan Kompas Gramedia Majalah untuk ke universitas, sebagai pertukarannya, mahasiswa mendapatkan Form Kartu Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, dan Form Laporan Realisasi Kerja Magang dari universitas.
7. Mahasiswa melakukan kerja magang dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh redaksi, baik itu membantu *desk Feature, Fashion, maupun Beauty*. Tentunya dibawah bimbingan editor dari masing-masing *desk*, Ibu Theresia Widiningtyas (*Feature*), Ibu Vanezza F.D (*Fashion*), Ibu Lala Amalia (*Beauty*), dan penanggung jawab serta pembimbing lapangan Ibu Oriana Titisari dan Ibu Theresia Widiningtyas.
8. Setelah kerja magang yang dilakukan mahasiswa selesai, lalu mahasiswa menyerahkan hasil penilaian kerja magang dari redaksi ke universitas.
9. Mahasiswa melakukan konsultasi dan bimbingan kepada dosen pembimbing, Indiwani Seto untuk membuat laporan kerja magang.

10. Setelah selesai membuat laporan kerja magang, hasil tersebut diberikan kepada Ibu Theresia Widiningtyas sebagai pembimbing lapangan mahasiswa di redaksi majalah MORE Indonesia.

11. Redaksi memberikan surat persetujuan laporan kerja magang yang ditandatangani oleh pembimbing lapangan untuk diserahkan kepada universitas. Laporan yang disetujui oleh pembimbing, Indiwana Seto, selanjutnya dipresentasikan pada saat ujian kerja magang.

