



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

Majalah pertama hadir di dunia lahir dari Inggris pada 1731 dengan nama *Gentleman's Magazine*. Majalah ini tidak membahas berita, melainkan memfokuskan diri pada penulisan tentang literatur, politik, sejarah, biografi, dan kritik. Fokus tersebut yang menjadi karakteristik konten majalah sampai hari ini, yaitu humor, fiksi, esai tentang politik, literatur, musik, teater, dan orang terkenal (Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L., 2012, h. 53).

Di masa revolusi Amerika pada awal abad ke-18, majalah hanya memiliki sedikit pembaca karena tidak banyak orang yang memiliki waktu luang untuk membaca, tingginya biaya percetakan, dan mahalnnya sistem distribusi majalah. Setelah masa revolusi Amerika, barulah majalah memiliki konten yang lebih bervariasi dan berusaha menarik audiens yang beragam, sehingga majalah dapat bertahan hidup dan memiliki pembaca yang luas (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, h. 53).

Pada abad ke-19, majalah berukuran lebih besar dari 6 x 9 inci, halaman buram atau *matte*. Sampul majalah pada saat itu berhias bingkai, tabel konten, serta tulisan judul dan nama penulis di tengah-tengah. Akhir abad tersebut, para seniman mulai berkontribusi membuat ilustrasi untuk sampul majalah (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, h. 64).

Warna dan desain ilustrasi yang lebih canggih baru hadir pada awal abad ke-20. Majalah mulai dibanjiri dengan permintaan dari para pengiklan hingga sampai pada suatu ketika di mana banyak majalah yang sepenuhnya berisi iklan dan dijual dengan harga tinggi. Akibatnya, majalah menjadi suatu kemewahan yang hanya dapat dinikmati oleh kalangan orang mampu membaca dan kelas ekonomi atas (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, h. 64).

Pada abad ke-21, ketika hampir semua masyarakat Amerika mampu membaca dan mampu membeli majalah, harga jual majalah jauh lebih murah daripada sebelumnya. Hal ini juga didukung oleh faktor masyarakat yang punya lebih banyak waktu luang untuk membaca serta tingkat ketertarikan dengan urusan sipil, seni, pembahasan ahli, dan persoalan politik meningkat. Sejak itu, beberapa tema baru majalah lahir, seperti majalah investigasi, majalah kesehatan, majalah berita, dan majalah bergambar (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, h. 66).

Industri majalah mengalami masa sulit semenjak munculnya radio dan film. Sebagian majalah tidak mampu beradaptasi dengan kemunculan media baru pada masa itu. Majalah yang sukses bertahan adalah majalah yang menjual lebih banyak eksemplar, mengeluarkan lebih sedikit uang untuk memproduksi, dan menjual dengan harga lebih murah pada pembaca (Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2012, h. 66).

Sampai saat ini, majalah termasuk media cetak yang masih eksis di dunia. Menurut data riset dari Hearst Publishing House, majalah merupakan media cetak dengan angka penjualan terbesar sebanyak lebih dari 300 juta eksemplar setiap bulannya di seluruh dunia dan mencatat jumlah pengiklan yang stabil (Ferdian, 2012).

Menurut data dari Serikat Penerbit Surat kabar (SPS) Pusat periode Juni 2010 mengenai jumlah media cetak di Indonesia selama 2006-2010 dalam Wikan (2001, h. 1-2), jumlah penerbit majalah terus bertambah dari tahun 2006 hingga 2009, namun menurun sebanyak 28 penerbit pada 2010. Sementara itu, angka tiras majalah tetap mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari 2006 hingga 2011, penambahan jumlah tiras majalah sebanyak 709,396 eksemplar. Majalah juga merupakan jenis media cetak yang jumlah tirasnya kedua terbanyak setelah surat kabar harian.

Sayangnya, beberapa tahun terakhir sebagian majalah di Indonesia memutuskan untuk berhenti cetak. Contohnya, majalah Trax terakhir cetak pada Februari 2016, majalah Cita Cinta terakhir cetak pada Maret 2016, majalah kaWanku terakhir cetak pada Desember 2016, majalah HAI terakhir cetak pada Juni 2017, majalah Pesona terakhir cetak pada Agustus 2017,

dan masih banyak lagi. Tidak dapat dipungkiri bahwa peristiwa ini menunjukkan penurunan industri majalah di Indonesia.

SPS dan LP3ES melakukan riset pasar pada Juni 2009 untuk memberikan gambaran mendekati realitas perilaku pembaca dalam mengonsumsi media cetak. Dari hasil riset di 15 kota tersebut, ditemukan bahwa responden dengan beragam latar belakang semuanya mengakses media cetak. Dari keseluruhan responden, sebanyak 9% mengakses majalah bulanan. Disebutkan pula, pembaca majalah yang mengakses majalah dengan cara berlangganan sebanyak 5,3%. Mayoritas pembaca memilih untuk membeli eceran. Alasan responden membaca majalah adalah 68,7% karena dorongan kebutuhan informasi dan 24,6% karena gemar membaca. Data ini menunjukkan bahwa media cetak mempunyai pembaca yang loyal (Wikan, 2011, h.5-6).

Pembaca majalah memiliki karakteristik tersendiri. Mayoritas responden pembaca majalah usia remaja maupun dewasa cenderung menyukai majalah wanita. Kemudian disusul dengan majalah gaya hidup, majalah remaja, dan majalah berita. Mayoritas pembaca dewasa yang lebih sering membaca majalah wanita adalah mereka dengan tingkat pendidikan yang beragam, dari pendidikan SD hingga diploma. Sementara dalam hal rubrikasi, mayoritas responden menyukai rubrik gaya hidup (Wikan, 2011, h. 8).

Pada masa orde baru yakni dekade 90-an, ragam tema majalah di Indonesia terus bertambah hingga lebih dari 10 tema yang dapat menjadi pilihan pembaca. Majalah bertema *fashion* merupakan salah satunya.

Majalah memiliki daya tarik dan keunikan yang membuatnya berbeda dari media lain. Majalah, secara khusus majalah *fashion*, mengambil peran dalam budaya dan ekonomi. Pasalnya, majalah *fashion* disebut sebagai produk kultural dan komoditas. Sebagai produk kultural, majalah *fashion* menyediakan informasi dalam bidang mode dan kecantikan dalam berbagai bentuk seperti tip, cerita berilustrasi, narasi, dan lain-lain. Majalah *fashion* memberikan bentuk informasi yang dapat direfleksikan maupun dilakukan oleh para pembacanya. Sebagai produk yang

menguntungkan komoditas, majalah *fashion* merupakan produk percetakan dan merupakan bagian penting dari periklanan maupun penjualan barang-barang komoditas, seperti *fashion*, kosmetik, produk perawatan, dan wewangian (Moeran, 2006, h. 727).

Majalah *fashion* tentunya digerakkan oleh industri *fashion*. Industri *fashion* sendiri seperti halnya majalah, merupakan produk kultural dan ekonomi serta bekerja memuaskan penjual dan pembeli. Orang yang tergabung dalam industri *fashion* terbagi menjadi tiga posisi, penjual, pembeli, dan pihak yang menyebarkan kabar. Untuk memahami *fashion*, ada hubungan antara produksi dan konsumsi antara idealisme *fashion* dan bagaimana pakaian dikenakan yang merupakan bagian dari tugas majalah *fashion* (Moeran, 2006, h. 729).

Sama seperti majalah pada umumnya, majalah *fashion* juga mempunyai keharusan memuaskan dua pihak, yaitu pembaca dan pengiklan. Kesuksesan sebuah majalah *fashion* ditentukan oleh sirkulasi pembacanya dan bagaimana konten kultural majalah tersebut, sementara keuntungan dan keberuntungan majalah ditentukan oleh pemasukan iklan mereka. Dengan demikian, penerbit majalah *fashion* harus dapat mempromosikan pembaca mereka ke pengiklan yang potensial, sementara editor bertugas mengiklankan produk dari pengiklan ke pembacanya (Moeran, 2006, h. 728).

Definisi majalah *fashion* menurut kamus Oxford adalah majalah yang dikhususkan untuk *fashion*, terutama menyediakan informasi seputar busana terbaru, aksesoris, dan lain-lain. Di Indonesia, majalah *fashion* sudah eksis sebelum abad ke-21. Beberapa majalah *fashion* yang terkenal di Indonesia yang masih eksis hingga saat ini, antara lain majalah Dewi, ELLE, Harper's Bazaar, InStyle, Cosmopolitan, Marie Claire, Her World, Grazia, JOY, Nylon, dan lain-lain.

Penulis memilih majalah Dewi karena reputasi dari Femina Group yang cukup baik selama mereka berdiri. Majalah Dewi juga mengikuti perkembangan zaman dan memperluas jangkauan audiensnya dengan

membuat *website* dan media sosial. Sejak awal, penulis memang memiliki ketertarikan untuk mempelajari lebih bagaimana cara kerja di redaksi majalah. Majalah Dewi merupakan majalah wanita yang berfokus pada *fashion, beauty, dan feature*. Selain dalam bentuk majalah yang dicetak, Majalah Dewi juga menerapkan *cross-media* dengan menghadirkan *website* dan berbagai akun media sosial. Secara khusus, penulis juga tertarik pada majalah wanita dan dunia kecantikan, sehingga Majalah Dewi menjadi pilihan tempat yang dirasa tepat untuk penulis melakukan kerja magang.

Untuk melengkapi dan mendokumentasikan praktik kerja magang yang penulis jalani, laporan magang ini disusun. Laporan magang ini menguraikan proses dan hasil kerja magang penulis sebagai *intern* majalah Dewi serta menjabarkan teori dan konsep yang didapat penulis selama kuliah yang dapat diterapkan saat bekerja magang.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang guna mengetahui secara mendalam proses kerja jurnalis di majalah Dewi serta menambah pengalaman sebagai *intern* yang diharapkan dapat membantu penulis saat bekerja kelak. Magang juga bermanfaat melatih *softskill* penulis untuk memegang tanggung jawab yang lebih besar, menimba ilmu praktis dari orang-orang yang lebih berpengalaman, dan mengetahui bagaimana kehidupan kerja di media khususnya majalah.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis magang di divisi Beauty mulai 26 Juli 2017 dan berakhir pada 25 Oktober 2017. Jam kerja sesuai penugasan per hari.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mulai mengirimkan pengajuan kerja magang pada awal Juni 2017. Awalnya penulis mengirimkan majalah GoGirl! karena GoGirl! merupakan media tempat magang pilihan pertama penulis. Namun, penulis tidak kunjung mendapat balasan. Kemudian, penulis ditawarkan oleh teman untuk melamar magang di redaksi Tribunnews.com. Penulis pun mengirim email pengajuan ke Tribunnews.com dan selang tiga hari, penulis diminta datang ke redaksi untuk diwawancara. Setelah wawancara, penulis tidak diberi kabar lagi sehingga artinya penulis tidak lolos tahap wawancara.

Penulis mengirimkan pengajuan kerja magang di majalah Dewi pada 13 Juli 2017 ke email sekretaris redaksi Majalah Dewi, Sri Widyastuti. Dalam email tersebut, penulis melampirkan surat pengantar kerja magang resmi dari Universitas Multimedia Nusantara, CV, *cover letter*, transkrip nilai, dan empat contoh karya tulisan penulis.

Pada hari yang sama, penulis mendapat balasan email dari Sri Widyastuti yang berisi formulir lamaran kerja magang yang perlu diisi serta *job test* magang di redaksi Dewi. *Job test* yang diminta sebagai berikut:

1. Membuat artikel *fashion/beauty/feature*, tema bebas, dengan gaya bahasa sesuai target pembaca majalah Dewi. Panjang sekitar 500-600 kata, diserahkan dalam format word doc.
2. Membuat ringkasan berita dari artikel panjang tersebut di atas dengan *angle* 5W1H, panjang maksimal 150 kata, dengan target untuk *upload* berita di *website* dewi, diserahkan dalam format word doc.

Dua hari kemudian, pada 15 Juli 2017, penulis mengirimkan formulir kerja magang yang sudah diisi dan hasil tulisan *job test* yang diminta. Ternyata email yang penulis kirimkan tersebut tidak terkirim. Penulis mencoba mengirim berulang kali namun tetap tidak

terkirim. Akhirnya, pada 19 Juli 2017 penulis menelepon kantor redaksi Femina untuk memberitahukan hal ini. Penulis diminta untuk mengirim ulang ke email milik Paramita Melita, redaktur *beauty* majalah Dewi. Beberapa jam setelahnya, penulis mendapat kabar dari sekretaris majalah Dewi bahwa penulis dipanggil untuk wawancara keesokan harinya pukul 13.00 di kantor redaksi majalah Dewi. Penulis juga diminta membawa beberapa karya tulisan penulis selain yang sudah dikirim melalui email.

Pada 20 Juli 2017, penulis diwawancara oleh *managing editor beauty*, Syahmedi Dean, di redaksi majalah Dewi. Lima hari kemudian, penulis menerima kabar bahwa penulis resmi diterima magang di majalah Dewi dan dapat mulai bekerja pada 26 Juli 2017.

Selama bekerja magang sebagai *intern*, penulis bekerja di bawah bimbingan Syahmedi Dean (*ex-managing editor beauty*), Siti Hajar (redaktur *beauty*), dan Weny Santika (*ex-managing editor feature*) selaku supervisi.

