



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.

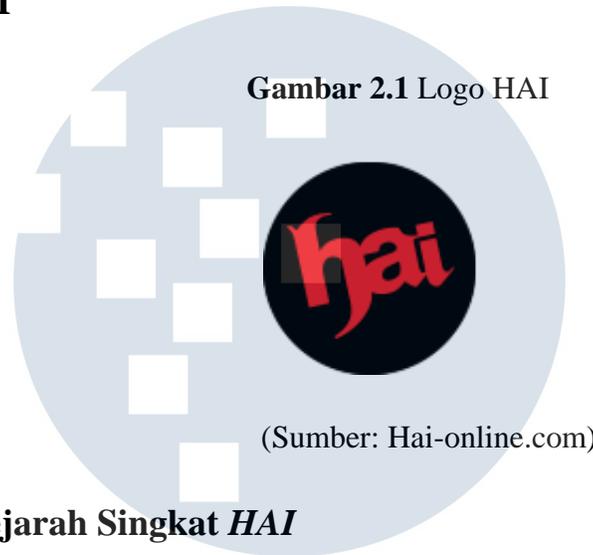
Copyright and reuse:

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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil HAI



2.1.1 Sejarah Singkat *HAI*

Berdasarkan wawancara penulis dengan pembimbing lapangan, Rizki Ramadhan, pada 30 November 2017, *HAI* merupakan majalah yang berada di bawah naungan *PT. Gramedia Majalah (Kompas Gramedia Group of Magazines)*. Pertama kali terbit pada 5 Januari 1977, *PT. Gramedia Majalah* dibentuk agar memudahkan koordinasi majalah-majalah di bawah naungan KKG.

Sebelum menggunakan nama *HAI*, majalah tersebut terbit dengan nama *Majalah MIDI (Muda Mudi)* yang terbit sejak 1972. Empat tahun berselang, *Majalah MIDI* terpaksa tutup akibat tak mampu bertahan di tengah persaingan industri media massa. Segmen pasar *MIDI* pada waktu yang terlalu luas (remaja laki-laki dan perempuan) juga mengakibatkan kontennya juga terlalu beragam. KKG lalu memunculkan *HAI* sebagai majalah remaja menggantikan posisi *Majalah MIDI*. Keberadaan *HAI* sebagai majalah

mingguan remaja sangat diperhitungkan. Pasalnya, sebagai majalah yang menyasar kaum remaja, HAI menyajikan informasi seputar kritik sosial, musik, pentas seni, akademis sekolah, *pop culture*, gaya hidup remaja, dan lain-lain. Gaya penyampaian informasi HAI juga disajikan khas anak muda. Baik melalui tulisan *feature*, cerpen, karikatur, komik, dan sebagainya. Tidak jarang pula, HAI menjadi batu loncatan bagi para penulis muda yang sekarang terhitung sebagai penulis senior. Seperti Dewi Lestari, Leila Chudori, Eka Kurniawan, Hilman Hariwijaya dan masih banyak lagi.

Kata 'HAI' sendiri merupakan akronim dari Hibur, Asuh, Ilmu. Tiga kata tersebut menjadi pedoman HAI untuk menjadi media massa yang bisa memberikan hiburan, informasi, serta pendidikan, kepada para pembacanya.

Terbit setiap seminggu sekali, HAI menyasar para pembaca pelajar laki-laki Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebagai segmen pasarnya. Segmen pasar HAI pun melebar hingga ke jenjang pelajar laki-laki Sekolah Menengah Atas (SMA), serta Mahasiswa berusia 19 tahun. Segmen pasar HAI, juga dikhususkan kepada remaja yang memiliki status kelas ekonomi menengah, sampai menengah ke atas.

Menghadapi perkembangan zaman, HAI terus-menerus melakukan adaptasi. Gaya bahasa HAI selalu disesuaikan dengan tren kekinian. Hal ini ditujukan agar artikel-artikel yang disajikan HAI bisa selalu dekat dengan psikologis para pembacanya. Bila dari segi isi konten, HAI awalnya didominasi dengan rubrik-rubrik yang bertemakan komik. Namun, seiring berjalannya waktu, ketenaran komik di kalangan remaja kian meredup. Rubrik komik pun dikurangi oleh HAI. Nuansa komik hanya sering dihadirkan untuk ilustrasi terhadap suatu pemberitaan. Lebih spesifik lagi, HAI akhirnya mengalihkan perhatiannya kepada isu-isu yang berkaitan dengan permasalahan remaja, mulai dari kehidupan sekolah, hiburan, musik, teknologi, film, hingga acara-acara di layar kaca.

Selain dari gaya bahasa dan konten, HAI juga berusaha beradaptasi dengan pesatnya perkembangan teknologi yang ada. Pada 2002, HAI mulai melebarkan bisnisnya ke ranah online dengan meluncurkan situs yang diberi nama *HAI Online*. Namun, kala awal-awal mengudara, isi konten yang ada di *HAI Online* hanyalah merupakan *copy-paste* dari versi majalahnya. Barulah pada 2007, HAI Online benar-benar menciptakan isi kontennya sendiri. Ketika format cetak masih terbit, *HAI Online* berperan sebagai salah satu platform penunjang yang bisa diakses secara mudah oleh semua pembaca. Selain itu HAI sudah mulai memanfaatkan media sosial lain seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter.

Cara kerjanya pun berbeda. Ketika masih dalam format cetak, sistem kerja HAI diawali dengan rapat kerja di awal tahun untuk menentukan semangat apa yang ingin disampaikan. Selanjutnya dirapatkan sub-sub tema untuk setiap bulan. Berdasarkan wawancara dengan mentor penulis, Rizki Ramadan, rapat untuk tema mingguan majalah dilakukan setiap Senin. Rapat tersebut untuk menentukan tema dan konten untuk tiga minggu ke depan. Kemudian masing-masing jurnalis tergabung dalam rubrik-rubrik.

Kemudian platform online diisi oleh beberapa jurnalis HAI yang sebelumnya bertanggungjawab terhadap konten cetak. Reporter yang bertanggungjawab terhadap konten situs berita HAI tidak dilibatkan untuk konten cetak. Sedangkan beberapa orang yang bertanggungjawab terhadap rubrik tertentu di format cetak diharuskan mengunggah satu konten ke website HAI dari artikel yang ia persiapkan untuk edisi cetak. Konten *HAI Online* dikemas sedemikian rupa sehingga bisa memberikan banyak manfaat di bidang hiburan, seni, dan edukasi.

Edisi 06 tahun 2017 menjadi edisi terakhir HAI yang terbit dalam format majalah cetak. Dengan cover bertuliskan *We Need More Space*, majalah HAI mengucapkan ‘selamat tinggal’ pada versi cetak. Setelah itu HAI

fokus pada konten digital seperti website, dan memanfaatkan media sosial yang lain seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Menurut Rizki, langkah tersebut ditempuh melihat anak-anak muda yang lebih akrab dengan dunia digital, sehingga HAI lebih memilih untuk memaksimalkan media online dan media sosial lainnya.

Ketika penulis melaksanakan kerja magang, *HAI Online* melanjutkan semangat versi cetak yang waktu itu sudah disepakati yaitu *Young and Loud*. Konten berita HAI didapatkan melalui proses menyadur atau mengolah bahan-bahan dari internet. Penulis turut ambil bagian dalam rapat redaksi yang diadakan oleh redaksi. Dalam rapat redaksi tersebut, dibahas berita apa saja yang sedang hangat di kalangan anak muda, masing-masing reporter dan editor boleh mengusulkan artikel yang akan diunggah ke situs berita *HAI Online*.

PT. Gramedia Majalah membuat platform khusus untuk mewedahi majalah yang memiliki platform online. Seperti Nova, Intisari, Auto Bild, Nakita, dan lain-lain dalam satu ‘payung’ yaitu *Grid Networks*. Hal ini membuat HAI otomatis tergabung dalam *Grid Networks*. Berdasarkan wawancara penulis dengan pembimbing magang, Rizki Ramadhan, hal ini bertujuan mempermudah koordinasi majalah yang memiliki atau berpindah ke format online.

2.1.2 Rubrik dalam HAI Online

Tabel 2.1 Rubrik pada *HAI Online*

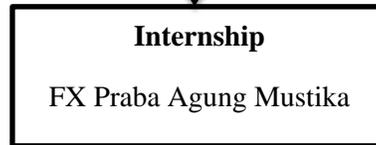
Nama Rubrik	Keterangan
Feature	Berisi berita-berita mengenai dunia musik, olahraga, film, otomotif, fashion, hingga kehidupan sekolah.

Kampus	Merupakan rubrik yang membahas tips serta profil dunia perkuliahan.
<i>Self Improvement</i>	Rubrik yang satu ini kerap membahas tips serta hal-hal menarik mengenai kesehatan dan psikologi.
<i>On Magz</i>	Berisi artikel yang telah lebih dulu dimuat di dalam versi majalah.
<i>Music Video</i>	Menyajikan tayangan video klip dari lagu-lagu para musisi mancanegara ataupun lokal.

2.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 2.2 Struktur Organisasi HAI





(Sumber: Hai-online.com/about)

2.2 Ruang Lingkup Kerja

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis bekerja sebagai jurnalis/reporter lapangan HAI yang tergabung dalam *editorial staffs*. Penulis bekerja bersama lima orang lain yang menempati di divisi ini, yakni Rahardian Sidik, Agassi Moriand, Rizki Ramadhan, Alvin Bahar, dan Fadli Adzani. Kelima editor tersebut juga berperan sebagai reporter. Kemudian masing-masing dari mereka juga memegang media sosial untuk menunjang kinerja HAI. Rizki Ramadhan dan Fadli Adzani memegang media sosial Instagram, Rahadian Sidik bertanggungjawab mengelola akun Youtube HAI. Alvin Bahar memegang akun Twitter dan Agassi Moriand memegang Facebook.

Posisi divisi ini berada di bawah kendali *managing editor* / redaktur pelaksana, Rizki Ramadhan. Tugas-tugas yang harus dikerjakan oleh divisi *editorial staffs* ialah membuat artikel-artikel untuk HAI-Online. Karena penulis hanya berstatus magang, penulis hanya fokus memproduksi artikel-artikel untuk HAI-Online.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A