



### **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

Media adalah jendela yang memungkinkan kita untuk melihat fenomena yang terjadi melebihi lingkungan dekat kita, penerjemah yang membantu kita membuat perasaan mengalami, *platform* atau pembawa yang menyalurkan informasi, komunikasi interaktif yang meliputi umpan balik kepada khalayak, penanda yang memberi kita dengan instruksi dan petunjuk, penyaring yang menyaring bagian-bagian pengalaman dan berfokus pada lainnya, cermin yang memantulkan realitas kita kepada kita kembali, dan pembatas yang menghalangi kebenaran (McQuail, 2000 : 66).

Media massa sendiri dalam kajian komunikasi massa sering dipahami sebagai perangkat-perangkat yang diorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan pada situasi yang berjarak kepada khalayak luas dalam waktu yang singkat (McQuail, 2000:17).

Kemajuan teknologi informasi seperti internet membuat media cetak mengganggap media *online* sebagai batu sandungan mereka. Tantangan terbesar bagi media cetak adalah bukan melawan media *online* itu sendiri namun menyelaraskan dirinya dengan perkembangan media *online* yang lebih diminati masyarakat dalam memperoleh informasi.

Namun media cetak memiliki keunggulan dalam penyajian beritanya walaupun telat sehari dalam pemberitaan, keakuratan informasi dan berita media cetak dinilai lebih unggul dibanding dengan media *online*. Hal ini disebabkan media cetak lebih matang dalam menyajikan sebuah informasi dan berita karena waktu untuk mengolah dan mendapatkan keakuratan sebuah informasi dan berita lebih banyak. Beda halnya dengan media *online* yang terkadang hanya mengejar waktu tayang tanpa peduli kualitas informasi dan berita yang disajikan. Sehingga masyarakat yang ingin mendapatkan atau mengonsumsi informasi dan berita yang berkualitas dan akurat akan tetap mengandalkan media cetak sebagai sumber utama, salah satunya adalah majalah CHIC yang masih memiliki pembaca setia.

majalah dapat masuk ke pengalaman pribadi pembacanya. Majalah dapat membantu menghadapi kesepian, menyajikan hal-hal yang menyenangkan untuk dikhayalkan, dan mengajari pembaca dengan hal-hal baru (Rivers dan Peterson, 2008:318)

Tiga Tipe Majalah:

1. *Consumer publications.*

Dijual secara eceran maupun langganan. Menghasilkan profit yang paling tinggi diantara ketiganya karena memiliki *content pop culture* sehingga menarik banyak iklan.

2. *Trade, technical and professional publications.*

Dijual terbatas hanya pada kalangan tertentu, misalnya majalah khusus dokter, akademisi, dll. Iklan yang ada terkait dengan profesi yang dibahas dalam majalah tersebut.

3. *Company Publications.*

Diproduksi oleh perusahaan untuk kepentingan dan konsumsi *stake holder* perusahaan tersebut.

Majalah CHIC adalah majalah dengan segmentasi wanita yang ingin berkarier dengan usia 20-35 tahun, majalah ini berisikan gaya hidup atau *lifestyle* wanita yang berkarier di kota besar khususnya kota Jakarta, majalah ini terbit mulai tahun 2005.

Penulis memilih majalah CHIC sebagai tempat kerja magang karena penulis ingin mengasah kemampuan penulis dalam menulis *feature*. Menyajikan tulisan *feature* berupa informasi *lifestyle* untuk wanita yang ingin memasuki dunia karier tentunya memerlukan beberapa proses. Maka dari itu, penulis memilih CHIC, agar penulis dapat memahami alur kerja seorang reporter majalah *lifestyle* dalam menyajikan tulisan *feature* serta sebagai tempat mengaplikasikan dari materi-materi yang di dapatkan saat perkuliahan.

*Feature* merupakan salah satu cara penulisan berita, selain selain penulisan berita langsung atau *straight news*. Cara penulisan *Feature* sebenarnya sama dengan penulisan biasa, karena tetap berpegang pada pedoman penulisan berita 5W+1H. secara umum *Feature* adalah sebuah tulisan berita yang menarik dengan penyajian lebih panjang lebar dari berita biasa dengan mengembangkan kreatifitas penulisnya dalam mempengaruhi emosi pembacanya (Djuraid, 2009:91).

Menulis berita halus atau *Feature* menuntut kemampuan memaparkan dari sekedar membicarakan tentang suatu kejadian. *Feature* yang baik adalah karya seni yang kreatif, namun faktual. *Feature* bukan fiksi, ia menggali suatu peristiwa atau situasi dan menata informasi

kedalam suatu cerita yang menarik dan logis. *Feature* akan membuat pembacanya tertawa atau terharu atau geram atau menarik nafas panjang. (Ishwara:2008:59-60).

Seorang penulis professional, Daniel R. Williamson, merumuskan bahwa reportase dalam bentuk berita halus, seperti *Feature*, sebagai penulisan cerita yang kreatif, subyektif, yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca. Penekanan pada kata-kata kreatif, subyektif, informasi, dan hiburan, adalah untuk membedakan dengan berita yang disampaikan secara langsung pada berita lugas. (Williamson, 1975).

Penulisan *Feature* menjadi salah satu keunggulan media cetak di tengah persaingan dengan media elektronik. Melalui penulisan *Feature* wartawan bisa mengekspresikan kemampuan terbaiknya dalam menulis. Penulisan *Feature* memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Djuraid, 2009:92-93):

1. Ungkapan kreativitas penulisnya terutama dalam memilih sudut pandang. Dengan ruang yang lebih luas ditulis dalam halaman yang lebih besar, baik satu kali penulisan maupun berseri, wartawan dapat mengekspresikan segala kemampuan sebagai seorang penulis professional.
2. Subyektifitas penulisnya untuk memasukkan emosi dan pikirannya. Wartawan bisa memasukkan opininya berdasarkan pengalaman dilapangan, meskipun tidak terlalu dominan. Opini yang ditampilkan harus tetap pada kerangka kondisi riil di lapangan.
3. Informatif dan memberi kesadaran baru mengenai sebuah masalah. Penggambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai suatu masalah akan mudah membangkitkan opini pembaca. Beragam opini pembaca akan muncul setelah membaca *Feature* tersebut.
4. Tidak mudah basi, tetap menarik meskipun kejadiannya berlangsung lama. Berbeda dengan *Straight News*, penulisan *Feature* tidak terikat pada ruang dan waktu. Masalah aktualitas bisa diabaikan, karena kandungan nilai beritanya cukup besar, bukan semata-mata kecepatan tapi penyajiannya yang lengkap.
5. Tulisan lebih panjang, karena mengungkap dan menggambarkan peristiwa secara gamblang. Dalam penulisan ini wartawan memiliki kesempatan yang luas untuk menampilkan berbagai masalah yang dijumpai dalam liputan.

Penulisan majalah CHIC sudah sangat memenuhi unsur dan ciri-ciri penulisan berita *feature*, seperti:

1. Tulisan kreatif dan cukup panjang. Penulisan dalam majalah CHIC terbilang kreatif dan cukup panjang pada beberapa rubrik bisa sampai 2000 – 10.000 karakter pada rubrik tema tertentu.
2. Deskriptif: penulisan artikel dalam majalah CHIC mampu menggambarkan secara detail mengenai topik apa saja pada tiap-tiap rubrik, semua di ulas secara gamblang agar pembaca mendapat informasi secara lengkap dan mudah dipahami.
3. Terdapat pesan: artikel di majalah CHIC memiliki arti pesan untuk pembacanya, yang mampu menambah dan memberikan informasi bermanfaat bagi pembacanya.
4. Akhir tulisan jelas: tulisan dalam majalah CHIC dapat memberi kesimpulan yang jelas dan detail tentang rangkuman dari apa yang sudah dibahas dari *paraghraph* sebelumnya.

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*, penulis dapat mendalami profesi sebagai jurnalis untuk masa depannya kelak.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan penulis ini memiliki tujuan agar penulis dapat mengerti serta memahami pola kerja sebuah redaksi secara langsung. Selain itu, penulis juga dapat memiliki kemampuan untuk bekerja secara profesional dalam dunia kerja, salah satunya menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam dunia kerja. Kerja magang ini tentunya juga bertujuan untuk mengaplikasikan segala materi pengajaran serta pengetahuan yang didapat di universitas dalam dunia kerja.

Dalam kerja magang ini, penulis juga diharapkan mendapatkan pelatihan dan pengalaman kerja pada dunia kerja yang sesungguhnya, tepatnya pelatihan dalam penulisan dan pegalaman sebagai reporter dalam meliput sebuah berita atau acara. Kerja magang ini penulis lakukan juga sebagai 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 selama dua bulan, yaitu dimulai pada tanggal 5 Juli 2012 - 14 September 2012. Dalam menetapkan waktu kerja magang ini, penulis mendiskusikan dengan pihak HRD, dan akhirnya bersepakat untuk memulai magang pada awal bulan Juli 2012, awalnya kesepakatan selesai magang pada tanggal 7 September 2012 namun penulis meminta perpanjangan waktu satu minggu sampai akhirnya selesai pada tanggal 14 September 2012.

Jam kerja yang berlaku pada tempat magang penulis, kadangkala tidak menentu, meskipun masuk dalam hitungan *office hour*. Namun redaksi sendiri mulai kerja dari pukul 09.00 sampai 17.00. Penulis melakukan kerja magang mulai hari Senin hingga Jumat. Namun, adakalanya, kerja magang dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu apabila ada peliputan atau wawancara yang ditugaskan oleh 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 oleh kampus, serta portofolio tugas yang pernah dibuat semasa perkuliahan kepada perusahaan yang dituju.
3. Mahasiswa diwajibkan mengikuti bimbingan kerja magang yang diadakan oleh universitas dan diarahkan bagaimana prosedur kerja magang dan apa saja yang harus dilakukan saat proses magang itu dilaksanakan.
4. Mahasiswa harus aktif dalam menghubungi HRD perusahaan yang dituju. Semakin banyak *follow up* ke perusahaan yang dituju, semakin besar penerimaan kerja magang.
5. Mahasiswa dihubungi oleh HRD perusahaan, Johnny H. Kakiay, untuk datang ke kantor Kompas Gramedia untuk melakukan *interview* dan pengisian beberapa surat.

6. Mahasiswa diberikan surat pengantar untuk redaksi majalah CHIC. Surat pengantar tersebut menyatakan bahwa mahasiswa akan melakukan kerja magang di redaksi tersebut dengan ketentuan waktu yang berlaku.
7. Mahasiswa mendapatkan Form Kartu Kerja Magang, Form Penilaian Kerja Magang, Form Kehadiran Kerja Magang, dan Form Laporan Realisasi Kerja Magang dari universitas setelah memperlihatkan surat penerimaan kerja magang di CHIC, Kompas Gramedia Majalah.
8. Mahasiswa melakukan kerja magang dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh redaksi, tentunya dibawah bimbingan Ika Nurul Syifa sebagai pembimbing lapangan.
9. Setelah kerja magang yang dilakukan mahasiswa selesai, lalu mahasiswa menyerahkan hasil penilaian kerja magang dari redaksi kepada universitas.
10. Mahasiswa melakukan konsultasi dan bimbingan kepada dosen pembimbing, Inco Hary Perdana untuk membuat laporan kerja magang.
11. Setelah selesai membuat laporan hasil kerja magang, kemudian hasil tersebut diberikan kepada Ika Nurul Syifa sebagai pembimbing lapangan majalah CHIC.
12. Redaksi memberikan surat persetujuan laporan kerja magang yang ditandatangani oleh pembimbing lapangan untuk diserahkan kepada universitas. Laporan yang disetujui oleh pembimbing Inco Hary Perdana selanjutnya dipresentasikan pada saat ujian kerja magang.

UMMN