



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

Dewasa ini perkembangan teknologi media massa berjalan dengan sangat pesat. Dalam masyarakat *modern*, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa.

Komunikasi massa sendiri merupakan proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Saat ini komunikasi massa memiliki bentuk yang semakin beragam, diantaranya dilakukan melalui media surat kabar, majalah, radio, televisi dan juga *new media* seperti internet. Komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni, pertama, komunikasi oleh media, dan kedua komunikasi untuk massa (Rivers, 2008). Namun ini tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media tetap cenderung memilih khalayak, dan demikian pula sebaliknya khalayak pun memilih-milih media.

Media massa atau pers dapat memainkan perannya yang besar dalam proses perubahan sosial yang berlangsung dalam suatu masyarakat atau suatu bangsa. Melalui informasi-informasi sebagai hasil kerja jurnalistik yang disajikan kepada publik, pers dapat merangsang proses pengambilan keputusan di dalam masyarakat, serta membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang semula berpikir tradisional ke alam pikiran dan sikap masyarakat *modern*.

Pers melalui karya-karya jurnalistik yang disajikannya mempunyai fungsi dan peranan yang besar dalam menciptakan suatu sikap pembaharuan dalam perilaku dan tatanan sosial serta sikap budaya

masyarakat. Khususnya dalam memperbaharui pola pikir masyarakat yang tradisional ke pola pikir *modern*.

Menurut Dja'far H Assegaf (1983), jurnalistik merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan atau berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik. Adapun fungsi jurnalistik antara lain: pemberi informasi, pemberi hiburan, pemberi kontrol (alat kontrol sosial) dan pendidik masyarakat.

Industri media cetak merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia, termasuk industri majalah. Majalah muncul sebagai medium media massa terutama karena perannya sebagai penghubung sistem pemasaran. Selama bertahun-tahun, majalah mampu merangkum aneka selera dan kepentingan yang luas. Sebagian besar majalah yang ada terfokus pada khalayak homogen tertentu atau kelompok-kelompok dengan kepentingan yang sama. Dengan fokus pada selera atau bidang tertentu, majalah bisa meraih khalayak dari berbagai kelas sosial, tingkat pendapatan atau pendidikan.

Terdapat karakteristik majalah yang memiliki ciri dan keunggulan khusus. Karakteristik majalah dibandingkan dengan media lain adalah:

1. Penyajian lebih dalam
2. Nilai aktualitas lebih lama
3. Gambar atau foto lebih banyak
4. *Cover* atau sampul sebagai daya tarik

Media massa yang baik harus memperhatikan konten, diantaranya daya tarik pesan, fisik, kuantitas, jumlah halaman serta sistem propaganda. Daya tarik pesan, meliputi isi pesan yang disampaikan, tata bahasa, sistem penulisan dan aktualisasi berita. Daya tarik fisik baik secara *cover* maupun foto yang disampaikan serta tata letak dan tata warna. Daya tarik kuantitas meliputi frekuensi terbitnya media. Jumlah halaman yang disajikan setiap edisi. Daya tarik yang menggunakan sistem propaganda yakni mempengaruhi konsumen untuk membeli majalah dengan slogan atau

tagline yang ditampilkan. Secara garis besar, (Rivers, 1983) membaginya ke dalam empat jenis majalah, yaitu:

1. *Mass Magazine*: mempunyai oplah besar dan berusaha menjembatani khalayak dari berbagai latar belakang yang memiliki sifat umum.
2. *News Magazine*: merupakan majalah yang memiliki konten berita atau informasi dan sasaran yang dituju adalah pembaca yang memiliki ketertarikan dengan isu-isu kontemporer.
3. *Class Magazine*: majalah berkelas yang dituju bukan untuk mencari banyaknya pembaca akan tetapi ditujukan bagi pembaca yang berpendidikan tinggi dan tertarik dengan urusan publik serta sastra.
4. *Specialized Magazine*: menyajikan konten yang lebih spesifik. Majalah ini terbagi atas tiga jenis, yaitu:
 - a. *Business Paper*: penerbitan berkala yang dilakukan oleh lembaga independen atau komersil. Informasi ditujukan bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang bisnis, industri, atau profesi tertentu.
 - b. *Company Publication*: penerbitan berkala yang diterbitkan oleh suatu perusahaan dan didistribusikan pada karyawan, pelanggan dan pemegang saham.
 - c. *Assosiation Journals*: formatnya mirip dengan *business papers*, hanya *assosiation journals* dibuat oleh suatu organisasi. Konten majalah terbagi dalam rubrikasi.

Menurut pembagian jenis majalah di atas, *Good Housekeeping* Indonesia termasuk dalam jenis *mass magazine* yang *brandnya* dibeli langsung dari Amerika Serikat atau bisa disebut sebagai majalah *franchise/waralaba*. Di tengah-tengah bisnis *franchise* di Indonesia yang mengalami peningkatan pesat sejak akhir jaman Orde Baru, para pengusaha Indonesia pun memikirkan cara mudah untuk meraih keuntungan yang lebih besar, yaitu dengan membeli *brand* dari majalah internasional yang sudah memiliki *brand* besar. Karena itulah muncul istilah “majalah *franchise*”

Majalah *franchise* memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan majalah *non-franchise* atau majalah lokal lainnya. Baik dari segi redaksional (konten) maupun dari segi manajemen secara keseluruhannya.

Good Housekeeping Indonesia sendiri merupakan majalah *franchise* dari US yang diterbitkan oleh MRA Media Group. Sesuai dengan *tagline*-nya “Sahabat Wanita Modern”, *Good Housekeeping* banyak mengulas mengenai kehidupan wanita *modern*. Wanita *modern* memiliki banyak aktivitas dalam setiap aspek hidupnya. Banyak dari mereka harus berjuang di antara karir dan urusan rumah tangga. *Good Housekeeping* menyediakan artikel dalam setiap hal yang berkaitan dengan perempuan, mulai dari psikologi keluarga dan anak-anak, keuangan keluarga, kesehatan, hubungan keluarga hingga dekorasi rumah dan resep berkualitas tinggi. *Good Housekeeping* diterbitkan bulanan dan dapat menjadi pedoman yang memadai bagi setiap wanita *modern* untuk menangani kegiatan sehari-hari.

Dengan popularitas dan kekuatan yang dimiliki majalah *franchise* serta berbagai tantangan yang ada di dalamnya, penulis merasa bekerja di media ini dapat mengasah kemampuan jurnalistik penulis dengan baik. Apalagi, penulis dituntut untuk mempraktikkan hal-hal yang telah dipelajari selama kuliah dan memecahkan masalah dalam kerja magang ini. Sejauh ini penulis merasa bekerja magang di majalah *Good Housekeeping* merupakan suatu tantangan tersendiri yang mendatangkan manfaat dan pelajaran dalam mengasah dan menambah pengetahuan penulis.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari kerja magang adalah sebagai berikut:

- a) Kerja magang ini bertujuan agar penulis dapat memiliki kemampuan untuk merasakan bekerja secara profesional, seperti mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dunia kerja nyata,

- b) Untuk mengembangkan pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu jurnalisme seperti proses peliputan, wawancara, serta memberikan pengetahuan mengenai tulisan seperti apa yang layak untuk diterbitkan dalam media massa,
- c) Mempersiapkan diri baik secara kemampuan jurnalisme dan juga mental sebelum masuk ke dunia kerja nyata,
- d) Menambah pengalaman dalam bekerja di media professional dan menambah koneksi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di Wisma Kosgoro lantai 6, Jalan M.H. Thamrin Kav. 53, Jakarta Pusat. Penulis melaksanakan kerja magang di bagian redaksi majalah *Good Housekeeping* Indonesia pada 1 Juli 2013 dan berakhir pada 30 September 2013 atau kurang lebih selama 3 bulan sebagai reporter. Waktu kerja yang ditetapkan sesuai dengan hari kerja pada umumnya yaitu Senin hingga Jumat mulai dari pukul 09.00 hingga 18.00. Total kerja magang menurut perhitungan hari adalah sebanyak 57 hari masa aktif kerja magang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mengajukan sebanyak lima formulir pengajuan kerja magang yang ditunjukkan pada Kaprodi. Lima formulir tersebut berisi lima tujuan tempat kerja magang yang berbeda-beda sebagai bentuk antisipasi apabila penulis tidak diterima di salah satu pilihan tersebut.

Setelah mengajukan formulir pengajuan kerja magang, penulis menerima Form KM-02 berupa surat pengantar kerja magang yang ditunjukkan pada lima perusahaan tujuan penulis, dan diajukan atas nama Kaprodi Ilmu Komunikasi. Surat inilah yang

akan diberikan penulis kepada perusahaan bersangkutan saat melamar kerja magang.

Dari lima perusahaan yang penulis lamar, penulis mendapatkan respon dari majalah *Good Housekeeping* Indonesia untuk melakukan *interview*. Beberapa hari kemudian, penulis mendapat kabar bahwa penulis resmi diterima sebagai karyawan magang di *Good Housekeeping*.

Penulis mendapat surat keterangan diterima dari staff HRD, dan menyerahkannya kepada bagian administrasi kampus agar bisa menerima Form KM-04 (Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara), dan KM-07 (Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang).

Penulis mulai kerja magang pada 1 Juli 2013 dengan hari libur setiap Sabtu dan Minggu. *Editor in Chief* mengadakan evaluasi setiap satu minggu sekali, biasanya pada hari Rabu. Kerja magang penulis berakhir pada akhir September tepatnya pada 30 September 2013. *Managing Editor* menandatangani semua form serta memberi penilaian dan cap pengesahan, dan beberapa hari kemudian penulis menerima surat keterangan sebagai tanda telah menyelesaikan kerja magang. Pada pertengahan Oktober 2013 penulis memulai penulisan laporan kerja magangnya