



### **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

Komunikasi sudah menjadi suatu hal penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi adalah suatu proses linier atau proses sebab-akibat, yang mencerminkan pengirim pesan atau yang biasa disebut dengan komunikator/sumber/pengirim/encoder (yang aktif) untuk mengubah sikap atau perilaku komunikate/penerima pesan/sasaran/khalayak/decoder (komunikan) yang pasif (Mulyana, 2007:64). Proses Komunikasi pada awalnya dibagi menjadi dua kategori, yakni komunikasi antarpersonal dan komunikasi massa. Karakteristik komunikasi antarpersonal sebagai suatu proses adalah komunikator dan komunikannya saling tatap muka dan di antara mereka terjadi saling berbagi ide, informasi dan berbagi sikap. Sedangkan definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yang dikutip dari buku Psikologi Komunikasi oleh Rakhmat, yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa (Karlinah, dkk, 2007:3).

Tentu saja 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 –koran, majalah, stasiun pemancar—yang mampu menyampaikan pesan-pesan ke jutaan orang nyaris serentak (Rivers, dkk, 2008:18). Oleh sebab itu komunikasi massa dapat diartikan dalam dua cara, yakni, pertama, komunikasi oleh media, dan kedua, komunikasi untuk massa. Namun tidak berarti komunikasi massa adalah komunikasi untuk setiap orang. Media tetap cenderung memilih khalayak, dan demikian pula sebaliknya khalayak pun memilih-milih media (Rivers, dkk, 2008:18).

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia

untuk mengembangkan struktur sosialnya (Rivers,dkk, 2008:27). Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, dan media online (internet) (Karlinah, dkk, 2007:103).

Surat kabar atau koran sebagai media massa dalam masa orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Dari empat fungsi media massa (informasi, edukasi, hiburan, dan persuasif), fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya (Karlinah, dkk, 2007:111).

Majalah merupakan media yang paling simpel organisasinya, relatif lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat, dimana mereka dapat dengan leluasa dan luwes menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya. Mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah berita seperti *Gatra* mungkin lebih berfungsi sebagai media informasi tentang peristiwa dalam dan luar negeri. Majalah wanita dewasa *Femina*, meskipun isinya relatif menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih bersifat menghibur (Karlinah, dkk, 2007:120-121). Begitu pula dengan majalah *yukmakan.com*, media kuliner yang fungsinya juga bersifat hiburan dengan segmentasi tertentu.

Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya. Keunggulan radio siaran adalah dapat berada di mana saja: di tempat tidur (ketika orang akan tidur dan bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Lalu media massa elektronik lainnya adalah televisi, yang fungsinya hampir sama dengan fungsi media massa lainnya, yakni memberi informasi, mendidik, menghibur dan membujuk.

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak (Karlinah, dkk, 2007:137).

Media massa selanjutnya adalah film. Seperti halnya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif. Fungsi edukatif dapat tercapai apabila film nasional memproduksi film-film sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang. Media massa yang selanjutnya adalah internet. Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan. Penggunaannya kini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran dan televisi), penerbit buku, artis, guru dan dosen, pustakawan, penggemar komputer dan pengusaha. Alasan penggunaannya pun beraneka ragam, mulai sekedar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting (Karlinah, dkk, 2007: 145, 151).

Khususnya majalah, media ini berkembang dengan sangat pesat meski sudah memasuki era multimedia. Majalah dilihat sebagai peluang bisnis yang cukup besar sehingga memunculkan banyak majalah dengan tema yang sama. Majalah-majalah tersebut muncul dengan segmentasi, cara penulisan, tata letak, bahasa maupun format yang mirip. Suatu majalah yang lebih dulu muncul atau yang laku di masyarakat dapat menjadi standar bagi majalah serupa. Mereka saling meniru satu sama lain sehingga tidak lagi memiliki ciri khas institusinya (Husein, 2006).

Hal itulah yang menjadi dasar dibentuknya majalah *yukmakan.com*. Majalah ini memiliki visi dan misi untuk menjadi trendsetter majalah kuliner di Indonesia. Dengan adanya segmentasi dan format tertentu, majalah *yukmakan.com* menjelma menjadi salah satu majalah kuliner terbesar di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri bahwa dunia kuliner saat ini sedang naik daun dan majalah *yukmakan.com* juga terkena imbasnya, yaitu meningkatnya penjualan dari tahun ke tahun.

Sebagai media cetak, dibutuhkan adanya inovasi dan kreativitas agar suatu majalah dapat bertahan dan memiliki ciri khas yang tidak dimiliki majalah serupa. Memasuki era multimedia, majalah pun harus mampu menyesuaikan diri. Menyadari hal tersebut, media kuliner *yukmakan.com* juga mengadaptasi dirinya ke dalam dunia digital yaitu media online. *Yukmakan.com* menjadi sebuah portal ulasan tempat makan maupun makanan serta berita-berita seputar kuliner yang sangat informatif. *Yukmakan.com* juga membuat format media cetak yang diadaptasikan ke dalam dunia digital yang dinamakan *E-magz*.

Jurnalistik online merupakan salah satu produk jurnalistik selain dari media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. Kini media online kian menjamur dan kian digemari serta banyak diakses oleh masyarakat. Saat ini media online telah menjadi salah satu bentuk media baru yang sangat berpengaruh di dunia. Selain karena sifatnya yang cepat, media online juga mempermudah kerja para wartawan yang dapat mengunggah informasi di mana dan kapan saja. Dengan perkembangan teknologi yang sudah sangat maju, akses media online juga semakin mudah. Tidak harus melalui komputer ataupun laptop, kini masyarakat dapat dengan cepat mengakses pemberitaan terkini di media online melalui telepon seluler atau Tablet PC.

Media cetak yang memiliki media online, tidak hanya menyalin isi berita dari media cetak mereka saja, melainkan dengan pemberitaan yang independen dengan ciri khas berita online yang singkat dan menarik. Seperti layaknya media lain, media online juga memiliki kategori pemberitaan yang

terdiri dari *hard news* dan *feature*. Begitu juga dengan yukmakan.com yang dapat dibedakan pemberitaannya berupa *hard news* dan *feature*.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang memiliki maksud dan tujuan yang sangat penting bagi mahasiswa tingkat akhir. Kerja magang mampu membuktikan hasil belajar mahasiswa yang sudah diserap selama masa perkuliahan, untuk diaplikasikan ke dalam dunia kerja. Selain itu, kerja magang juga dapat mengenalkan atmosfer dunia kerja kepada para mahasiswa tingkat akhir agar siap untuk mengalami masa transisi dari dunia perkuliahan ke dalam dunia kerja nantinya. Terutama untuk mahasiswa Jurnalistik, kerja magang mampu mengenalkan realitas dunia kerja di bidangnya yang tentunya juga dapat mengasah kemampuan mahasiswa tersebut.

Tujuan dari kerja magang sendiri adalah membuktikan kapasitas diri sendiri dari sejauh mana menyerap pelajaran dari dunia perkuliahan untuk diaplikasikan dalam dunia kerja. Dengan kerja magang, kita juga mendapatkan pengalaman kerja, menambah koneksi di bidang yang nantinya akan digeluti, dan tentunya melatih kedisiplinan, tanggung jawab, serta menambah kedewasaan yang tentunya dibutuhkan di dunia kerja.

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

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Sesuai prosedur dari Universitas Multimedia Nusantara program studi Ilmu Komunikasi jurusan Jurnalistik, kerja magang dilakukan minimal dua bulan dan maksimal empat bulan. Penulis melaksanakan kerja magang selama tiga bulan, mulai dari tanggal 2 Juli 2013 sampai 3 Oktober 2013. Dalam seminggu, penulis masuk tiga hari yaitu Selasa, Rabu, dan Kamis, namun jika ada liputan atau event tertentu, penulis diwajibkan untuk masuk atau mengikuti event tersebut. Untuk hari Selasa, Rabu, dan Kamis, penulis masuk pukul 09.00 – 17.00. Diluar hari tersebut, penulis memiliki jam kerja yang tidak pasti.

### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Untuk melakukan kerja magang, penulis terlebih dahulu mengisi form pengajuan kerja magang dan juga Surat Pengantar Kerja Magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi. Penulis lalu mengirimkan lamaran kerja magang ke institusi atau perusahaan dalam hal ini adalah media yang dituju yaitu PT. Menara Visi Commerce (*yukmakan.com*). Kemudian, penulis mendapat balasan bahwa penulis diterima sebagai karyawan magang di institusi tersebut. Penulis kemudian melakukan prosedur selanjutnya yaitu mengambil Kartu Kerja Magang, Formulir Realisasi Magang, Formulir Kehadiran Magang, dan Lembar Penilaian Magang dari pihak Universitas. Untuk Lembar Penilaian Magang akan diisi oleh pembimbing magang yang ada di institusi tersebut.

Penulis ditempatkan sebagai wartawan lapangan dan *website department*, yang berada dibawah bimbingan Selviana, selaku koordinator lapangan.

Lalu selanjutnya penulis diharuskan membuat laporan kerja magang setelah proses kerja magang selesai dengan dibimbing oleh dosen pembimbing kerja magang. Laporan kerja magang tersebut disusun sesuai standar format dan struktur laporan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga melakukan diskusi dan konsultasi selama pengerjaan laporan kerja magang. Berbagai masukan dari dosen pembimbing dicermati dan membantu proses revisi sehingga laporan ini dapat selesai dengan baik. Setelah dinilai memenuhi persyaratan baik dari sisi teknis dan sistematika penulisan, laporan magang disahkan dosen pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

Laporan kerja magang yang telah selesai harus diserahkan kepada pembimbing lapangan dan meminta pembimbing lapangan untuk mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.

Setelah semua persyaratan kerja magang terpenuhi, laporan magang ini harus dipertanggungjawabkan dalam ujian kerja magang.