



### **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

Pada hakikatnya, manusia pasti membutuhkan informasi. Hal tersebut merupakan hak yang fundamental dalam kehidupan manusia. Oleh karena itu, media massa membutuhkan berita atau informasi untuk publikasi kepentingan media itu sendiri, dan manusia membutuhkan adanya pemberitaan atau kepentingan-kepentingan tertentu. Media massa adalah sarana persuasi yang efektif dan efisien karena dapat menjangkau pemirsa dengan waktu yang relatif singkat.

Mulai dari munculnya media cetak pada akhir abad ke-16 hingga abad ke-17. Media cetak yang pertama kali muncul adalah koran, dengan frekuensi penerbitan reguler, dapat dibeli oleh masyarakat, serta karakter publik yang mempunyai isi seputar informasi, iklan, rekam jejak, hiburan, dan *gossip* (McQuail, 2010, h. 30).

Media konvensional seperti televisi, radio dan media cetak juga dimanfaatkan masyarakat tidak sekedar untuk mengakses berita terkini tetapi ikut juga berpartisipasi dalam membagikan informasi. Namun, seiring perkembangannya zaman, muncullah media baru atau *new media* atau Web 2.0 dimana internet telah memudahkan manusia dalam mengakses informasi, mendapatkan edukasi serta mencari hiburan.

Kehadiran teknologi ini memungkinkan media untuk menyebarluaskan informasi dan pesan secara instan, menciptakan audiens dengan karakteristik baru yang unik (Craig, 2005, h. 6). Istilah '*new media*' atau adalah sebagai bentuk baru dalam penyebarluasan informasi dan pesan. Informasi dan pesan tidak lagi hanya disalurkan melalui satu media saja, tapi melalui pemanfaatan berbagai media. Jenkins dalam bukunya yang berjudul '*Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*' menyetujui perubahan ini sebagai bentuk konvergensi media. Konvergensi menurut Jenkins (2006, h. 3) didefinisikan sebagai proses penyebaran dan pengonsumsi informasi melalui media yang

berbeda-beda. Ia menekankan konvergensi pada penyebaran konten media melalui *multiple media platforms*, bukan pada penggabungan fungsi-fungsi berbagai media ke dalam satu wadah.

Media baru inilah yang dikenal sebagai media *online*. Media *online* di Indonesia pun mulai bermunculan seiring dengan adanya internet. Menurut data Asosiasi Jurnalis Independen (2014) media *online* muncul di Indonesia tahun 1990-an dengan munculnya Indonet pada tahun 1994. Internet menurut Alan (2005) menjelaskan bahwa internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang saling terhubung dan berkomunikasi satu sama lain. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2016, h. 11).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, sebanyak 132,7 juta dari total 256,2 juta total penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Hal ini menandakan bahwa lebih dari 50% masyarakat Indonesia menggunakan internet dengan alasan utama sebagai memperoleh informasi terbaru sebanyak 25%. Selain itu, lembaga *We Are Social* pun juga mempublikasikan hasil penelitian di <http://wearesocial.sg> yang mencakup berbagai negara dari benua yang berbeda, bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial dan sebagian besar dari pengguna tersebut mengakses media sosial melalui perangkat telepon genggam (*smartphone*).

Media *online* pun menyajikan informasi ke masyarakat melalui berbagai tampilan, baik teks, audio, visual serta audiovisual. Kelebihan ini pun tentu membutuhkan banyak peran didalamnya agar terciptanya suatu informasi untuk dibagikan ke masyarakat, peran-peran tersebut sama halnya seperti media cetak atau media siar pada umumnya, yakni meliputi reporter, *videographer*, *photographer*, dll.

Majalah sebagai media konvensional pun harus berusaha keras menyesuaikan diri dengan kondisi baru seperti ini. Majalah adalah kumpulan artikel, cerita, berita, dan sebagainya dalam lembaran kertas, dijilid dalam bentuk buku yang terbit teratur yakni seminggu sekali, dua minggu sekali, atau satu bulan sekali (Djuroto, 2004, h. 11). Audiens kini menginginkan informasi serba cepat, majalah masih bertahan dengan sifatnya yang terbit sesuai dengan keteraturan jadwal. Maka di tengah sengitnya persaingan antar media dan di tengah pesatnya perkembangan teknologi, majalah sebagai media cetak harus berpikir keras untuk berimprovisasi agar mampu bertahan di masyarakat.

Salah satu cara yang di tempuh oleh majalah adalah dengan memasuki ranah *new media*. Majalah tidak lagi hanya mengandalkan bentuk cetak, tetapi juga memanfaatkan media *online* dalam penyebarluaskan informasi dan pesan. Online media menawarkan kemudahan untuk menyebarkan dan memperbarui informasi secara instan.

Namun, menurut Jenkins (2005, h. 6), revolusi digital ini tidak berarti bahwa *new media* mampu menggantikan peran dan posisi media konvensional. Hal ini lebih dipahami sebagai sebuah cara baru bagi media massa dalam bekerja dalam tingkatan yang lebih kompleks. Karena media konvensional dan *new media* merupakan dua hal yang saling melengkapi serta memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing

Majalah menurut Craig (2005, h. 8), memiliki kelebihan dan kekuatan khusus dibandingkan dengan media lainnya. Yaitu majalah mampu menarik audiens dengan tampilan foto berwarna, tulisan yang lebih luwes, serta kemampuan untuk membahas subjek sekaligus. Namun, di sisi lain periode terbit inilah yang menjadi masalah bagi majalah. Banyak sekali hal-hal *live* yang tidak bisa dibahas karena persoalan jadwal penerbitan.

Media *online* menurut Craig (2005, h. 8) dalam hal ini memiliki kekuatan di sisi kecepatan. Melalui media *online*, berita, foto, bahkan video dapat disebarluaskan secara instan. Akan tetapi, jika kecepatan ini

tidak diiringi oleh kualitas maka tentu menjadi sia-sia. Tidak jarang juga ditemukan sumber-sumber tidak terpercaya dari media-media *online*.

Melihat kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh kedua medium ini serta melihat pergeseran karakteristik audiens dalam mengonsumsi media, Gogirl! Magazine pun berekspansi ke media *online*. Gogirl! Magazine tetap mempertahankan bentuk majalah cetak yang terbit setiap bulan, bersamaan dengan usaha untuk memperkuat posisinya melalui *online platform* di *gogirlmagz.com* dan *channel YouTube gogirlmagzTV*. Berbeda dengan konten majalah yang bersifat tematik tiap bulannya, konten pada media *online* Gogirl! Magazine cenderung lebih bebas dan dapat dikatakan mengisi apa yang tidak bisa dituangkan dalam bentuk cetak.

Beberapa hal tersebut mendorong penulis untuk memutuskan melaksanakan praktik kerja magang di Gogirl! Magazine, sebuah majalah remaja perempuan. Penulis ingin mengetahui proses dan alur kerja dalam proses jurnalisme *online*. Melalui praktik kerja magang ini, penulis juga ingin belajar bagaimana menciptakan konten tulisan yang menarik bagi para pembaca. Penulis pun berharap bisa mendapatkan pengalaman bekerja di media *online* yang dapat menjadi bekal ke depannya.



## **1.2. Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang merupakan salah satu kewajiban akademis yang harus dipenuhi di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu kerja magang bertujuan agar penulis dapat melihat proses kerja di perusahaan di mana penulis bekerja, beradaptasi dengan lingkungan di perusahaan, kemampuan menjalani setiap tugas yang diberikan serta menyikapi setiap masalah yang dihadapi ketika menjalankan tugas tersebut. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa bisa mengetahui dunia kerja dan mempersiapkan diri usai menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.

Tidak hanya untuk melakukan kerja magang secara akademis saja, tetapi penulis juga ingin mengembangkan keterampilan, mengasah kreatifitas, kedisiplinan dan penerapan ilmu Jurnalistik yang didapat semasa kuliah. Melalui kerja magang ini, penulis dapat belajar bersama partisi-partisi yang sudah senior di bidang jurnalistik.

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

Prosedur pelaksanaan kerja magang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Dalam prosedur tersebut, jangka waktu untuk pelaksanaan magang yakni minimal 60 hari kerja dan maksimal enam bulan.

### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Sesuai dengan kontrak perjanjian yang dilakukan oleh penulis dan PT. Aprilis Maju Media (Gogirl! Magazine), penulis menyelesaikan masa kerja magang selama tiga bulan. Penulis menyelesaikan kerja magang selama tiga bulan, terhitung sejak 06 Juli 2017 – 05 Oktober 2017 di kantor Gogirl! yang bertempat di Jalan Kebayoran Lama No. 2C Jakarta Selatan.

Jadwal masuk kantor adalah setiap hari Senin – Jumat pukul 08:30 – 17:30 WIB, namun terkadang penulis juga ditugaskan untuk meliput di

luar hari kerja dan jam kerja. Kantor Majalah Gogirl! pun memberikan kebijakan untuk penulis yang masih harus menyelesaikan kewajiban mata kuliah setiap Hari Selasa. Maka dari itu penulis diperbolehkan untuk mengirim tugas secara online kepada supervisi *Website Admin* di kantor Gogirl! pada hari tersebut.

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum kerja magang dilakukan, penulis terlebih dahulu harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan sebagaimana telah tertulis dalam buku panduan syarat kerja magang. Syarat-syarat tersebut di antaranya adalah terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara, telah lulus sekurang-kurangnya 110 SKS dengan maksimal nilai D, telah lulus 75% mata kuliah konsentrasi, nilai IPK pada semester yang telah ditempuh tidak kurang dari 2,00, dan tidak ada nilai E untuk semua mata kuliah.

Penulis terlebih dahulu mencari informasi mengenai perusahaan-perusahaan yang sesuai dengan jurusan jurnalistik. Setelah mendapat beberapa nama perusahaan yang tepat, kemudian penulis mengurus dokumen serta surat yang diperlukan untuk melamar ke perusahaan tersebut. Penulis mengajukan surat kerja magang untuk ditandatangani oleh Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Perusahaan-perusahaan yang dilamar penulis memang terfokus pada media cetak, khususnya majalah. Antara lain seperti Kompas Gramedia Majalah, Femina Group, dan Majalah Gogirl!. Lamaran yang terdiri dari lampiran dokumen, *curriculum vitae* dan portofolio itu dikirim ke alamat masing-masing HRD atau perusahaan yang dituju melalui *e-mail*. Awalnya, penulis sudah mengirimkan *e-mail* lamaran pertama ke Gogirl!, namun tak kunjung ada balasan. Sehingga, timbullah rasa penasaran dari penulis sehingga penulis mengirimkan lamaran kedua melalui *e-mail* juga. Dua hari kemudian, tepatnya 13 Juni 2017, HRD Gogirl! membalas *e-mail*

penulis dengan memberikan *skill test* reporter untuk menulis artikel maksimal dua halaman dengan tema yang telah ditentukan Gogirl! yakni “*Teenage and Politics*” dengan batas waktu keesokan paginya yaitu 14 Juni 2017, pukul 08.00 WIB berikut dengan *interview* di kantor Gogirl! jam 11.00 Siang, namun karena hari itu bertepatan dengan Ujian Akhir Semester, penulis mengajukan *re-schedule* pada 21 Juni 2017.

Di tahap ini penulis melakukan *personal interview* oleh HRD, Annisa. *Personal interview* ini lebih mengarah pada pertanyaan-pertanyaan psikolog tentang kepribadian penulis. Penulis masih harus menunggu sekitar tiga hari untuk mengetahui apakah masuk ke tahap selanjutnya atau tidak. HRD juga memberikan *skill test* psikolog yang nantinya hasil tersebut akan menjadi pertimbangan untuk tahap wawancara terakhir, yakni wawancara dengan editor Gogirl!, Syarifah Sahnath Assiry.

Wawancara tahap akhir tersebut sedikit berbeda dengan wawancara tahap pertama oleh HRD, di mana editor menanyakan soal teknis kerja penulis apabila diterima magang di sana. Hal-hal yang ditanyakan seperti pekerjaan yang tiba-tiba menumpuk, tempat kerja jauh, jam pulang kerja yang tak menentu, dan mendapatkan pekerjaan layaknya karyawan dengan bayaran yang tidak banyak. Penulis tidak merasa keberatan dengan syarat yang diajukan oleh editor tersebut karena penulis menyadari hal tersebut adalah resiko yang harus dijalani selama proses kerja magang dan mengingat pengalaman kerjalah yang diutamakan.

Selesai wawancara tahap akhir, penulis pun dijanjikan oleh HRD sekitar seminggu untuk keputusan akhirnya. Namun, ketika penulis sedang melakukan *interview* di media lain, tepat hari itu juga se usai *interview* tahap kedua di Gogirl!, penulis mendapat telepon dari pihak HRD bahwa penulis dinyatakan layak kerja magang di kantor Gogirl!.

Penulis mulai kerja magang pada 05 Juli 2017, HRD memberikan surat kontrak perusahaan dan penulis mentandatangani sesuai persetujuan kedua belah pihak serta masalah teknis lainnya di hari itu, sehingga,



penulis baru akan efektif menjalankan kerja magang pada keesokan harinya yaitu pada 06 Juli 2017.

Karena telah di terima kerja magang di sana, penulis lantas memberikan surat pengantar kerja magang KM-02 kepada HRD Majalah Gogirl! untuk dibuatkan surat penerimaan magang. Lalu, surat penerimaan magang itu di fotokopi oleh penulis dan diserahkan kepada BAAK guna mendapatkan formulir kerja magang yang lain. Formulir kerja magang tersebut terdiri dari Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, Lembar Penilaian Kerja Magang dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang.

Selama bekerja, penulis ditempatkan di bawah divisi konten digital. Penulis bertanggung jawab kepada Esnoe Metha Wardhani selaku *Managing Editor* atau Redaktur Pelaksana dan pembimbing lapangan di mana penulis bekerja. Di sana, penulis bertanggung jawab membuat tiga artikel *online* setiap hari nya, yakni *Buzz*, *Organic*, *Rewrite* dan *Event Report* untuk dinaikkan ke website [gogirlmagz.com](http://gogirlmagz.com).

Usai tiga bulan melaksanakan kerja magang di sana, penulis menuangkan pengalaman dan aktivitas yang telah dilakukan selama kerja magang ke dalam laporan kerja magang. Dalam menyelesaikan laporan ini, penulis dibimbing oleh dosen pembimbing yang telah ditentukan dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, yakni Ebnu Yufriadi, S.IP., M.Si. Laporan kerja magang ini nantinya akan dipresentasikan dan diujikan di hadapan dosen pembimbing dan dosen penguji.