

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pop culture atau budaya populer merupakan istilah yang dikatakan ketika suatu budaya diperkenalkan dan dapat diterima secara luas oleh masyarakat di luar budaya tersebut (Storey, 2018). Popularitas yang didapatkan dari film, musik, drama, serta *pop culture* dari Korea telah menarik perhatian besar dari publik internasional. (Kim & Ryoo, 2012) dan tanpa disadari budaya *Hallyu Wave* ini sudah menjadi fenomena global yang signifikan dalam beberapa dekade tahun terakhir. (Shim, 2019) Pada faktanya fenomena *K-Pop* ini sedang hangat dibicarakan di berbagai negara, terutama juga di Indonesia. Fenomena *K-Pop* di Indonesia sudah dimulai pada awal tahun 2000-an ketika drama Korea dan mulai ditayangkan di seluruh televisi nasional di Indonesia. Selain itu, kepopuleran *K-Pop* di Indonesia juga dimudahkan oleh akses internet dan media sosial yang memungkinkan penggemar untuk mengakses konten *K-Pop* dengan mudah (Ainslie, M. J., & Lim, J. B.Y. (Eds.) 2015).

Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak penggemar genre lagu dari Korea Selatan dan masih berkembang sampai saat ini dengan adanya banyak event-event *K-Pop* yang diselenggarakan di Indonesia terutama di berbagai kota besar yang berisi acara lomba maupun showcase dance cover *K-Pop*. Seperti yang dilansir dari KOMPAS, laporan dari Twitter yang sekarang dikenal dengan X, tagar #KpopTwitter tahun 2021 menyebutkan kalau Negara Indonesia menjadi negara yang paling banyak men-tweet/mencuit mengenai Kpop. Informasi ini diumumkan pada tanggal 28 Januari 2022 oleh X sendiri, X merilis daftar negara-negara yang paling banyak menulis tweet tentang *K-Pop*. Dari 20 negara yang ada di daftar X, Negara Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah tweet tentang *K-Pop* terbanyak sepanjang tahun 2021. Pada tahun 2023, sudah lebih dari 20 artis *K-Pop* ternama melancarkan konser atau fanmeet atau fancon di Indonesia, seperti grup TWICE, LE

SSERAFIM, TXT, aespa, Red Velvet, dll. Hal ini menjadi salah satu bukti berkembangnya budaya *Hallyu Wave* di Negara Indonesia. Seiring *Hallyu Wave* berkembang di Indonesia, membuat beberapa media hadir dengan memfokuskan pemberitaan mereka ke bidang *entertainment* khususnya di Korea, seperti Coppamagz dan KVIBES pada beberapa platform media sosial.

Di era informasi digital yang kita secara terus-menerus berkembang, peran jurnalisme setiap harinya memiliki peran yang semakin penting dalam menyajikan informasi yang terpercaya dan relevan untuk masyarakat konsumsi. Magang di bidang jurnalistik memberikan kesempatan bagi kami semua para mahasiswa jurnalistik untuk mendapatkan pengalaman yang pastinya praktis dalam meliput berita, menulis artikel, serta memahami etika dan proses jurnalisme yang baik. Penulis juga memilih untuk melakukan magang pada media *entertainment*.

Salah satu cara untuk menerima informasi atau berita terkini ialah lewat media sosial. Menurut situs GoodStats, Orang Indonesia yang menggunakan media sosial pada tahun 2023 mencapai pada 76,04%, data tersebut menunjukkan bahwa cukup banyak Warga Indonesia menggunakan media sosial untuk mengonsumsi berita atau informasi yang ingin dilihat pada media sosialnya. Dalam magang yang Penulis jalani di Coppamagz ini menjadi jurnalis, Penulis terlibat dalam berbagai kegiatan, mulai dari melakukan riset, melakukan wawancara, hingga menulis berita pada suatu acara kegiatan yang berhubungan dengan dunia *entertainment* khususnya pada bidang *K-Pop* dan *K-Drama*. Penulis memilih untuk mengambil magang di Coppamagz karena Penulis memiliki ketertarikan yang tinggi pada bidang *Entertainment* Korea Selatan serta Penulis memiliki hubungan baik dengan CEO Coppamagz serta beberapa karyawan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1. Memberikan gambaran mengenai tantangan yang dihadapi pada saat magang berlangsung dan bagaimana cara menghadapinya.
2. Memantau pencapaian dan kontribusi apa saja yang telah dilakukan selama magang.
3. Membuat refleksi mengenai pengalaman magang yang membuat pemahaman untuk diri sendiri serta memberi wawasan yang baru terhadap lingkungan kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Magang berlangsung dari tanggal 14 September 2023 hingga 27 Februari 2024. Masa magang selama enam bulan tersebut memberikan kesempatan untuk saya terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan redaksi dan produksi konten dan berita di Coppamagz. Berikut adalah prosedur kerja magang saya di Coppamagz.

1. Pada awal masuk magang, Penulis menjalani masa orientasi yang berisi pemahaman mengenai perusahaan, sejarah, struktur dan cara kerja.
2. Penulis diberikan tanggung jawab untuk mengumpulkan informasi, dan menyusun materi untuk diunggah ke media sosial.
3. Penulis juga dibimbing langsung dari Tim Redaksi Coppamagz seperti metode Penulisan berita dan cara wawancara.
4. Selama bekerja secara berkala, Penulis mendapatkan saran yang bersifat konstruktif mengenai kinerja Penulis dalam tim dari pemimpin redaksi dan rekan tim redaksi yang membantu Penulis untuk meningkatkan kualitas kerja dan memperbaiki kekurangan Penulis.
5. Penulis juga memanfaatkan kesempatan ini untuk menghadiri beberapa konferensi pers, acara yang terkait industri media, menghadiri acara yang menghadirkan artis *K-Pop* serta wawancara.