BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jurnalisme digital adalah sintensis bagian dari tradisi dan inovasi dengan menggunakan teknologi digital saat memproduksi informasi untuk publik secara umum (Kawamoto, 2003). Perkembangan teknologi media sangat terkait tentang sejarah perkembangan jurnalisme hingga populernya berbagai aplikasi media sosial telah mempengaruhi perubahan dalam budaya masyarakat.

Berdasarkan survei ComScore VMX menyebutkan di Indonesia, dari 2020 hingga 2021, waktu menonton video drama, keuangan, dan perawatan kulit di YouTube secara keseluruhan naik lebih dari dua kali lipat. (Muslim, 2021). Maka, video makanan seperti kuliner dan *mukbang* (makanan dan siaran) naik hingga 40 persen dalam periode satu tahun yang sama (Elfira, 2021). Oleh sebab itu, kenaikan tren pengguna media sosial maupun tren video kuliner.

Muncul sebuah konten yang berhubungan dengan makanan adalah tren penyiaran yang penting di Korea. Jenis program tersebut adalah *mukbang*. *Mukbang* mengacu pada siaran langsung atau rekaman audiovisual di mana pembawa acara makan dalam jumlah besar atau makanan yang tampak lezat saat berinteraksi dengan audiens mereka, format ini menerima perhatian sosiokultural di seluruh dunia. *Mukbang* merupakan istilah dari kata *mukbang* yang berasal dari gabungan kata dalam bahasa Korea “muk-ja” (ayo makan) dan “bang-song” (siaran) (M, 2023, p. 31). Aktivitas tersebut sudah menjadi kebiasaan oleh masyarakat Korea Selatan, dimana budaya makan adalah tradisi makan bersama keluarga. Oleh sebab itu, mukbang mempunyai arti tersembunyi untuk para

MULTIMEDIA NUSANTARA

penggemarnya bahwa kata ‘keluarga’ bagian dari makan bersama (Hasan, 2017).

Disisi lain, konten *mukbang* menjadi persoalan pada etika makan antara budaya Korea Selatan dengan budaya Indonesia. *Mukbang* identik dengan menampilkan sisi suara makan seperti mengecap dan menguyah, atau yang disebut ASMR. Namun konten *mukbang* dianggap tidak sopan menurut budaya Jawa. Dikarenakan etika makan dalam kuktur Jawa semuanya serba halus, terukur, dan melihat kondisi (Mariani, 2020).

Kemudian awal mula tren *mukbang* pada tahun 2010 salah satu siaran internet di Korea yaitu Afreeca TV hingga Simon Stawksi, seorang food blogger dan Siwon mempelajari mukbang sekaligus konten *mukbang* pertamanya sekitar tahun 2015 (Josephus, 2022). Maka, *mukbang* mulai menyebar secara global tahun 2015, dari aktivitas inilah orang yang kerap melakukan mukbang di sosial media dapat terhubung dengan masyarakat luas secara virtual. Di negara asalnya, Korea Selatan, tren ini berkembang banyaknya masyarakat di Korea hidup dalam kesendirian dan semakin meningkatnnya rasa kesepian (Astrid, 2021). Meskipun didalam rasa kesipian di era digital, tak bisa dipungkiri bahwa *mukbang* bisa menjadi solusi. Salah satunya meraup pundi-pundi penghasilan dari aktivitas *mukbang* tersebut, semakin banyak penonton semakin banyak pula ikan yang didapat dari pembuat konten *mukbang.*

Perkembangan *mukbang* di Indonesia memiliki perspektif yang sedikit berbeda di negara asalnya Korea Selatan. *Mukbang* di Korea Selatan, siaran *mukbang* hanya dilakukan seorang diri dan berfokus pada aktivitas makan dan interaksi dengan penontonnya. Sedangkan di Indonesia, aktivitas mukbang memiliki cakupan luas dan biasanya dilakukan berbagai kelompok. Tak hanya itu, fenomena *mukbang* di Indonesia bisa menjadi salah satu sarana untuk memperkenalkan kuliner Indonesia kepada dunia.

Misalnya saja di Indonesia sendiri akhir-akhir ini mukbang banyak digemari oleh masyarakat. Hal ini banyaknya para Youtuber *mukbang* mulai menjamur, salah satu contohnya, Indonesia memiliki para pembuat konten di bidang makanan dimana mereka menghabiskan waktunya untuk membuat konten mereview makanan dengan porsi cukup besar. Seperti Tanboy Kun, Ria Sukmawijaya (Ria SW), Magdalena, hingga yang terbaru saat ini influencer TikTok, Sisca Kohl. Para *content creator* di atas memiliki video sangat populer lantaran menyajikan konten mencoba makanan dengan harga beragam, bahkan dalam porsi yang sangat besar dan banyak.

Tanboy Kun dikenal salah satu konten *mukbangnya* yaitu porsi besar dan rasa pedas. Dalam konten unggahannya, *food vlogger* bernama asli Bara Ilham Bakti Perkasa ini kerap menyantap makanan dengan porsi yang tidak terduga. Selanjutnya *foodblogger* Ria SW memiliki konten Youtube yang tidak terfokus kepada review makanan saja, tetapi di dalam konten videonya juga terdapat *daily vlog* dan *vlog travelling* (Alfarizi, 2021). Ria SW memiliki akun Youtube *food vlogger* dengan jumlah subscriber 4,2 juta, dan Tanboy Kun dengan jumlah subscriber 18 juta. Maka kanal Youtube yang dimiliki Tanboy Kun bisa diperikirakan mendapat penghasil sebesar USD 14.400 hingga USD 230.900 per bulan (Nadya, 2023).

Menurut (Ha, 2023) dalam tulisannya berjudul *I earn more than an average person's annual salary in a month, Mukbang YouTuber Tzuyang talks about her extraordinary earnings from her YouTube channel,* penghasilan yang didapatkan oleh Youtuber *mukbang* Tzuyang sebesar 10.000 KRW (7,56 USD) sehari. Tak hanya itu, hanya dalam kurun waktu empat tahun sejak meluncurkan salurannya pada bulan November 2018, Tzuyang telah mengumpulkan 8,34 juta pelanggan, memperkuat statusnya sebagai Youtuber *mukbang* terkemuka di Korea Selatan.

Menurut (Hakimey, 2015) dalam penelitiannya International Journal of Management, Accounting and Economics yang berjudul *The Review of Mokbang (Broadcast Eating) Phenomena and Its Relations with South Korean Culture and Society*, mengatakan Masyarakat yang menonton *mukbang* sebagai cara untuk melawan rasa kesepian. Oleb sebab itu, adanya perubahan sosial- ekonomi pada Masyarakat Korea Selatan yang dimana tingkat depresi dan bunuh diri dikarenakan gaya hidup yang serba cepat dan sangat kompetitif.

Selain adanya perubahan tersebut, keberadaan media streaming di Korea Selatan didukung sarana teknologi internet yang sangat cepat sehingga *streaming* video Korea telah beralih dari desktop ke teknologi seluler tidak seperti di Barat, sebagian besar *streaming* video Korea dilakukan melalui ponsel (Hong E. , 2016). Adapun berdasarkan laporan *World Economic Forum* pada tahun 2022, Korea Selatan telah berkembang menjadi negara dengan perekonomian terbesar ke-11 dan eksportir barang dan jasa terbesar kelima secara global (Yoon, 2022).

Selain topik yang akan menjadi pembahasan, medium dan cara mendistribusikan konten tentunya menjadi perhatian penulis. Agar dapat membuat karya yang mudah diakses dan bisa memberikan edukasi yang layak kepada masyarakat, penulis harus memilih jenis produk luaran yang sesuai dengan target usia calon pendengar. Melihat perkembangan teknologi yang pesat dari tahun ke tahun, penulis memutuskan untuk membuat karya jurnalistik yang berhubungan dengan distribusi informasi lewat teknologi dan internet yaitu podcast.

Podcast konten berbasis audio sebagai alat media baru muncul sejak 2004. *Podcast* menyediakan berbagai platform streaming audio secara gratis maupun yang berlangganan. Berdirinya *podcast* sendiri berada di Amerika Serikat sehingga *podcast* sangat dipengaruhi oleh warga Amerika dalam satu bulan terkahir sebanyak 21% dengan rentan usia di atas 12 tahun menjadi bagian pendengar *podcast*. (Center, 2016).

Laporan ini menambahkan pendengar usia 12 ke atas mengatakan telah mendengarkan *podcast* pada minggu lalu hanya 28% kemudian kembali naik 245 di tahun yang sama. Oleh karena itu media baru dengan sifatnya *on-demand* para pengguna dapat menentukan waktu dan topik konten *podcast* yang ingin didengar dan menjadikan *podcast* media baru sangat praktis. Masa peralihan *podcast* karena sifatnya mudah diterima oleh audiens, media radio hanya sebagai alternatif pendengar.

Penulis mengutip hasil laporan dari survey Jakpat, jumlah pendengar *podcast* di Indonesia mayoritas anak muda (generasi milenial). Berdasarkan temuan informasi survey yang didapat, orang-orang yang telah mendengarkan *podcast* berusia 15-19 tahun dengan perolehan presentase sekitar 22,1% responden. Lalu berusia 20-24 tahun hanya 22,2% pendengar *podcast.* Jumlah pendengar *podcast* semakin menurun seiring bertambahnya usia. Selain itu survey Jakpat menmabahkan usia 25-29 tahun sebesar 19,9%, sedangkan usia 30-34 tahun sebesar 15,7%. Kemudian, usia 35-39 tahun sebanyak 11,8% dan yang terakhir umur 40-44 tahun hanya 8,4% yang menikmati *podcast.*

Berangkat dari hal tersebut dapat diketahui bahwa digitalisasi penyiaran seperti podcast tidak hanya menyebarluaskan siarannya melalui konvergensi media melalui internet, melainkan dalam *podcast* terdapat nilai-nilai berita yang harus diketahui oleh pendengar. Oleh sebab itu, peran dan fungsi media untuk memberikan edukasi kepada publik.

Seperti dalam Undang-Undang Pers Nomor 40 Tahun 1999, undang-undang tersebut menjelaskan media berperan penting untuk memberikan informasi yang benar, seimbang, dan bertanggung jawab. Dalam buku Bill Kovach Sembilan Elemen Jurnalisme (Kovach, 2001). Kovach menjelaskan jurnalis harus bisa membuat hal yang penting, menarik, dan relevan. Selain itu, jurnalis harus terbuka atau menyediakan forum kritik maupun dukungan

masyarakat. Oleh sebab itu, melalui karya ini penulis berharap karya yang dihasilkan tak hanya berguna bagi para pembuat konten *mukbang*, audiens, dan pelaku usaha industri makanan dan minuman.

Maka dari itu, penulis memilih *podcast* sebagai media yang akan digunakan dalam karya jurnalistik. *Podcast* berjudul Mukbang Land yang menceritakan asal-usul konten *mukbang* di Korea Selatan hingga perkembangannya di Indonesia, pengalaman di balik para konten kreator mukbang di Indonesia mengemas maupun membuat konten *mukbang*, dan dampak media sosial Youtube ataupun secara ekonomi yang digunakan para *content creator mukbang*.

Berdasarkan gambaran tersebut penulis tertarik membuat penugasan yaitu penelitian skripsi berbasis karya. Karya yang dibuat merupakan *reporting based project,* yaitu tugas akhir yang berdasarkan pengumpulan fakta dan data berbagai sumber informasi. Pemilihan klaster *reporting based project,* lebih menekankan sumber informasi maupun data yang ada. Selain itu, karya ini dikemas dalam bentuk *storytelling* yang merupakan bentuk baru karya jurnalistik.

Karya jurnalistik *podcast* Mukbang Land menyasar pendengar berusia 18 tahun ke atas, terutama pendengar aktif mengikuti atau menonton tren mukbang di Youtube. Usia tersebut penulis pilih dikarenakan, pendengar podcast di usia 18 tahun ke atas sudah memiliki pengetahuan isu yang mendalam. Maka pendengar usia tersebut berdasarkan hasil laporan Spotify menunujukan usia 19 hingga 24 tahun sebanyak 22 persen dibandingkan usia 25 tahun ke atas.

Podcast Mukbang Land yang dapat didengarkan melalui Spotify nantinya bercerita tentang fenomena konten mukbang dan dari cerita yang dibawakan terdapat pengalaman kisah awal budaya mukbang itu berasal hingga influencer

Indonesia mengemas konten *mukbang* yang dapat diangkat menjadi sebuah contoh nyata bagi pendengar. Tak hanya memberikan cerita dan suara dari para influencer maupun audiens, tetapi juga dilengkapi dengan sudut pandang ahli budaya Korea mengenai awal mula budaya *mukbang* di Korea Selatan. Karya ini cerita yang akan dibangun adalah sudut pandang pertama. *Podcast* Mukbang Land terdiri tiga episode dengan durasi kurang lebih 20 menit, diharapkan dapat mudah dipahami dan memberikan dampak positif kepada pendengar.

1.2 Tujuan Karya

Penulis memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

- Membuat program *podcast* dengan durasi 60 menit dalam bentuk format storytelling yang membahas isu *lifestyle* di era digital.
- Menambahkan wawasan bagi pengguna dalam menggunakan konten media sosial yang sebenarnya.
- Memberikan edukasi informasi mengenai awal mula konten *mukbang* dan cara kerjanya.

1.3 Kegunaan karya

Kegunaan proposal berbasis karya ini adalah sebagai berikut :

- Karya dengan berbasis audio *podcast* lebih bisa masuk kedalam ingatan dengan konsep mendengarkan, sehingga motivasi yang dilontarkan akan bisa selalu menjadi dukungan bagi pengguna media sosial.
- Melalui karya ini penulis berharap pengguna media sosial maupun influencer bisa belajar untuk memahami pemanfaatan pembuat konten *mukbang* secara positif.
- Manfaat penulis untuk membuat karya secara akademis diharapkan dapat memberikan referensi berupa informasi dan pengetahuan baru bagi para akademis dan pelaku media jurnalistik audio.