



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

Gaya hidup atau *lifestyle* didefinisikan sebagai sebuah cara hidup yang diterapkan sebagai nilai dan perilaku bagi setiap individu. Melalui gaya hidup, individu dapat menghadapi berbagai situasi dengan mengekspresikan diri dan menjalankan kehidupan yang mereka jalani sesuai dengan pilihan gaya hidup mereka, meliputi persoalan konsumsi sandang, pangan dan papan dan cara berkomunikasi. Seperti contohnya, saat individu memilih transportasi yang digunakan ketika mereka bepergian, memilih makanan yang dikonsumsi dan memilih jurusan pendidikan. Hal tersebut menjadi konsep tentang gaya hidup, saat sebuah individu menjalani kebiasaan tertentu hingga menyerupai jalan kehidupan (Jensen, 2007).

Media menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk dan mengubah gaya hidup seorang individu, meliputi media daring. Media daring diartikan sebagai media yang tersaji secara daring atau *online* pada *website* di internet. Dewan Pers melalui Pedoman Pemberitaan Media Siber, menyatakan bahwa media daring adalah segala bentuk media yang mengandalkan internet dalam melakukan kegiatan jurnalistik, memenuhi syarat Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang telah ditetapkan oleh Dewan Pers (Romli, 2018).

Salah satu bentuk dari media *online* adalah *website*. *Website* dapat datang dalam berbagai bentuk, mulai dari web, blog, serta media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube dan lainnya. Tidak hanya dalam bentuk *website*, media online dapat datang dalam bentuk radio *online*, TV *online* dan *e-mail*. Bentuk media *online* diklasifikasikan menjadi berbagai kategori, mulai dari situs berita oleh media cetak dalam bentuk edisi online, radio dan TV (Romli, 2018).

Jurnalisme *online* memiliki berbagai kategori dalam pemberitaannya, salah satunya adalah *lifestyle journalism* atau jurnalisme gaya hidup. Peningkatan konsumsi khalayak akan berita dalam media *online*, telah meningkatkan dukungan dan ketertarikan masyarakat akan topik mengenai gaya hidup. Hal ini dibuktikan oleh riset *Indonesian Digital Association* (IDA) bersama Baidu Indonesia, melalui lembaga riset global GFK, di mana topik atau berita gaya hidup menjadi salah satu kategori berita yang diminati oleh para audiens atau pembaca media *online* di Indonesia. Berita gaya hidup, yang meliputi topik kecantikan atau fesyen, liburan dan hobi memiliki persentase sebanyak di bawah 30 persen (Ali, 2016). Hal ini juga didukung oleh pernyataan UC Browser, salah satu situs pencarian informasi di internet, yang memaparkan bahwa terdapat berita gaya hidup masuk ke dalam lima kategori konten yang digemari oleh khalayak Indonesia, yang secara berurutan merupakan berita nasional, hiburan, gaya hidup, sepak bola dan teknologi (Nawangwulan, 2016).

Jurnalisme gaya hidup, menurut Hanusch (2013), didefinisikan sebagai liputan jurnalistik dari nilai dan praktik ekspresif untuk membantu menciptakan dan memberi sebuah identitas tertentu dalam ranah konsumsi dan kehidupan sehari-hari. Pandangan mengenai jurnalisme gaya hidup ini didukung oleh pergeseran masyarakat yang semakin individual, proses de-tradisionalisasi dan perubahan nilai, terutama pada negara dengan ekonomi yang makmur, sehingga semakin banyak orang yang semakin mengandalkan media untuk memberikan arahan dan nasihat mengenai cara menjalani kehidupan (Hanusch, 2019). Jurnalisme gaya hidup dibagi menjadi beberapa sub-genre; *travel* atau perjalanan, fesyen dan kecantikan, kesehatan dan kebugaran, makanan dan masakan, hidup dan berkebun, *parenting* dan keluarga, selebriti dan teknologi. Jurnalisme gaya hidup melihat audiensnya sebagai konsumen, dengan memberikan informasi dan saran yang faktual dengan cara yang menghibur, serta memberi pengetahuan mengenai barang dan jasa yang dapat digunakan dalam keseharian mereka.

Jurnalisme gaya hidup mulai dipopulerkan oleh Marie Sauer yang merupakan editor *Washington Post* pada kanal wanita di tahun 1950-an (Voss, 2014). Bekerja

sebagai editor berita di kanal khusus wanita, Sauer melihat hal tersebut menjadi kesempatan baginya untuk menghadirkan dan melayani khalayak dengan berita seputar perempuan. Hal ini meliputi topik mengenai wanita yang populer, rata-rata, berkulit putih atau hitam, fesyen, kuliner, gaya hidup, perjuangan untuk kesetaraan hak dan hak sipil, serta keterlibatan dalam komunitas. Sauer menantang dirinya dan ruang lingkup medianya untuk dapat menyediakan informasi, menghibur, menantang dan membangkitkan komunitas di kalangan wanita. Perubahan ini telah membawa jurnalisme gaya hidup kepada popularitas di kalangan masyarakat hingga saat ini.

Hal ini juga didukung oleh Monique Villa, seorang *Managing Editor* pada perusahaan media global *Reuters*, yang menyatakan bahwa berita halus atau *soft news* dibutuhkan di kalangan khalayak, melalui berita gaya hidup yang dapat menghibur dan memberikan gambaran mengenai keseharian individu (Hanusch, 2019). Tren mengenai jurnalisme gaya hidup dilihat sebagai hal yang dapat mengatasi isu terkait panduan, nasihat, tinjauan, konsumerisme dan hiburan bagi individu. Hal ini muncul karena dimensi pemberitaan yang terdapat pada pemberitaan mengenai gaya hidup, yang meliputi orientasi terkait pengelolaan diri dan keseharian individu, aspek performa pada gaya hidup dan identitas seorang individu.

Salah satu media *online* yang menerapkan jurnalisme gaya hidup dalam pemberitaannya di Indonesia adalah *Fimela.com*. *Fimela.com* merupakan media online dengan portal khusus untuk para wanita Indonesia yang modern dan memiliki mobilitas tinggi. Melalui survei yang menunjukkan bahwa delapan juta perempuan Indonesia telah menggunakan internet, *Fimela.com* hadir dengan tujuan untuk memberitakan topik yang dekat dengan perempuan, seperti *Fashion* dan *Beauty*, *News* dan *Entertainment*, *Family* dan *Relationship* dan *Work* dan *Lifestyle* layaknya dalam majalah cetak secara komprehensif (About Us, n.d). Menjadi unit usaha dari Kapanlagi Youniverse, Fimela menjadi salah satu media atau situs *website* gaya hidup yang sangat populer di Indonesia dengan kunjungan situs bulanan sebanyak lebih dari 250 ribu dan jumlah penyuka di Facebook sebanyak 109 ribu (Firmansyah, 2018).

Melalui pertimbangan, penulis melihat bahwa *Fimela.com* dapat menjadi perusahaan media yang dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam terkait jurnalisme gaya hidup. Hal ini juga didukung oleh *Fimela.com* yang memiliki kanal sub-genre yang meliputi jurnalisme gaya hidup dan menerapkan format berita halus dalam setiap pemberitaannya. Penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana *Fimela.com* menerapkan jurnalisme gaya hidup dalam pemberitaannya. Maka dari itu, penulis ingin merasakan secara langsung bagaimana cara kerja reporter gaya hidup dan memahami proses pengerjaan berita di *Fimela.com*. Dengan memanfaatkan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang pada masa perkuliahan, penulis berharap pengalaman ini dapat meningkatkan dan memperkaya pengetahuan terkait praktik jurnalisme gaya hidup pada salah satu media *online* di Indonesia, yaitu *Fimela.com*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

1. Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman secara profesional dalam dunia kerja, sehingga dapat diimplementasikan ketika selesai menempuh pendidikan perkuliahan dan menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya
2. Mendalami proses kerja dan memahami cara kerja reporter gaya hidup di media *online*, melalui *Fimela.com*
3. Mengaplikasikan materi dan ilmu dari mata kuliah yang didapatkan selama perkuliahan, yaitu *Introduction to Journalism, News Writing, Interview and Reportage, Feature Writing* dan lainnya.
4. Mengasah kemampuan penulis dalam memberikan informasi yang layak untuk diberikan kepada pembaca media *online*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dengan mengikuti prosedur yang ditentukan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, mengenai periode Program Kerja Magang, penulis telah melaksanakan kegiatan magang selama kurang lebih 60 hari dan bekerja sebagai reporter *lifestyle* pada media online *Fimela.com*.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang yang dijalankan oleh penulis terhitung sejak periode 2 Agustus 2021 hingga 5 November 2021 sebagai reporter *lifestyle* di media online *Fimela.com*. Namun, karena mengikuti peraturan dari pihak kampus, praktik kerja magang baru terhitung sejak tanggal 13 Agustus 2021. Hal ini selaras dengan Surat Pengantar Kerja Magang yang dirilis oleh Fakultas Ilmu Komunikasi dengan nomor 094/S.Peng/Intern-JR/VIII/2021. Penulis diberikan jadwal hari kerja pada hari Senin hingga Jumat, serta Sabtu atau Minggu, ketika diminta untuk mengisi jadwal piket. Ketika ditentukan untuk mendapatkan jadwal piket, penulis akan mendapatkan hari libur pada minggu berikutnya selama satu hari. Libur juga berlaku jika terdapat tanggal merah atau hari libur nasional. Jam kerja dimulai dari pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB.

Dikarenakan oleh kondisi pandemi, perusahaan memberlakukan WFH atau *Work From Home* bagi para pekerjanya. Seluruh kegiatan liputan webinar atau pers dilakukan secara daring dengan aplikasi Zoom. Hal ini juga berlaku pada kegiatan wawancara narasumber untuk keperluan artikel.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur awal dari pelaksanaan kerja magang dimulai dengan mencari perusahaan yang membuka lowongan kerja magang di bidang jurnalistik. Penulis mengirimkan surat elektronik atau *e-mail* berisikan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio, yang disertai dengan penjelasan singkat mengenai permohonan penulis untuk melakukan kerja magang di perusahaan yang

bersangkutan. Penulis mengirimkan surel berisikan permohonan magang kepada HRD Kapanlagi Youniverse pada 9 juli 2021. Lalu, penulis mendapatkan panggilan telepon dari pihak HRD Kapanlagi Youniverse, di mana beliau meminta penulis untuk menghadiri wawancara kerja pada Senin 12 Juli 2021. Wawancara langsung diarahkan kepada pihak *Fimela.com*, yaitu dengan pihak *managing editor lifestyle*.

Setelah melangsungkan wawancara pada 12 Juli 2021, penulis dinyatakan diterima pada perusahaan untuk melakukan kerja magang. Pihak supervisor sepakat untuk memulai masa magang penulis pada 2 Agustus 2021. Sebelum melangsungkan kerja magang, penulis melewati masa bimbingan mengenai penggunaan *content management system* (CMS) oleh pihak Senior Editor pada 19 Agustus 2021. Penulis diberikan seperangkat *e-mail* serta akses *authenticator* untuk mengakses *dashboard*, platform di mana penulis akan mengunggah artikel. Penulis dibimbing dan diajarkan bagaimana memasukkan artikel yang sudah ditulis, mengunggah gambar atau foto ke dalam artikel, membuat pemisahan halaman, menyematkan tautan yang mengarah ke artikel lain dan menambahkan tautan dari sumber artikel lainnya.

Lalu, penulis memulai periode kerja magang tepat pada 2 Agustus 2021 sebagai reporter *beauty* dan *lifestyle*. Di mana penulis ditugaskan untuk menulis tiga artikel per harinya dari *link rewrite*, *keyword SEO* dan liputan atau rilis pers. Artikel diunggah melalui CMS yang disediakan oleh pihak perusahaan dan setelahnya disunting oleh Editor, lalu kemudian diunggah sesuai jadwal.

Penulis mengajukan Kartu Magang (KM-01) oleh pihak kampus pada 11 Agustus 2021. Setelah mendapat persetujuan dari pihak kampus, KM-02 penulis terima pada 12 Agustus 2021, yang setelahnya diajukan kepada pihak HRD PT Kapanlagi Youniverse untuk ditukarkan dengan Surat Penerimaan Kerja Magang dari pihak *Fimela.com*. Surat tersebut diresmikan pada 13 Agustus 2021 oleh pihak HRD dan kemudian penulis serahkan kepada pihak kampus. Setelahnya penulis mengunduh lembar KM-03 sampai dengan KM-

07, sebagai berkas data kerja magang dan pertanggungjawaban kepada pihak kampus hingga periode magang berakhir.

Penulis melakukan kerja magang selama minimal 60 hari, dari terhitung 13 Agustus 2021 hingga 5 November 2021, yang dibimbing oleh Adinda Tri Wardhani selaku supervisor serta *Managing Editor Lifestyle Fimela.com*. Penulis menyusun laporan kerja magang dengan berkonsultasi kepada dosen pembimbing magang, Sita Winiawati Dewi, S.I.Kom., MAPS.