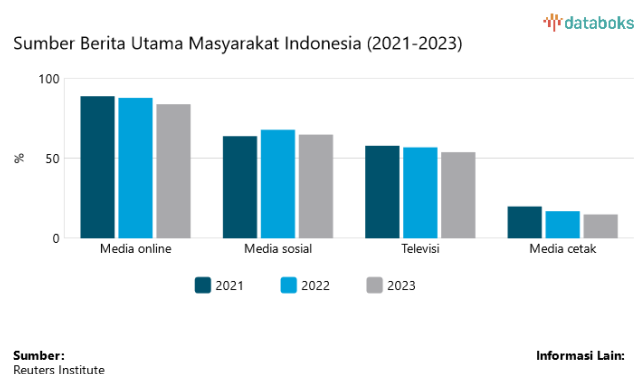


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi ikut mendorong perkembangan media. Saat ini berbagai media konvensional seperti koran, televisi, dan radio melakukan konvergensi dengan merambah platform online. Media baru merujuk pada jenis media yang memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan internet. Sebaliknya, media lama merujuk pada bentuk media tradisional seperti cetak (seperti surat kabar dan majalah), televisi, dan radio. Media online tergolong ke dalam media baru atau new media yaitu seperangkat media yang menggabungkan beberapa komponen, yaitu komputasi, teknologi informasi, dan jaringan komunikasi yang berupa media digital konten informasi. Munculnya media baru tentu saja menimbulkan perbedaan. Baik pada pola konsumsi konsumen maupun media itu sendiri. Misalnya, perubahan pada jurnalisme gaya hidup. Dengan hadirnya media baru tentu saja memberikan jurnalisme gaya hidup memiliki ruang lingkup yang lebih luas lagi. Walaupun tidak merinci teori new media, teori “*the medium is the message*” dari McLuhan tetap signifikan. Konsep ini menyoroti bahwa media memiliki dampak substansial terhadap pemahaman kita terhadap dunia, dan seiring dengan kemajuan teknologi, pesan yang diberikan oleh media semakin memiliki relevansi yang meningkat.



Gambar 1.1 data sumber berita masyarakat indonesia tahun 2021-2023 (databoks.katadata.co.id)

Perkembangan teknologi juga menambah segmentasi dunia jurnalistik. misalnya, ada jenis jurnalisme gaya hidup. Mengapa dinamakan jurnalisme gaya hidup atau *lifestyle journalism*? munculnya *lifestyle journalism* pada tahun 1950-an dan 1960-an. Ketika munculnya budaya konsumen membaca rubrik-rubrik berita ringan di halaman pertama. Seperti, kesehatan, *travelling*,

dan makanan (Hanusch, F, 2013 : 1). Maka gaya hidup ada karena dibutuhkan banyak khalayak untuk menemukan tren dan budaya gaya hidup terkini. Hanusch juga menyoroti bagaimana jurnalisme gaya hidup mencakup topik yang berkaitan dengan selera hidup, hobi, dan tren budaya. Dia menekankan pentingnya pemberitaan yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur dan menginspirasi.

Konteks jurnalisme gaya hidup membuat berita yang dibawakan dikemas sekreatif mungkin, dan bermanfaat karena isu yang disampaikan dekat dengan keseharian masyarakat atau khalayak. Jurnalisme gaya hidup adalah tentang pengalaman manusia, sehingga cocok untuk penyampaian data karena dapat memberikan konteks yang lebih luas di balik pengalaman manusia. Banyak karakteristik yang umum terjadi adalah adanya hubungan dengan periklanan dan hubungan masyarakat, yang berarti bahwa jurnalis gaya hidup sering kali dianggap menjalankan tugas pasar.

Jurnalisme gaya hidup bukan dianggap sebagai *watchdog*, tetapi merupakan penilai selera (*judgement of taste*) yang dapat dijadikan acuan oleh pembaca. Berbeda dengan jurnalisme mainstream yang menempatkan *stakeholder* dan *decision maker* sebagai pasar utama, dalam jurnalisme gaya hidup, sasaran utama pemberitaan adalah masyarakat sebagai konsumen. Untuk itu, format penulisan dalam jurnalisme gaya hidup disajikan dan disesuaikan dengan karakter masyarakat yang menjadi target pasar.

Selain meliput tentang *lifestyle journalism*, penulis juga sempat meliput tentang kuliner. Dan liputan penulis tersebut termasuk dalam kategori *food journalism* atau jurnalisme kuliner. Apa itu *food Journalism*? *Food Journalism* adalah jurnalisme yang membahas tentang makanan. Pada tahap ini bukan hanya sekadar membahas dari visual saja. Namun, penjelasan komplit tentang bagaimana visual, rasa, dan proses makanan ini dibuat. Tak hanya itu, terkadang ada beberapa orang juga membahas bagaimana cara bahan makanan itu didapatkan. Apakah secara organik atau bercampur dengan bahan kimia. Hal-hal detail ini menjadi sangat penting dalam jurnalisme makanan. Ragam makanan dengan beragam cita rasa, bentuk yang khas, dan sejarah unik dari berbagai belahan dunia memberikan peluang besar bagi siapa pun yang tertarik mengeksplorasi jurnalisme kuliner. Selain itu, makanan pun juga bisa membantu membangun identitas nasional jika dibantu oleh media lokal. (Hanusch, F, 2013 : 58)

Ini menunjukkan bahwa perkembangan jurnalisme kuliner selalu beriringan dengan evolusi makanan itu sendiri. Selain keahlian jurnalis kuliner, kualitas tulisan juga bergantung pada keunikan makanan yang diulas. Jurnalisme kuliner juga memiliki perkembangan. Jurnalisme Kuliner pertama kali muncul pada 1950-an. Jane Nickerson, seorang inovator dalam bidang jurnalisme kuliner, memiliki kisah yang sebagian besar belum terungkap. Pada masa Perang Dunia II, ia memulai karirnya sebagai penyunting makanan di *The New York Times*, ketika jurnalisme kuliner masih dalam tahap awal namun semakin penting. Nickerson belajar bagaimana mengatasi liputan berita mengenai pemadatan pangan selama perang bersama dengan perkembangan produk makanan, cerita fitur, dan resep. Selain itu, ia turut melibatkan diri dalam meliput komunitas restoran yang tumbuh pesat di New York pada tahun 1950-an. Nickerson membuat profil tentang koki rumahan lokal, koki-koki baru. (Voss, K. W, 2020)

Banyak sekali topik-topik yang bisa diambil dalam jurnalisme gaya hidup. Karena, ini adalah berita ringan yang selalu berdampingan dengan hidup masyarakat. Berikut disertakan beberapa contoh jurnalisme gaya hidup dari beberapa media:

Kemudian, pada program magang MBKM ini penulis berkesempatan melakukan magang di portal berita *iNewsSerpong.id*. *iNewsSerpong.id* adalah portal berita online berjejaringan dengan *iNews.id* dan salah satu bagian dari MNC Media Group News yang bergerak sebagai Media online. *iNewsSerpong.id* adalah portal berita yang informatif dan inspiratif (*iNewsSerpong.id*, 2023, para 2) *iNewsSerpong* juga menyajikan edukasi dan informasi yang aktual dan faktual kepada pembaca. Khususnya masyarakat di sekitar Serpong.

Dalam kesempatan ini penulis ditugaskan untuk menjadi jurnalis lapangan. Tugasnya adalah untuk liputan berita. Selain untuk meliput penulis juga diminta untuk membuat beritanya. Jadi, tugas jurnalis tidak hanya sebatas meliput bahan berita. Namun, bisa juga membuat beritanya itu sendiri. Sehingga, langsung naik pada tahap pengecekan oleh editor dan jika lulus pada tahap pengecekan oleh editor maka berita tersebut langsung tayang pada portal berita.

Proses kerja ini juga membantu penulis untuk mengasah kemampuan dalam menyusun dan membuat kalimat yang sesuai dengan PUEBI. Keterampilan hanya dapat diperoleh dan dikuasai dengan cara praktik dan banyak berlatih. Melatih keterampilan berbahasa berarti pula melatih keterampilan berpikir.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1. Mendapatkan pengalaman untuk terjun langsung bekerja di ruang redaksi.
2. Memenuhi persyaratan akademik
3. Menerapkan teori yang selama ini sudah diajarkan kepada penulis
4. Memperluas jejaring pertemanan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1. Waktu kerja magang

Peraturan pada kerja magang MBKBM Track 1 mengharuskan mahasiswa untuk bekerja sebanyak 800 jam. Terdiri dari 640 jam kerja magang dan 207 jam penyelesaian laporan dan bimbingan magang. Sehingga penulis melakukan kerja magang selama 4 bulan mulai dari tanggal 15 September 2023 dan berakhir pada 4 Januari 2024. Pada saat melakukan kerja magang penulis tidak memiliki jam kerja dan tidak diharuskan datang ke kantor setiap hari. Namun, penulis tetap diminta untuk melakukan liputan berita dan diminta untuk menyerahkan beritanya.

1.2.2. Prosedur kerja magang

Sebelum penulis melakukan magang, penulis diwajibkan untuk mengikuti pembekalan magang dari kampus agar magang berjalan sesuai dengan rencana dan tepat waktu. kemudian, penulis mengisi KRS dengan memilih MBKM *Track 1* pada laman *my.umn.ac.id*. kemudian, penulis melakukan pengajuan formulir KM-01 pada laman *merdeka.umn.ac.id* untuk diberikan kepada pihak iNewsSerpong.id untuk proses melamar kerja magang.

Pada tanggal 4 September penulis mengajukan permohonan magang via email ke iNwsSerpong.id. Penulis memberikan CV dan surat pengantar magang dari kampus via *EMail*. dan pada tanggal tanggal 13 September penulis dihubungi kembali dan diminta datang ke kantor pada tanggal 15 September 2023 untuk proses wawancara, perkenalan diri, dan resmi diterima magang di iNewsSerpong.id.