



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

Seiring dengan bertambahnya media di Indonesia, tidaklah sulit bagi masyarakat untuk menemukan informasi. Kemajuan teknologi juga menambah kecepatan beredarnya berita (Ishwara, 2011:48). Namun, media-media tentu punya target atau segmen dalam menyebarkan informasi. Dengan segmen tersebut, tentunya media memiliki gaya sendiri dalam pemberitaan, mulai dari jenis informasi yang disampaikan sampai penulisan beritanya.

Harcup (2009: 40) mengatakan bahwa pengemasan berita memang perlu ditinjau sesuai dengan keterkaitan dan ketertarikan khalayak lalu digabungkan dengan kepentingan bisnis media. Oleh sebab itu tidaklah menjadi sesuatu yang mengherankan bagi media untuk kemudian menentukan segmen audiens tertentu.

Salah satu media yang membidik pada pasar segmen tersebut adalah Tabloid *HaloJepang!*. Tabloid ini menyasar kalangan ekspatriat Jepang, dan warga Indonesia yang tertarik dengan kebudayaan Jepang.

Bermula pada tabloid komunitas Jepang berbahasa Indonesia pada 2001, di bawah arahan Jakarta Shimbun, *HaloJepang!* mencoba hal baru yang berupa pembukaan situs online, yakni NusantaraNews pada 2008 yang merupakan versi online dari HaloJepang!.

Pada 2010 silam, NusantaraNews pun diubah menjadi HaloJepang.com atau *HaloJepang! Online*. Dengan basis berita yang sama, yakni terkait hubungan Indonesia-Jepang serta aktifitas perusahaan, nirlaba, dan pemerintah Jepang di Indonesia.

Seperti halnya media-media yang lain, *HaloJepang!* juga menerapkan standar kerja yang sesuai dengan kaidah-kaidah jurnalistik. Mereka menyajikan

beragam artikel dengan format *hardnews* (berita keras) dan *feature* (berita lunak). Informasi-informasi aktual, terutama terkait bisnis dan sosial, lebih banyak disajikan dengan format *hard news*. Sedangkan informasi terkait gaya hidup, seni dan budaya serta liputan-liputan khusus ditampilkan dengan gaya *feature*.

Perbedaan penyajian bidang-bidang di atas tersebut tidak lepas dari fungsi jenis tulisan berita. Seperti dituturkan Ishwara (2011: 58) berita *hardnews* digunakan untuk mengedepankan fakta dan disusun berdasarkan urutan dari yang paling penting hingga kurang penting. Sedangkan, *feature* yang merupakan penulisan kreatif, digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih bersifat menghibur.

Dengan segmen pembaca yang berkarakteristik khusus, tentu HaloJepang! memiliki gaya penulisan yang lebih spesifik. Baik terkait topik liputan dan gaya bahasa yang dituangkan dalam tulisan berita.

Berangkat dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk praktik kerja magang di HaloJepang!. Penulis memilih untuk melaksanakan kerja magang di HaloJepang! karena ingin mengasah kemampuannya dalam menulis berita-berita yang terkait dengan bisnis dan gaya hidup. Penulis juga mempelajari dua gaya penulisan sekaligus, dengan begitu penulis bisa memahami jenis-jenis tulisan yang ada dalam media.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan agar penulis memiliki kemampuan profesional dalam dunia kerja. Penulis juga mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapat selama proses perkuliahan. Selain itu, penulis mendapatkan pengalaman dunia kerja yang dapat dimanfaatkan nantinya untuk terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Penulis menjalankan kerja magang di HaloJepang! bertujuan untuk menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai dunia kerja, mulai dari cara sampai ritme kerja. Penulis juga dapat mengasah kemampuan dalam teknik

menulis berita, baik *hard news* maupun *feature*. Hal-hal yang ditekankan pun pada faktualitas (fakta-fakta dalam berita), pengambilan *angle*, dan memecah berita menjadi beberapa topik yang berbeda.

Lebih lanjut, dengan praktik magang ini, penulis dapat mengetahui apakah yang dipelajari selama di bangku kuliah sudah dapat diaplikasikan sepenuhnya dalam menjalani proses kerja magang. Kerja magang juga merupakan syarat yang harus dijalani penulis untuk lulus mata kuliah *internship* yang diambil penulis.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Dalam prosesnya, kerja magang dimulai pada 26 Juni 2014 sampai September 2014 dan dibagi menjadi dua periode. Periode I, dari tanggal 26 Juni 2014 -31 Juli 2014. Periode II berlangsung mulai 1 September 2014 – 3 Oktober 2014. Pembagian periode ini merupakan kebijakan HaloJepang! untuk memberi kesempatan bagi mahasiswa dari universitas lain.

Kerja magang dilaksanakan pada Senin sampai Jum'at mulai pukul 09.00-19.00 dengan proses kerja yang diawali dengan liputan ke lapangan lalu kembali ke kantor untuk melakukan proses penulisan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mempersiapkan diri untuk mulai mencari lowongan magang pada akhir Maret 2014, dengan melihat lowongan melalui website perusahaan ataupun situs-situs resmi yang menyediakan tempat untuk mengumumkan lowongan magang. Penulis melakukan pengecekan pada @KampusUpdate dan Jobstreet.com.

Kemudian sebelum masa magang, penulis terlebih dahulu mengikuti bimbingan magang dari kampus Universitas Multimedia

Nusantara. Penulis mendapat tawaran untuk mencari magang melalui *Career Development Center (CDC)*, atau bisa mencari secara personal.

Penulis mencari perusahaan dengan jenis usaha yang sama dengan bidang yang ditekuni dalam kuliah, terhitung sejak mengikuti bimbingan magang.

Penulis mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* pada perusahaan-perusahaan yang dipilih sendiri oleh penulis. Penulis mengirimkan CV kepada beberapa perusahaan media yang diinginkan, seperti Kompas, Tamasya, HaloJepang! dan Cinemags.

Penulis mendapat balasan dari lamaran yang dikirimkan ke HaloJepang!, pada 25 Maret 2014. Pada hari yang sama penulis kemudian melanjutkan komunikasi dengan Pak Arry Raymonds, selaku Senior Editor HaloJepang! Online, kemudian membahas masa magang dan tanggal untuk memulai magang pada akhir Juni 2014.

Sebelumnya, penulis membuat surat keterangan magang yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, pada hari yang sama penulis mengirimkan surat keterangan magang pada pihak HaloJepang!.

Pak Arry Raymonds mengirimkan surat balasan yang berisi HaloJepang! telah menerima penulis untuk kerja magang di perusahaan tersebut pada 24 Juni 2014.

Keesokan harinya penulis menyerahkan keterangan penerimaan dan di hari yang sama mendapat Formulir Kehadiran Magang dan Formulir Realisasi Kerja Magang.

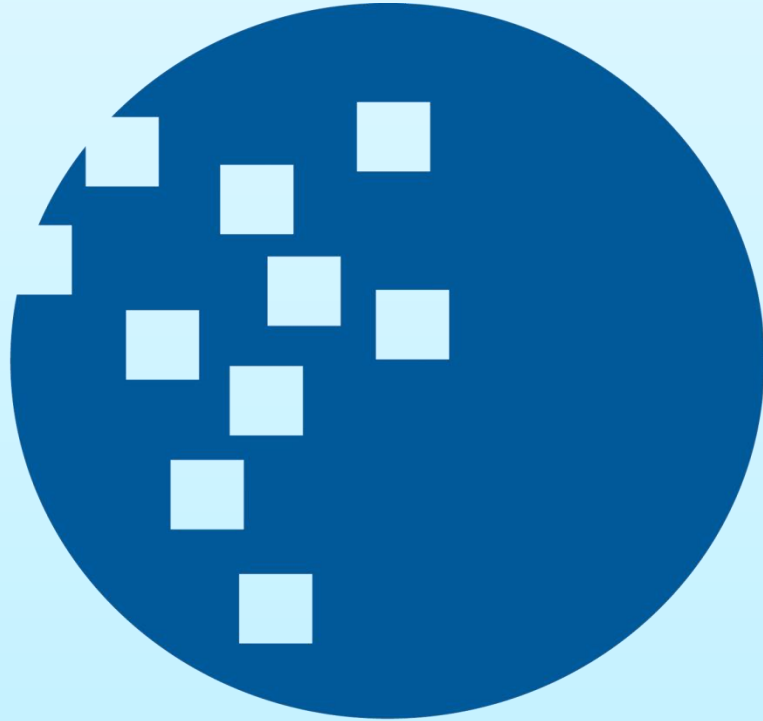
Setelah diterima, hari pertama, yakni pada 25 Juni 2014, penulis datang ke kantor HaloJepang! sesuai permintaan Pak Arry Raymonds. Pada hari yang sama penulis mulai diperkenalkan pada karyawan, staff redaksi, pemimpin perusahaan dari media HaloJepang!, dan langsung diminta untuk membuat berita.

Pak Arry Raymonds sendiri bertindak sebagai mentor magang penulis. Pada hari kedua, penulis mendapat tugas peliputan. Penulis

juga diminta untuk berbaaur dengan staff redaksi lainnya di HaloJepang!.

Selama melakukan magang, penulis juga berkoordinasi dengan dosen pembimbing magang, Bapak Ambang Priyonggo, S.S., M. A. terkait pengerjaan laporan magang.





UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA