

## ABSTRAK

Gracia Sharon (01041180015)

### **AKTIVITAS MANAJEMEN REDAKSI DALAM PEMBUATAN ARTIKEL BERITA DI MEDIA *ONLINE* HARPER'S BAZAAR INDONESIA**

(xv + 89 Halaman: 44 gambar; 33 lampiran)

Kata Kunci: Manajemen Redaksi, Artikel Berita, Media *Online*, Jurnalisme *Online*

Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat di era globalisasi ini, hal tersebut muncul karena lahirnya dunia digital dan internet. Perkembangan tersebut membuat manusia merubah aktivitas kesehariannya dalam mengerjakan apa pun, termasuk dalam mencari informasi atau artikel berita. Banyak sekali media massa yang secara sadar harus ikut serta menambah platform media *online* untuk dapat terus berlangsung. Salah satu perusahaan media *online* di Indonesia yang mengikuti perkembangan tersebut ialah Harper's Bazaar Indonesia.

Harper's Bazaar Indonesia merupakan salah satu perusahaan pelopor waralaba media massa yang fokus pada bidang *fashion, beauty, dan lifestyle*. Pertama kali hadir dalam bentuk cetak, dan sejak tahun 2012 resmi membuka platform media *online* berbasis web. Sejak itu, untuk menyesuaikan target pembaca dalam web, yang berbeda dengan target pembaca cetak, perusahaan tentunya membutuhkan aktivitas kerja manajemen redaksional yang mendukung untuk menerapkan jurnalisme *online*.

Pemagang melaksanakan program magang di Harper's Bazaar Indonesia selama 6 bulan sebagai penulis, atau yang disebut perusahaan sebagai *digital writer*. Tujuan pemagang selama menjalani kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui aktivitas manajemen redaksional di media *online* Harper's Bazaar Indonesia dan mengetahui penerapan aktivitas jurnalisme *online* pada artikel berita di media *online* Harper's Bazaar Indonesia. Setelah menjalani keseluruhan kegiatan magang, dapat disimpulkan bahwa aktivitas manajemen redaksional yang dijalani dalam perusahaan, khususnya bagian media *online*, sebagian besarnya sesuai dengan tahapan konsep yang terkemuka yakni tahapan perencanaan berita, tahapan pengumpulan bahan berita, tahap penulisan naskah, dan tahap penyuntingan naskah.

Referensi: 28 (1999-2021)

## ***ABSTRACT***

Gracia Sharon (01041180015)

### **EDITORIAL MANAGEMENT ACTIVITIES HARPER'S BAZAAR INDONESIA ONLINE MEDIA ON MAKING NEWS ARTICLES**

(xv + 89 Pages: 44 images; 33 attachments)

Keywords: Editorial Management, News Articles, Online Media, Online Journalism

Information and communication technology has grown rapidly in this era of globalization as a result of the emerging internet and digital world. This development has changed human's daily activities, especially when searching for information or news articles. There are lots of mass media that naturally jump onto online media platforms in order to sustain. One of the online media companies in Indonesia that keep tracks of this development is Harper's Bazaar Indonesia.

Harper's Bazaar Indonesia is one of the pioneers in the mass media franchises that focus on the fashion, beauty, and lifestyle industry. The product started out in a printed form, and since 2012, it has officially opened a web-based online media platform. Given the situation, the company needed an editorial management team to support the implementation of online journalism. This change was necessary as an effort to adjust the target audience for the web-based mass media.

The intern undertakes a total of 6 months duration at Harper's Bazaar Indonesia as writer or what the company called as digital writer. The main objective of the intern throughout the whole internship program is to get the hands-on experience of working in the editorial management team activities and knowing the application of online journalism in online media companies. After going through the whole internship program, it can be concluded that the editorial management division, specifically the online media segment, mostly suitable with the leading concept stages. Notably, the news planning stage, the news material collection stage, the script writing stage, and the script editing stage.

Reference: 28 (1999-2021)