



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 massa berkembang begitu cepat. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah ‘media baru’ telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Terdapat beberapa perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru (McQuail, 2010 dalam Suara, 2011, h. 4) yaitu, yang pertama adalah digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media. Kedua, interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat. Ketiga, mobilitas pada delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan). Terakhir adalah adaptasi publikasi dan peran – peran khalayak.

Di masa-masa sekarang, media massa lebih banyak menggunakan internet karena isi kontennya sangat mudah untuk diakses secara cepat. Meski begitu, banyak orang tidak kehilangan minat untuk membaca secara bentuk fisik, seperti media cetak. Menurut survey Nielsen Consumer & Media View (CMV) kuartal III 2017 yang dilakukan di 11 kota dan meng-interview 17 ribu responden, saat ini media cetak (termasuk Koran, Majalah dan Tabloid) memiliki penetrasi sebesar 8% dan dibaca oleh 4,5 juta orang. Walaupun media baru sekarang sedang bermunculan, tidak membuat media cetak ditinggalkan oleh pembacanya, salah satunya majalah.

Majalah adalah kumpulan artikel, berita, dan sebagainya dalam lembaran kertas, dan dijilid dalam bentuk buku yang terbit secara teratur dalam mingguan atau bulanan (Djurioto, 2004, h. 11). Majalah masih bertahan sesuai jadwal serta pembahasan topik secara mendalam yang membutuhkan waktu yang cukup lama.

Di Indonesia ada berbagai jenis majalah politik, bisnis, gaya hidup, dan sebagainya. Isi dari satu majalah pasti berbeda dengan media cetak lainnya. Seperti majalah Bloomberg Businessweek Indonesia yang isinya dikemas secara *indepth*, namun penulisannya menggunakan gaya penulisan *feature*.

Penulis memilih Bloomberg Businessweek Indonesia sebagai media untuk melaksanakan kerja magang sebagai reporter. Penulis tertarik pada Bloomberg Businessweek Indonesia karena reputasinya sebagai media yang memproduksi majalah bisnis, serta reputasi induk perusahaannya Bloomberg Businessweek di New York, sebagai majalah bisnis yang kredibel dalam penyampaian berita seputar dunia bisnis. Majalah ini juga terus berkembang seiring berjalannya waktu. Penulis ingin berkontribusi dalam menyajikan sebuah informasi untuk masyarakat melalui praktek kerja magang yang dilakukan. Penulis juga memilih perusahaan ini karena penulis yakin bahwa perusahaan ini memiliki peluang untuk dapat mengembangkan dan melatih kemampuan teknis yang sudah dimiliki penulis ke dalam lingkup dunia kerja.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang untuk mengetahui secara mendalam seperti apa proses kerja sebagai seorang reporter di media cetak majalah Bloomberg Businessweek Indonesia serta untuk menambah pengalaman sebagai reporter media cetak terutama belajar menjadi seorang reporter bisnis yang diharapkan dapat membantu penulis saat bekerja nanti setelah lulus dari Universitas Multimedia Nusantara.

Sebagai reporter magang di Majalah Bloomberg Businessweek Indonesia, penulis memiliki kesempatan untuk mempelajari bagaimana menulis artikel dalam gaya Bloomberg Businessweek Indonesia, cara meriset data-data untuk keperluan artikel, bagaimana memilih foto untuk artikel, melakukan liputan langsung ke lapangan, hingga mengikuti rapat editorial untuk menentukan tema mingguan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis magang sebagai reporter di Majalah Bloomberg Businessweek Indonesia mulai tanggal 20 September 2017 hingga 19 Desember 2017. Jam kerja sesuai jam kantor, yaitu jam 09.00 pagi sampai jam 18.00 sore pada hari Senin sampai Jumat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memutuskan untuk melamar magang ke media lain dan penulis mendapat informasi bahwa Bloomberg Businessweek Indonesia juga sedang membuka lowongan magang sehingga penulis mengirim daftar riwayat hidup (*Curriculum Vitae*) serta portfolio melalui surat elektronik pada 15 September 2017 kepada kontak yang penulis dapat, yaitu ke alamat surat elektronik HRD (*Human Resources Departement*) Bloomberg Businessweek Indonesia, Ariani Utari.

Keesokan harinya, pihak Bloomberg Businessweek Indonesia membalas dan membuat janji wawancara pada 18 September 2017. Penulis diwawancarai oleh *Associate Managing Editor*, Fallin Silaban dan *Associate Editor*, Ekarina. Pada 19 September 2017, penulis dihubungi via telepon oleh Ariani Utari dan dinyatakan diterima sebagai reporter magang. Surat resmi penerimaan tersebut kemudian penulis terima pada 2 Oktober 2017.

Surat penerimaan resmi tersebut lalu penulis tukar dengan berkas kerja magang (KM) 3 hingga 7, yang berisi Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, Laporan Realisasi Kerja Magang, Penilaian Kerja Magang, serta Tanda Penyerahan Laporan Kerja Magang. Penulis bekerja magang di bawah bimbingan Fallin Silaban, Ekarina, Anastasia Ika dan anggota tim editorial Bloomberg Businessweek Indonesia lainnya.

Setelah selesai melakukan Praktik kerja magang, penulis mendapatkan penilaian dari pembimbing di tempat magang serta mendapat surat pernyataan telah menyelesaikan praktik kerja magang. Penulis melakukan bimbingan dalam penulisan laporan kerja magang kepada dosen pembimbing, yaitu F.X. Lilik Dwi Mardjianto.