



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 Masalah

Media massa berkembang pesat di Indonesia. Kebutuhan masyarakat untuk mengetahui informasi lebih banyak menjadi salah satu alasan maraknya media massa di Indonesia. Media massa menjembatani komunikasi antar media massa. Ditambah fungsi media massa mendukung hal tersebut.

Menurut Pareno (2005, h. 7) fungsi media massa ada empat yaitu fungsi menyiarkan informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi mempengaruhi. Keempatnya melekat menjadi satu dalam media massa. Karenanya media massa bisa dibilang memiliki *four in one function*.

Salah satu media massa yang berkembang pesat di Indonesia dan memiliki *four in one function* adalah media cetak, khususnya majalah. Dalam beberapa tahun terakhir, industri majalah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang tinggi (Morissan, 2010, h. 281). Peningkatan soal industri media di Indonesia lebih mengarah pada majalah dengan segmentasi khusus. Seperti munculnya majalah PR yang diterbitkan oleh Dewan Pers Indonesia.

Menurut Yunus (2012, h. 29) majalah adalah media komunikasi yang menyajikan informasi (fakta dan peristiwa) secara mendalam. Diterbitkan berkala dalam mingguan, dwi mingguan, atau bulanan. Romli (2008, h. 84) mengatakan sebagai media massa, majalah dinilai cukup efektif. Hal ini karena majalah tidak terfokus pada waktu (bisa dibaca berulang-ulang atau *timeliness*). Keunggulan lainnya sebagai media jurnalistik, majalah membutuhkan kreativitas dalam penyajiannya. Kreativitas itu ditentukan oleh segmentasi pembaca majalah itu sendiri.

Di Indonesia ada berbagai majalah. Pembagian majalah biasanya berdasarkan segmentasinya. Seperti majalah *Tempo* yang berisi berita-berita aktual yang ditulis lebih mendalam daripada surat kabar. Majalah *Femina* dan *Kartini* berisikan informasi-informasi terbaru untuk wanita-wanita. Ada juga majalah

khusus pria seperti majalah *Men's Health*. Tidak ketinggalan untuk remaja usia SMP dan SMA ada majalah *Hai, Go Girl*, dan *Kawanku*.

Selain berdasarkan segmentasinya, Dominick (2005, dikutip dalam Ardianto, Kumala, & Karnilah, 2007, h. 113) menyebutkan ada lima kategori klasifikasi majalah, yaitu:

- 1) *General Consumer Magazine* (majalah konsumen umum),
- 2) *Business Publication* (majalah bisnis),
- 3) *Literacy Reviews and Academic Journal* (majalah review dan sastra),
- 4) *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala), dan
- 5) *Public Relations Magazine* (majalah humas).

Kategori *general consumer magazine* mengalami perkembangan dinamis pada awal tahun 1900-an. Mengikuti perkembangannya, majalah dengan genre khusus mulai bermunculan. Segmentasinya tertuju pada kalangan menengah ke atas. Fokus utamanya pada aktivitas-aktivitas dan kebutuhan khusus. Selain itu topik-topik yang dipilih memiliki tingkat urgensi tinggi seperti kesehatan (Dominick, 2005, dikutip dalam Ardianto, Kumala, & Karnilah, 2007, h. 113).

Berangkat dari hal ini, majalah dalam kategori *general consumer magazine* memperluas bahasanya ke bidang kesehatan khususnya dunia kedokteran. Diketahui bersama bahwa dunia kesehatan dan kedokteran terlalu besar dan penting hanya diketahui dan diserahkan kepada dokter dan tenaga media lainnya saja.

PT Geotimes Aksara Media, salah satu perusahaan media yang beberapa kali menerbitkan media cetak bermitra dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) yang menanggung profesi dokter untuk menerbitkan sebuah majalah. Majalah ini bernama majalah *The Indonesian Doctor*. Sesuai dengan frase Perancis yang terkenal, *Noblesse Oblige* yang berarti kekuasaan, kekayaan, dan kehormatan (Sudradjat, 2016, para. 1) gabungan dokter dan jurnalis akan mendatangkan tanggung jawab dan senjata yang besar pula.

Majalah *The Indonesian Doctor* termasuk dalam majalah kesehatan. Tujuan diterbitkan majalah ini guna memberikan informasi kepada masyarakat khususnya

dokter dan tenaga kesehatan lainnya mengenai dunia kesehatan dan apa saja dibaliknya.

Formula utama yang digunakan majalah *The Indonesian Doctor* agar mendapat perhatian dari masyarakat adalah mengombinasikan antara berita dan foto sesuai apa kata Straubhaar, LaRose, & Daveport (2006, h. 101). Penggunaan foto dan grafik akan banyak digunakan agar penampilan setiap halaman semakin rapi dan mudah dibaca.

Penulisan artikel akan memuat unsur-unsur humaniora atau *human interest* dengan *trend* tulisan populer yang mengacu pada standar penulisan jurnalistik. Artikel dalam majalah *The Indonesian Doctor* tidak ditulis lugas tetapi diperhalus dengan memberikan sentuhan *soft news* atau *feature*. *Feature* menurut Ishwara (2008, h. 59) adalah penulisan berita yang kreatif, subyektif, yang dirancang untuk menyampaikan informasi dan hiburan kepada pembaca. Hal ini mengingat tidak semua peristiwa atau cerita bisa disampaikan secara lugas seperti hard news.

Menulis *feature* menuntut kemampuan seorang wartawan mampu memaparkan lebih dari sekedar berbicara mengenai suatu kejadian. *Feature* adalah karya seni namun faktual. Dalam menuliskannya, wartawan harus mengontrol fakta dengan cara seleksi, struktur, dan interpretasi. Mengontrol fakta bukan berarti beropini tetapi berusaha memberikan pandangan lebih jelas mengenai peristiwa yang terjadi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mendapatkan peluang untuk melakukan praktik kerja magang di salah satu media cetak yaitu majalah *The Indonesian Doctor*. Penulis menjadi seorang reporter. Pemberitaan dalam majalah *The Indonesian Doctor* membahas mengenai peristiwa dan apa dibalik dunia kesehatan di Indonesia dan internasional khususnya kedokteran dan tenaga kesehatan lainnya. Penulisan berita di majalah ini lebih mengacu pada *feature*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis yang ingin dicapai dalam kerja magang ini antara lain:

- 1) Mengaplikasikan teori dan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani kuliah ke dalam dunia kerja.
- 2) Melatih kreativitas dan kesigapan penulis dalam melihat suatu peristiwa sehingga bisa dijadikan berita atau tulisan.
- 3) Mengetahui perbedaan antara ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dengan pelaksanaan kerja di media massa khususnya media cetak.
- 4) Memperoleh pengalaman kerja sesungguhnya dari salah satu media cetak di Indonesia.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan mulai tanggal 25 Januari 2016 sampai dengan 25 Maret 2016. Kantor redaksi berada di jalan Lembang No. 47, Menteng, Jakarta Pusat. Waktu kerja berlangsung selama 5 hari kerja dan dua hari libur, dengan jam kerja pukul 10.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Namun waktu selesai kerja bisa disesuaikan dengan tugas yang diberikan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berawal dari informasi magang di Twitter dari *account* @KampusUpdate penulis mengirim CV, portofolio, surat keterangan dari kampus, dan transkrip nilai kepada ketiga media melalui *via email*. Pertama di *MNC Media* untuk posisi *writing*/penulis, kedua di portal *online* olahraga *Indosport.com* untuk posisi reporter sosial media, dan ketiga di PT Geotimes Aksara Media untuk posisi reporter dan penulis.

Pengiriman CV, portofolio, surat keterangan dari kampus, dan transkrip nilai ke *MNC Media* dan *Indosport.com* bersamaan dilakukan pada tanggal 9 Januari 2016 sementara ke PT Geotimes Aksara Media pada tanggal 18 Januari 2016.

Namun ternyata, redaksi PT Geotimes Aksara Media langsung membalas *email* penulis dan meminta melakukan wawancara pada pukul 13.00 di kantor redaksi. Lalu penulis segera melakukan wawancara dan hari itu juga diterima melakukan praktik kerja magang di PT Geotimes Aksara Media.

Setelah meninggalkan kantor redaksi PT Geotimes Aksara Media, ternyata penulis menerima *e-mail* permintaan wawancara oleh HRD *Indosport.com* pada esok hari. Tetapi karena penulis sudah diterima lebih dahulu di PT Geotimes Aksara Media akhirnya penulis membalas *email* permintaan maaf karena tidak bisa memenuhi permintaan wawancara.

Penulis menerima surat yang menyatakan bahwa penulis diterima praktik kerja magang di PT Geotimes Aksara Media. Surat itu penulis tukarkan kepada BAAK Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapat KM 03 sampai KM 07.

Pada hari pertama praktik kerja magang, Editor Senior PT Geotimes Aksara Media, Herstaning Ichlas memberitahu bahwa penulis akan bekerja sebagai reporter pada produk baru PT Geotimes Aksara Media yaitu majalah *The Indonesian Doctor*. Penulis pun bekerja di bawah bimbingan langsung dari Herstaning Ichlas.

Akan tetapi dikarenakan masalah eksternal, Herstaning Ichlas hanya membimbing selama dua minggu saja. Setelah itu, penulis dibimbing oleh pemimpin umum PT Geotimes Aksara Media sekaligus pemimpin redaksi majalah *The Indonesian Doctor*, Farid Gaban dan didampingi oleh sekretaris redaksi, Yulli Suryawan.