



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

Berkembangnya jurnalisme *lifestyle* dimulai pada tahun 1950an hingga 1960an. Awalnya, jurnalisme *lifestyle* adalah sebuah konten yang disisipkan bukan sebagai fokus utama dalam sebuah koran tetapi sebagai konten tambahan (Hanusch, 2013, p.1). Menurut Cole (2005), jurnalisme *lifestyle* sangat dibutuhkan karena seiring teknologi berkembang, halaman di dalam koran semakin bertambah sehingga konten yang diperlukan juga bertambah (dikutip dalam Hanusch, 2013, p.1).

Mengikuti proses perkembangan, kini jurnalisme *lifestyle* tidak hanya berfokus dalam koran atau media cetak. Dalam era ini, banyak media yang berkonvergensi menjadi media *online* dan kemudian bersaing dalam internet (Hargreaves, 2005, p. 12). Konvergensi ini dilakukan karena kebutuhan masyarakat akan berita semakin meningkat. Dengan berita *online*, maka berita akan lebih cepat sampai ke pembaca dan sangat efisien untuk dibaca di mana saja.

Dalam riset Nielsen Desember 2017 dinyatakan, pembaca di media *online* lebih banyak daripada media cetak. Terdapat 6 juta pembaca berita media *online*, 4,5 juta pembaca media cetak, dan 1,1 juta yang membaca keduanya (Adam, 2018).

Ragam berita dalam media *online* pun bermacam-macam. Ragam berita ini dibagi menjadi berbagai kanal seperti *news*, ekonomi, *entertainment*, *lifestyle*, hingga kuliner. Seperti yang diungkapkan oleh Rudin dan Ibbotson (2002) jurnalisme tidak melulu serius atau *hard news* tetapi juga ringan dan menghibur (p. 8). Inilah yang menjadi landasan dalam jurnalisme *lifestyle*. Menurut Hanusch (2013), jurnalisme *lifestyle* menghasilkan berita yang ringan sehingga mudah untuk dikonsumsi khalayak (p.1).

Jurnalisme *lifestyle* memiliki pasar yang kuat karena jurnalisme ini menghasilkan berita yang dapat dikonsumsi sehari-hari (Hanusch, 2013, p.3). Lewis dan Roser (2018) mengatakan, alasan lain yang membuat jurnalisme *lifestyle* berkembang adalah adanya peningkatan waktu luang yang membuat meningkatnya konsumsi juga permintaan konten hiburan (dikutip dalam From, 2018, p.4). Oleh karena itu, jurnalisme *lifestyle* biasanya digunakan sebagai strategi bagi media untuk bersaing dengan media lainnya (From, 2018, p. 4).

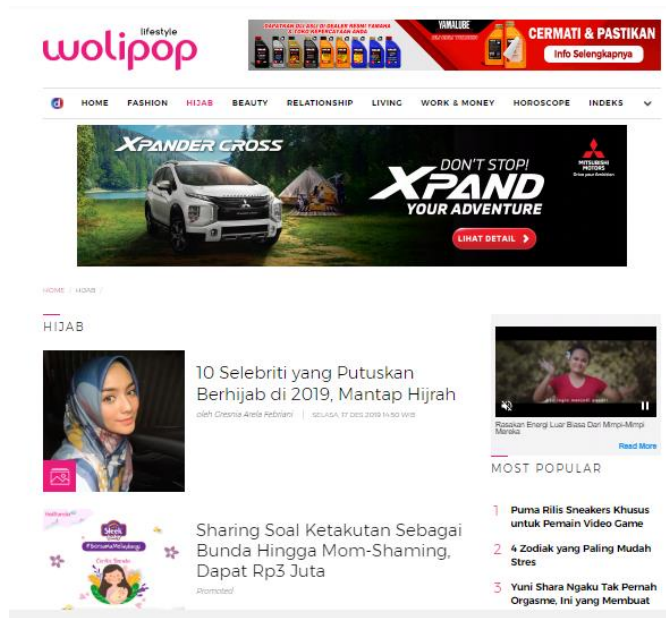
Dalam kerja magang ini, penulis bergabung dalam media *lifestyle*. Media *lifestyle* di Indonesia besar dan berkembang pada industri cetak sebelum era konvergensi. Namun, beberapa majalah akhirnya gulung tikar, seperti *Rolling Stone Indonesia*, karena tidak relevan lagi dengan pola kebutuhan membaca berita audiens yang serba cepat (Adam, 2018, para. 9).

Selain itu, tidak semua media cetak kandas namun ada pula yang berevolusi menjadi format *online*, layaknya *Hai*, *Nylon*, *Chic*, *Instyle*, dan *Kawanku*. Tetapi, terlepas dari tantangan format media, ternyata media *online* juga harus bersaing dengan *influencers* untuk mendapatkan kepercayaan pembaca. Hasil percakapan tirto.id dengan Anindya Devy seorang pemimpin redaksi Nylon Indonesia mengungkapkan, pembaca lebih percaya kepada *influencers* ketimbang media itu sendiri (Adam, 2018, para. 20). Hal ini menyatakan bahwa media *online* dan media sosial juga bersaing dalam aspek tertentu.

Media *online lifestyle* sebagai tempat kerja magang penulis adalah dream.co.id. Media ini sedikit berbeda daripada media *online lifestyle* lainnya karena dream.co.id merupakan media *lifestyle* muslim. Beberapa media *lifestyle* di Indonesia seperti fimela.com dan wolipop.detik.com sebagai contohnya, mengupas berita *lifestyle* yang lebih umum dan luas. Namun, pada wolipop.detik.com terdapat kanal hijab, yaitu kanal yang memberikan berita dan artikel tentang *lifestyle* muslim. Sayangnya, di kanal ini hanya membahas *lifestyle* dalam cakupan yang sempit dan tergeneralisasi hanya untuk

audiens perempuan. Ada pula penampakan kanal hijab ini seperti yang ditunjukkan dalam gambar 1.1.

**Gambar 1.1 Kanal Hijab wolipop.detik.com**



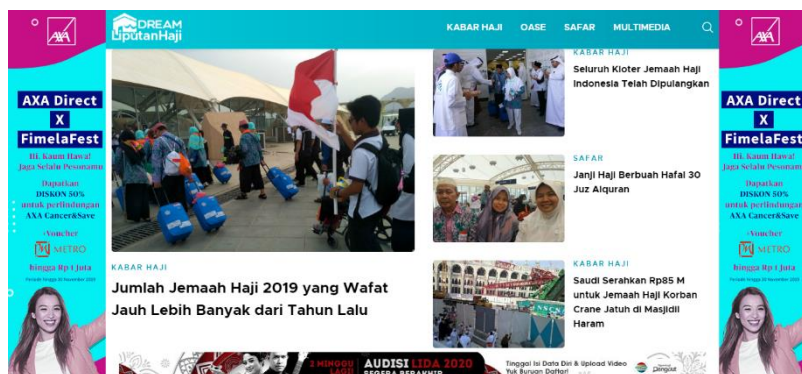
Sumber: [www.wolipop.detik.com](http://www.wolipop.detik.com)

Sementara itu, di media [dream.co.id](http://dream.co.id) menghadirkan berbagai macam kanal yang cocok dibaca oleh semua kalangan. Walaupun [dream.co.id](http://dream.co.id) berbasis muslim *lifestyle*, tidak menutup kemungkinan media *online* ini hadirkan berita di luar serba-serbi muslim. Sebagaimana yang dijelaskan oleh From (2018), jurnalisme *lifestyle* sering didefinisikan sebagai oposisi terhadap idealisme normatif jurnalisme. Jurnalisme *lifestyle* pada umumnya menggabungkan berbagai elemen jurnalistik seperti *soft news*, jurnalisme layanan, jurnalisme konsumen, bahkan jurnalisme budaya (From, 2018, p. 1). Inilah yang diterapkan dalam media [dream.co.id](http://dream.co.id) dalam memublikasikan beritanya setiap hari.

Penulis tertarik untuk bekerja magang di media dream.co.id karena ingin mengetahui kinerja pewarta atau reporter dalam media *lifestyle* muslim. Ketertarikan untuk mengetahui lebih dalam akan perbedaan situs *lifestyle* muslim dengan situs *lifestyle* yang tidak tersegmentasi, menjadi semangat penulis untuk bekerja magang di media ini. Dream.co.id memiliki keunikannya sendiri karena media ini memiliki bermacam kanal yang bisa dijelajahi mulai dari *food*, *beauty*, *traveling*, hingga teknologi. Seperti yang dikatakan oleh From (2018), jurnalisme *lifestyle* mencakup berbagai macam topik gaya hidup, memberikan hiburan, serta mengaitkan antara kebutuhan konsumen akan suatu barang dengan gaya hidupnya (p. 7).

Di dalam Dream.co.id juga menghadirkan kanal spesifik yang cocok untuk dibaca oleh pembaca muslim, seperti halnya kanal ekonomi yang diubah menjadi *dinar* untuk lebih mengangkat sisi ekonomi syariah. Media ini tidak membatasi segmentasi terhadap perempuan ataupun laki-laki. Semua dapat membaca situs ini karena terdapat dua kanal yang membedakan berita perempuan dan laki-laki. Yaitu, dalam kanal *women* dan *men*.

**Gambar 1.2** Penampilan ‘Home’ haji.dream.co.id



Sumber: [www.dream.co.id](http://www.dream.co.id)

Untuk memaksimalkan slogan situs muslim *lifestyle*, dream.co.id turut menghadirkan kanal liputan haji. Gambar 1.2 di atas, menunjukkan kanal liputan haji dream.co.id. Kanal ini ada dan ramai ketika bulan haji dimulai. Kanal ini bisa diakses melalui [www.haji.dream.co.id](http://www.haji.dream.co.id)

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Praktek kerja magang ini dilakukan dengan tujuan:

1. Membandingkan konsep jurnalisme *lifestyle* dengan kinerja nyata pada proses kerja magang.
2. Mengetahui perbedaan kinerja reporter dalam media *lifestyle* muslim dengan media *lifestyle* lainnya.
3. Menambah pengalaman sebagai reporter dalam media *lifestyle*.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Proses kerja magang dimulai dengan penulis menyebarkan CV ke berbagai media. Kemudian, penulis mendapat balasan dari HRD KLY (KapanLagi Youniverse) yang meminta untuk melakukan proses wawancara. Setelah melakukan wawancara, penulis menunggu konfirmasi HRD selama satu minggu, sebelum akhirnya melakukan kerja magang di media dream.co.id.

Proses kerja magang dilakukan dari 21 Agustus 2019 hingga 30 November 2019. Jam kerja dalam media ini sangat fleksibel begitu juga dengan hari kerjanya. Karena kerja magang sebagai reporter, maka penulis jarang berada di kantor. Setiap hari, penulis melakukan liputan *event* terkait berbagai macam kanal.

Namun, hal ini bukan berarti penulis tidak pernah melakukan kerja di dalam kantor. Terkadang, ketika jadwal liputan sepi, pembimbing meminta penulis untuk bekerja di kantor. Untuk jam kantor, penulis masuk pukul 10.00 WIB dengan waktu pulang yang tentatif. Ada pula alamat redaksi dream.co.id berada di Jalan Tebet Barat IV nomor 5, Jakarta Selatan.

Dikarenakan pada saat kerja magang terdapat jadwal kelas, penulis tidak melakukan magang untuk satu hari di hari kerja, yaitu Selasa. Selain itu, waktu kerja di hari libur dapat berubah-ubah setiap minggunya. Semua tergantung pada jadwal liputan yang diberikan oleh supervisor. Jika tidak ada jadwal liputan, maka penulis diliburkan.