

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Puluhan tahun terakhir, perkembangan fungsi jurnalis dan konten yang dihasilkan mulai bergeser dari pemahaman jurnalistik tradisional. Koran, majalah, radio, televisi, dan Internet mulai menghasilkan konten yang umumnya disebut sebagai *soft news*, ketimbang *hard news*, atau berita politik yang biasa dipahami sebagai kerja jurnalistik (Hanusch, 2013, p. 1). Melawan ekspektasi masyarakat terhadap bentuk jurnalistik, Zelizer (dalam Hanusch, 2019, p. 193) mengungkapkan kalau bidang jurnalisme lain — seperti jurnalisme layanan, gaya hidup, hiburan, atau jurnalisme olahraga — telah melewati masa "direndahkan, direlatifkan, dan nilainya berkurang di samping keinginannya untuk menjadi sesuatu yang lebih baik". Namun, Hanusch (2019, p. 193) yakin bahwa semakin banyak ilmuwan yang menjadi lebih sadar dan menerima kebutuhan untuk mempelajari peran jurnalisme di luar berita politik.

Salah satu kategori berita yang menarik dan populer untuk dipelajari adalah *lifestyle journalism* atau berita gaya hidup. Dengan berkembangnya cara konsumsi berita masyarakat ke media *online*, dukungan dan ketertarikan terhadap berita gaya hidup juga semakin bertambah. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen dari total penduduk Indonesia yang sudah terhubung ke internet (Pratomo, 2019, para. 4).

Riset lain menemukan kalau berita gaya hidup menjadi salah satu kanal favorit masyarakat Indonesia. Berdasarkan riset *Indonesian Digital Association* (IDA) bersama Baidu Indonesia melalui lembaga riset global GFK, berita gaya hidup merupakan salah satu kategori berita yang digemari pembaca media *online* di Indonesia, dengan persentase di di bawah 30% (Ali, 2016, para. 2). Data UC

Browser, salah satu situs pencarian informasi di Internet, juga menemukan ada lima kategori konten yang digemari orang Indonesia, secara berurutan yaitu berita nasional, hiburan, gaya hidup, sepak bola, dan teknologi (Nawangwulan, 2016, para. 2).

Menurut Hanusch dan Hanitzsch (dalam Hanusch, 2019, p. 194), perubahan pandangan ini juga didukung oleh pergeseran masyarakat yang semakin individual, proses de-tradisionalisasi, dan perubahan nilai terutama di negara-negara ekonomi makmur sehingga semakin banyak orang semakin mengandalkan media untuk memberikan panduan dan nasihat tentang bagaimana menjalani hidup mereka, salah satunya lewat jurnalisme gaya hidup.

Hanusch dan Hanitzsch (2013) mengungkapkan definisi jurnalisme gaya hidup dapat sebagai "liputan jurnalistik dari nilai-nilai dan praktik ekspresif yang membantu menciptakan dan memberi identitas tertentu dalam ranah konsumsi dan kehidupan sehari-hari". Dengan tipikal sub-genre jurnalisme gaya hidup meliputi: *travel* atau perjalanan; fesyen dan kecantikan; kesehatan dan kebugaran; makanan dan masakan; hidup dan berkebun; *parenting* dan keluarga; selebriti; dan teknologi (dalam Hanusch, 2019, p. 195). Sederhananya, jurnalisme gaya hidup melihat pembaca sebagai konsumen, memberi mereka informasi dan saran faktual, dengan cara yang menghibur, tentang barang dan jasa yang dapat mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain populer, Hanusch (2019, p. 194) juga mengungkapkan kalau jurnalisme gaya hidup telah menjadi bidang jurnalisme yang penting dan menguntungkan, yang memberikan signifikansi ekonomi dan budaya yang sangat besar. Bidang jurnalisme ini menjadi penting untuk dipelajari karena kompleksitas, manfaat, serta masih sedikitnya literatur serupa. Kristensen, N. N., etc. (2012) mengungkapkan kalau jurnalis dalam penelitiannya setuju bahwa batasan subjek dalam jurnalisme gaya hidup, pada kenyataannya, tidak terbatas, dan dengan demikian dapat diinterpretasikan dengan sangat berbeda oleh berbagai jurnalis dan surat kabar (dalam Hanusch, 2013, p. 36).

Setelah menimbang fenomena tersebut sekaligus kualitas *Kumparan* melalui situsnya, penulis melihat bahwa *Kumparan* merupakan media *online* yang aktif menjalankan jurnalisme gaya hidup. *Kumparan* juga merupakan salah satu media *online* yang memiliki berbagai kanal khusus untuk jurnalisme gaya hidup, seperti kanal Entertainment, Otomotif, Woman, Tekno & Sains, Bola & Sport, dan kanal Food & Travel. Berfokus pada kanal gaya hidup Food & Travel, *Kumparan* menjalankan jurnalisme makanan sesuai tiga prinsip dari Barry Turner.

Turner, B., etc (2013, p. 100) memfokuskan jurnalisme makanan yang berorientasi pada konsumen, dengan tiga perwujudan prinsip yang mungkin diambil oleh bentuk-bentuk jurnalisme ini: pertama, kolom masakan; kedua, *review* restoran; dan ketiga, artikel *feature* tentang makanan. Lebih jelasnya, Fusté Forné, F. (2017, p. 54-) juga mengungkapkan beberapa topik utama dalam jurnalisme makanan, antara lain; produk, hidangan, koki selebriti, restoran, tempat menjual makanan, *event*, gastronomi, tradisi, nutrisi, media, dan pariwisata.

Sejauh observasi yang dilakukan penulis, jurnalisme makanan yang dijalankan *Kumparan* menerapkan prinsip Turner dan membahas topik jurnalisme makanan Fusté. Selain itu, isu-isu yang diangkat juga relevan dengan cara pemberitaan dan pengemasan yang ringan, sehingga memudahkan para pembaca. *Kumparan* juga memegang nilai-nilai dan standar penulisan berita berdasarkan prinsip jurnalistik yang baik. Maka dari itu, penulis ingin terjun langsung merasakan cara kerja reporter gaya hidup, khususnya menjadi jurnalis makanan, di *Kumparan*.

Hal ini bertujuan untuk mengetahui langsung proses kerja jurnalis gaya hidup di media *online* dengan menggunakan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang di masa perkuliahan yang ada. Penulis berharap pengalaman ini dapat memperkaya pengetahuan penulis terkait praktik jurnalisme gaya hidup, khususnya jurnalisme makanan, di salah satu media *online* di Indonesia.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di *Kumparan* untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah *Internship* sebagai mahasiswa Jurnalistik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, dengan melaksanakan tujuan-tujuan lain sebagai berikut.

1. Menambah pengalaman kerja secara langsung sebagai wartawan di salah satu media *online* di Indonesia.
2. Mendalami proses kerja di *Kumparan* serta menambah pengalaman sebagai reporter tulis yang diharapkan membantu penulis saat bekerja kelak.
3. Mempraktikan dan mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang selama ini didapatkan lewat perkuliahan di kampus seperti mata kuliah *Entertainment Journalism*, penulisan berita, bahasa jurnalistik, riset dan *fact-checking*, serta teknik wawancara dan reportase.
4. Melatih penulis untuk menjadi jurnalis yang dapat beradaptasi dengan cara kerja jurnalis di media *online*, mempelajari bahasa penulisan di media tersebut, serta membangun tanggung jawab dan profesionalitas kerja.
5. Menjadi lebih mampu mendalami isu dan lebih peka dalam melihat nilai berita dalam dunia makanan melalui praktik kerja di *Kumparan*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang penulis lakukan dilaksanakan dalam kurun waktu 64 hari kerja efektif sesuai dengan surat penerimaan magang perusahaan yang diterbitkan dari tanggal 19 Agustus 2020 sampai 18 November 2020. Surat Kerja Magang (KM) yang dikeluarkan oleh kampus juga tertanda pada tanggal 19 Agustus, sehingga tidak ada selisih waktu antara administrasi kampus dengan kerja magang di media terkait.

Penulis menjalani waktu kerja magang normal selama 8 jam sehari yang dimulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Dalam kasus tertentu, penulis dimungkinkan untuk melakukan kerja magang lebih dari 8 jam sehari apabila terjadi penyesuaian jam tayang artikel atau sedang terjadi kepadatan agenda. Akibat pandemi COVID-19, redaksi *Kumparan* menerapkan sistem bekerja dari rumah atau Work From Home (WFH) sehingga jurnalis memiliki kebebasan atas jam kantor asalkan mampu menyelesaikan tugas hari itu dengan tepat waktu atau lebih cepat. Dengan ini, penulis juga dimungkinkan untuk selesai lebih cepat atau bekerja di bawah 8 jam sehari. Penulis seharusnya melakukan praktik kerja magang di kantor *Kumparan* yang bertempat di Jl. Jati Murni no 1A, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Namun, imbas WFH, penulis melakukan kerja magang dari rumah atau sesekali melakukan peliputan di luar kantor saat masa Kebiasaan Baru (New Normal).

Selama periode magang, penulis mengambil satu mata kuliah lain, yaitu Seminar Proposal untuk Jurnalistik yang dilaksanakan secara daring setiap hari Selasa pukul 11.00 WIB hingga 14.00 WIB. Walau begitu, jadwal mata kuliah tersebut tidak mengganggu proses kerja magang, penulis masih dapat menyelesaikan tugas-tugas dari kantor agar tetap dihitung hari kerja efektif.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis harus melewati beberapa rangkaian prosedur untuk melakukan praktik kerja magang di *Kumparan*. Proses membuat *Curriculum Vitae* (CV), mengumpulkan *portofolio* dan mencari informasi tempat magang terlebih dahulu dilalui sebelum penulis mendaftar ke beberapa perusahaan media. Pada periode 1 – 8 Juli 2020, penulis mengirimkan email pengajuan magang ke 5 perusahaan media yang terdiri dari media *online*, TV, dan cetak. Namun, penulis baru melanjutkan proses pencarian magang sejak mendapat panggilan wawancara di media lain pada tanggal 20 Juli. Hingga

10 Agustus, penulis masih mengirimkan pengajuan kerja magang ke 8 perusahaan media berbeda.

Penulis mendapatkan panggilan untuk wawancara secara *virtual* dari *Kumparan* pada 12 Agustus 2020 di siang hari. Selesai wawancara, penulis diberi tugas oleh Ikhwanul Habibi, selaku Kepala Peliputan *Kumparan*, untuk menulis artikel mengenai makanan yang akan dikumpulkan sore hari itu. Pada tanggal 14 Agustus 2020, penulis menerima kabar dari HRD *Kumparan* bahwa penulis telah diterima dan diberi kesempatan magang di perusahaan media tersebut. Penulis juga dijadwalkan untuk mengikuti rapat *virtual* pada tanggal 18 Agustus 2020, dan pada hari yang sama, diumumkan kalau penulis berkesempatan magang dalam tim redaksi *kumparanFOOD*.

Penulis dijadwalkan mulai bekerja dari 19 Agustus 2020 dan dijadwalkan selesai pada 18 November 2020 sesuai permintaan penulis untuk memenuhi persyaratan administrasi magang dari kampus, yaitu minimum 60 hari kerja. Walau terpotong beberapa hari libur atau *weekend*, penulis dapat menyelesaikan jadwal magang tersebut dengan total waktu kerja aktif selama 64 hari.

Prosedur lain berkaitan dengan administrasi kampus juga penulis jalani sesuai dengan ketentuan dari Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK). Penulis mengajukan form KM 01 yang berisi formulir pengajuan surat ke perusahaan yang dituju pada tanggal 17 Agustus 2020. Dua hari setelahnya, KM 01 disetujui dan berganti menjadi KM 02 yang berisi surat pengantar kampus untuk perusahaan yang dituju bertanggal 19 Agustus 2020. Surat penerimaan dari *Kumparan* juga diproses dengan cepat oleh HRD dan dihitung per tanggal 19 Agustus 2020. Beberapa minggu setelahnya, sembari menunggu data supervisi magang, penulis baru mengunggah data Final Form KM 01 dan surat penerimaan magang di my.umn.ac.id. Dengan demikian, penulis mulai terhitung magang di *Kumparan* pada 19 Agustus 2020 sesuai tanggal KM 02 penulis.