



### **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

Dunia teknologi komunikasi, hingga saat ini sudah mengalami banyak perkembangan dan kemajuan. Salah satunya adalah dengan hadirnya internet. Gumelar (2013, para. 1) mengatakan bahwa internet hadir sebagai sebuah media baru yang mendukung tumbuhnya jurnalisme online. Dunia industri media tentunya mengalami perubahan, cara-cara media untuk menyebarkan informasi menjadi berubah dan bergeser ke internet. Widyawati (2009, h. 82) menyatakan bahwa lingkungan media berubah setelah kehadiran media baru yaitu internet. Sebuah ruang komunikasi baru tercipta dari internet, yaitu sebuah saluran alternatif dimana media baru bisa menyajikan materi baru yang lebih menarik dibanding kompetitor dalam jaringan-jaringan komunikasi tradisional. Jurnalis kini bisa mencari ide untuk berita atau artikel hanya dengan melakukan pencarian informasi melalui *web*, sehingga terciptalah alur komunikasi dari mikromedia ke media massa. Sifat utama dari media baru adalah bentuk digital yang mampu menggabungkan tulisan, gambar, suara dan bahkan video dalam sebuah platform yang interaktif atau dua arah.

Jurnalistik *online* memiliki beberapa karakteristik. Iskandar, dan Lestari (2016, h. 29) menjabarkan beberapa:

1. *Unlimited Space*. Melalui jurnalistik online, keterbatasan ruang sudah tidak menjadi masalah. Berita dapat ditulis sepanjang dan selengkap mungkin tanpa harus khawatir kehabisan tempat atau ruang publikasi.
2. *Audience Control*. Pembaca diberi keleluasaan untuk memilih jenis berita seperti apa yang ingin dibaca.
3. *Non-Lienarity*. Masing-masing berita berdiri sendiri, sehingga pembaca tidak dapat mengkonsumsi informasi tanpa harus membaca berita sebelumnya.

4. *Storage and Retrieval*. Berita dapat tersimpan secara ‘abadi’ dan bisa diakses kapanpun dimanapun.
5. *Immediacy*. Informasi dapat dipublikasikan dan disebarakan secara langsung dan dalam waktu yang cepat.
6. *Multimedia Capability*. Melalui media online, redaksi bisa menambahkan fitur seperti video, gambar, suara, *hyperlink*, dan konten lainnya secara bersamaan.
7. *Interactivity*. Melalui media online, interaksi langsung antar redaksi dan pembaca sangat memungkinkan untuk terjadi. Interaksi dapat berlangsung melalui kolom komentar dan *social media sharing*.

Santana K, (2003, h. 233) menjelaskan bahwa melalui teknologi digital, informasi bisa dikemas menjadi beragam format. Berita dapat digabung dengan hiburan, iklan, hingga surat. Digitalisasi ini yang membuat semua informasi dapat mengalir dalam sekejap. Jurnalistik daring tentunya jelas berbeda dengan jurnalistik cetak. Berita dan artikel online dapat menjaga artikel-artikelnya tersedia dalam jangka waktu yang panjang. Penulis berita *online* juga tentunya dapat menautkan berita yang sudah ada di dalam berita yang baru dibuat.

Seorang wartawan atau jurnalis, tentunya dituntut untuk bisa memiliki, memproduksi, memperoleh dan menyampaikan sebuah informasi yang baik dalam bentuk tulisan, gambar, suara, atau bahkan suara dan gambar. Data-data seperti grafik juga harus bisa dikuasai oleh jurnalis baik dalam bentuk media cetak, elektronik, dan segala bentuk media atau saluran yang tersedia. Houtman, Nasir, dan Muhammad (2016, h. 62) menyebutkan bahwa profesi jurnalis merupakan sebuah profesi yang cukup menantang, baik dalam sisi politis atau etis dan fisik. Diperlukan sebuah pengetahuan khusus untuk bisa menggeluti profesi jurnalis, dan tentunya keterampilan yang luas dan tak terbatas. Para jurnalis dituntut untuk dapat mengerti cara membaca, menulis, serta menghitung atau kemampuan membuat prediksi. Keterampilan sosial juga diperlukan untuk menjalin hubungan dengan narasumber dan banyak orang dari berbagai tempat. Bahasa asing, terutama bahasa Inggris juga merupakan sebuah nilai tambahan untuk seorang jurnalis agar

bisa memperluas pengetahuan dan wawasan terutama dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa penting yang harus dikuasai terutama dalam era globalisasi, dimana adanya perkembangan ruang lingkup yang sangat luas hingga lintas negara. Hidayati (2017, h. 1-2) menjelaskan bahwa alasan utama bahasa Inggris adalah bahasa internasional karena besarnya pengaruh politik. Bahasa Inggris menjadi bahasa utama yang digunakan oleh organisasi-organisasi resmi internasional. Selain itu juga, banyak aturan dan undang-undang yang ditulis dalam bahasa Inggris. Alasan historis seperti banyaknya negara hasil penjajahan negara Inggris juga sangat berpengaruh. Wilayah bekas jajahan Inggris menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa ibu mereka, bahkan sebagai bahasa kedua.

Situmorang (2015, para. 1) menuliskan bahwa dari hasil penelitian EF (*Education First*) terbaru EPI (*English Profeciency Index*) 2015 tentang tes bahasa Inggris yang dilakukan 910.000 orang dewasa di 70 negara, menunjukkan bahwa Indonesia berada di urutan ke-32 di bawah Malaysia dan India dengan kemampuan menengah di mana rata-rata wanita lebih memiliki kemampuan berbahasa Inggris dibanding pria. Situmorang (2015, para.4) juga memaparkan bahwa Direktur Pembinaan Kursus dan Pelatihan Kemdikbud, Yusuf Muhyiddin mengatakan bahwa bahasa Inggris merupakan sebuah pengantar untuk memasuki era MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang ditambah dukungan kemajuan teknologi. Yusuf Muhyiddin berpendapat bahwa membiasakan komunikasi dengan bahasa Inggris tidak akan mengancam bahasa Indonesia maupun bahasa daerah. Hal ini dapat dipastikan karena setiap individu tentunya bisa menempatkan diri kapan untuk menggunakan bahasa Inggris.

Kemahiran dalam berbahasa Inggris tentunya sangat berkaitan erat dengan persaingan ekonomi yang melibatkan kualitas sumber daya manusia, sehingga bisa menjadi kunci sukses dalam menghadapi persaingan global. Dengan beberapa alasan yang dijabarkan di atas, penulis merasa perlu sebagai calon jurnalis untuk mempelajari dan menguasai bahasa Inggris sebagai alat komunikasi dan kendaraan menjadi seorang jurnalis yang memiliki komitmen tinggi untuk selalu bisa menyajikan informasi yang terkini dengan saluran apapun

yang tersedia dan memperoleh informasi dari berbagai sumber baik dalam maupun luar negeri.

Seorang jurnalis tentunya harus bisa menggeluti berbagai topik atau genre jurnalistik, salah satu topik yang sering dimuat dalam dunia jurnalistik adalah topik gaya hidup. Santana K (2003, h. 17) mengatakan bahwa topik gaya hidup merupakan topik favorit pembaca. Topik tulisan tersebut bisa dibidang ringan, dan mengikuti apa yang diinginkan oleh pembaca. Berita gaya hidup tentunya menjadi dekat dengan kehidupan rutin pembaca, karena mengikuti perkembangan dan nuansa hidup. Berita-berita gaya hidup tentunya bisa menghasilkan profit, karena para pengiklan sangat melirik topik gaya hidup untuk ‘menggiring’ pembaca untuk melihat produk mereka. Hingga saat ini, jurnalisme gaya hidup atau yang kerap disebut *lifestyle* memiliki banyak kategori mulai dari gender, budaya, *feature*, dan hiburan.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan media online, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang sebagai jurnalis online atau *digital writer*. Media Indonesia Tatler merupakan pilihan penulis, karena penulis menyadari pentingnya mempelajari kanal gaya hidup, karena isu-isu gaya hidup merupakan topik yang cukup dekat dengan kehidupan, dan akan selalu memunculkan ketertarikan baik untuk pembaca atau industri media. Penulis juga menyadari bahwa kemampuan menulis dalam bahasa Inggris sangat diperlukan untuk menjadi seorang jurnalis yang tanggap akan era globalisasi. Penulis ingin mengetahui seperti apa metode penulisan berita yang menggunakan bahasa Inggris, terkait dengan Indonesia Tatler yang memang menggunakan bahasa Inggris bergaya *British English* (BriE) untuk setiap konten berita.

IndonesiaTatler.com merupakan sebuah bentuk online dari media utamanya yaitu, Indonesia Tatler yang berbentuk majalah cetak. Indonesia Tatler merupakan majalah cabang atau *franchise* yang lisensinya diambil oleh PT. Mobiliari Stephindo. Sebagai salah satu perusahaan *costum publishing* di Indonesia, PT. Mobiliari Stephindo memiliki fokus pasar kalangan menengah ke atas dan memiliki fokus konten gaya hidup, Indonesia Tatler (2017, para. 3). Tatler merupakan majalah asal Inggris yang didirikan pada tahun 1901.

Hingga saat ini, Tatler sudah diadaptasi oleh banyak negara seperti Hong Kong, Malaysia, Singapura, Thailand, Cina, Filipina, Russia, dan Taiwan, majalah Indonesia Tatler masih tetap mempublikasikan dengan bahasa Inggris.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang adalah karena penulis tertarik dengan media online. Penulis ingin mengetahui seperti apa alur kerja media yang melakukan sistem hibrida dari cetak ke online. Selain itu, praktik kerja magang juga merupakan salah satu syarat sebagai mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga ingin mempraktekkan secara langsung ilmu-ilmu yang sudah penulis pelajari di beberapa mata kuliah, seperti penulisan berita, *feature writing*, *online journalism*, serta Teknik Interview dan Reportase. Penulis juga ingin mendalami seperti apa proses penulisan berita gaya hidup yang dilakukan dalam bahasa Inggris, mengingat pentingnya penguasaan bahasa Inggris dalam profesi jurnalis di era globalisasi dan untuk mengetahui bagaimana proses penulisan berita yang selalu menarik dan dapat menghasilkan profit.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

### 1.3.1. Waktu pelaksanaan kerja magang

Untuk meraih tujuan-tujuan tersebut, penulis menjalani kerja magang di:

Nama Media: Indonesia Tatler

Lokasi : Jl. KH Wahid Hasyim No.31C, RT.9/RW.5, Gondangdia,  
Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta  
10350

Penulis terhitung sebagai karyawan magang IndonesiaTatler.com sejak 31 Juli 2017 sampai dengan 30 November 2017. Waktu kerja yang ditempuh yaitu dari Selasa

hingga Jumat dengan jam kerja pukul 09.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB. Namun, terhitung sejak 28 Agustus 2017, penulis diberikan izin setiap hari Senin untuk mengikuti mata kuliah Kajian Media dan Selasa Pagi datang terlambat untuk mengikuti mata kuliah Seminar Proposal.

### **1.3.2. Prosedur pelaksanaan kerja magang**

Sebelum melakukan praktik kerja magang, penulis diharuskan untuk memenuhi persyaratan akademik. Persyaratan tersebut adalah terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara dan telah lulus sekurang-kurangnya 110 SKS tanpa nilai E. Setelah penulis memenuhi berbagai persyaratan akademik, penulis diberikan kesempatan untuk mengajukan permohonan kerja magang pada semester tujuh.

Sebelumnya, penulis mencari tahu seputar perusahaan melalui internet. Hingga akhirnya, penulis menemukan alamat HRD dan akhirnya penulis mengajukan lamaran yang berisi CV, contoh tulisan atau *portfolio* dan transkrip nilai. Penulis sebelumnya mengajukan ke empat tempat yaitu Indonesia Tatler, Femina, Grazia, dan CLARA. Sebelum mengajukan aplikasi magang, penulis mengisi formulir kerja magang yaitu KM-00 dan KM-01 yang kemudian diajukan kepada Kepala Program Studi (Kaprodi) Ilmu Komunikasi, Inco Hary Perdana dan Kepala Program Studi Jurnalistik, F.X. Lilik Dwi Mardjianto.

Setelah disetujui oleh Kaprodi, penulis kemudian penulis mendapatkan persetujuan dan surat pengantar magang atau KM-02. Setelahnya, penulis mengirimkan aplikasi ke empat tempat tersebut. Selang satu hari, Indonesia Tatler menghubungi penulis dan meminta waktu untuk wawancara, keesokan harinya penulis mengikuti wawancara di kantor Indonesia Tatler dan mulai bekerja sebagai pemegang *digital writer* pada hari Selasa, 1 Agustus 2017. Grazia dan CLARA kemudian meminta waktu untuk wawancara, namun akhirnya penulis memutuskan untuk menolak tawaran tersebut dan mengirimkan surat permintaan maaf.