



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang berarti manusia membutuhkan manusia lain dalam menjalankan kehidupannya. Sebagai makhluk sosial maka manusia memerlukan interaksi sosial dengan manusia lainnya untuk membentuk sebuah hubungan yang baik dan dapat menguntungkan satu sama lain. Kegiatan interaksi sosial yang dilakukan oleh manusia tentunya tidak lepas dari komunikasi.

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi menjadi penentu terjalinnya hubungan antara sesama manusia. Menurut Saleh *et al.* (2022:1) Komunikasi adalah peristiwa penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui tahapan proses, media atau alat sehingga menimbulkan efek atau pengaruh.

Komunikasi tidak hanya berperan penting dalam kehidupan manusia saja, tetapi komunikasi juga berperan penting dalam suatu perusahaan. Layaknya manusia yang tidak dapat menjalankan kehidupannya seorang diri, perusahaan pun tidak dapat menjalankan kegiatan usahanya tanpa adanya bantuan dari pihak lain. Oleh sebab itu perusahaan juga perlu melakukan dan menjaga komunikasi untuk membangun hubungan baik dengan berbagai pihak yang terkait agar perusahaan tersebut dapat berjalan dengan optimal.

Komunikasi pada perusahaan dilakukan oleh Departemen *Public Relations*. PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Divisi Bogasari memiliki Departemen *Public Relations* untuk mengatur komunikasi perusahaannya dengan berbagai pihak. Departemen *Public Relations* Bogasari membutuhkan alat bantu atau media komunikasi dalam menjalankan tugasnya yang berkaitan dengan menjaga komunikasi dengan pihak dalam dan luar organisasi. Media komunikasi dibutuhkan untuk menyampaikan pesan dan informasi yang ingin disampaikan oleh Departemen *Public Relations* Bogasari kepada pihak-pihak yang ditujunya.

Media komunikasi yang digunakan oleh Departemen *Public Relations* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Divisi Bogasari Flour Mills adalah media *online* dan media cetak. Media *online* yang digunakan oleh Departemen *Public Relations* Bogasari untuk membantu menyalurkan informasi adalah Instagram, Facebook, YouTube, dan situs resmi Bogasari. Media cetak yang digunakan oleh Departemen *Public Relations* Bogasari adalah majalah.

Majalah merupakan media berbasis cetak berisi konten-konten beserta gambar, dikemas secara menarik dan ditampilkan dengan sederhana agar memudahkan dalam memahami konsep. Selain konten tersebut, majalah ini berisi informasi-informasi edukatif yang dapat menambah wawasan (Pratiwi *et al.* 2017:28). Majalah yang dimiliki oleh Bogasari adalah Majalah Wacana Mitra. yang ditujukan untuk kepentingan kalangan bisnisnya yaitu para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) atau biasa disebut Mitra Bogasari.

Majalah Wacana Mitra merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Divisi Bogasari Flour Mills untuk memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Majalah Wacana Mitra pertama kali diterbitkan pada tanggal 14 Februari 2001. Majalah Wacana Mitra ditujukan kepada kalangan bisnis Bogasari yaitu para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) atau biasa disebut Mitra Bogasari. Majalah

Wacana Mitra selalu berupaya untuk memberikan informasi-informasi menarik yang dapat membangkitkan semangat para Mitra Bogasari dalam menjalankan usaha mereka. Informasi-informasi yang ada pada majalah tersebut dikemas dalam bentuk *feature*.

Feature adalah cerita khas kreatif yang berpijak pada jurnalistik sastra tentang situasi, keadaan, atau aspek kehidupan, dengan tujuan memberi informasi sekaligus menghibur khalayak media massa (Sugiharto 2019:126). *Feature* dibuat untuk memberikan informasi sekaligus menghibur, oleh sebab itu *feature* harus dibuat dengan menarik. Untuk membuat *feature* yang menarik maka diperlukan berbagai proses mulai dari perencanaan, pencarian informasi, penulisan, hingga penyuntingan agar *feature* dapat disematkan dalam majalah.

Majalah Wacana Mitra mengangkat tema “50 UKM Berpengaruh” dalam rangka ulang tahun Bogasari yang ke-50, sekaligus bertepatan dengan acara Bogasari Small Medium Enterprise Award 2021. 50 UKM berpengaruh tersebut merupakan para Mitra Bogasari yang telah lolos seleksi dan menjadi pemenang dalam Bogasari SME Award 2021. Sebagai salah satu bentuk apresiasi dari Bogasari, kisah sukses para Mitra Bogasari yang terpilih sebagai pemenang dari Bogasari SME Award 2021 akan disematkan dalam Majalah Wacana Mitra edisi Bogasari SME Award 2021. Kisah sukses para mitra tersebut dibuat dalam bentuk *feature* yang nantinya akan dicantumkan dalam majalah tersebut yang diharapkan dapat memberikan inspirasi serta membangkitkan semangat seluruh Mitra Bogasari untuk terus mengembangkan usaha miliknya.

Penulis memilih judul yaitu “Proses Produksi *Feature* pada Majalah Wacana Mitra Edisi Bogasari SME Award 2021” karena banyak hal-hal dan perjuangan yang menarik untuk diungkap atau diketahui dari proses produksinya dari sudut pandang penulis. Selama ini pembaca Majalah Wacana Mitra hanya mengetahui isi dari majalah tersebut tanpa mengetahui bagaimana proses produksinya. Oleh karena itu, dengan adanya Laporan Akhir ini diharapkan pembaca dapat mengetahui bagaimana proses produksi *feature* pada Majalah Wacana Mitra.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada pada latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana proses produksi *feature* pada Majalah Wacana Mitra Edisi Bogasari SME Award 2021?
- 2) Bagaimana hambatan dan solusi dalam proses produksi *feature* pada Majalah Wacana Mitra Edisi Bogasari SME Award 2021?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan proses produksi *feature* pada Majalah Wacana Mitra Edisi Bogasari SME Award 2021.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses produksi *feature* pada Majalah Wacana Mitra Edisi Bogasari SME Award 2021.