

BAB II RUJUKAN KARYA & TEORI

2.1 Referensi Karya Terdahulu

Subbab ini berisi sejumlah karya terdahulu yang menjadi referensi dalam pembuatan karya. Karya yang menjadi referensi memiliki relevansi baik dalam hal format maupun konten. Minimal menyertakan tiga referensi karya terdahulu.

2.1.1 It's Been a Minute NPR Network: Pandemic Childcare; Plus Mukbang Meets True Crime



Gambar 2.1 Poster Podcast It's Been a Minute NPR Network : Pandemic Childcare; Plus Mukbang Meets True Crime - Sumber : npr.org

Podcast It's Been a Minute NPR Network : Pandemic Childcare; Plus Mukbang Meets True Crime. Podcast ini menceritakan pengalaman warga Amerika Serikat mengenai bagaimana pandemi ini telah memperburuk masalah yang ada terkait dengan pengasuhan anak kecil hingga bagaimana mukbang dan kejahatan nyata bertabrakan di dunia Stephanie Soo sebagai *content creator* YouTube. Podcast tersebut berbagi pengalaman dimana pada saat pandemic covid-19 telah merugikan banyak pihak, salah satunya tempat penitipan anak di Amerika Serikat.

Penyiar *podcast* tersebut menggunakan jenis *podcast* interview, dimana penyiar terdapat empat narasumber yaitu para orang tua penitipan anak, Jessica de Jesus Acevedo, pemilik pusat penitipan anak di Massachusetts, dan Stephanie Soo warga Korea Selatan yang menjadi Youtuber di Amerika Serikat berbicara mengenai kontennya yaitu mukbang dan cerita kriminal. Namun *podcast* ini memiliki kekurangan kualitas audio saat didengarkan, karena audio narasumber mereka melakukan melalui sambungan telepon.

Lebih lanjut *podcast* ini memiliki nilai penting soal kemunculan pandemic yang telah merugikan tempat penitipan anak, para orang tua di Amerika mengalami krisis ekonomi dan pekerjaan, serta disisi lain pandemic covid-19 punya dampak positif pada tren media sosial salah satunya ialah konten mukbang. Penulis tertarik mengambil pada *podcast* tersebut ialah dampak pandemic membawa perubahan positif pada perkembangan tren di media sosial Amerika Serikat, yaitu konten mukbang dan cerita kriminal.

Mengatasi masalah ini dua narasumber yaitu para orang tua penitipan anak, Jessica de Jesus Acevedo, pemilik pusat penitipan anak di Massachusetts mereka berusaha menjalani kehidupannya walaupun pandemic covid-19 banyak dari mereka putus hubungan kerja dan perekonomian memburuk. Sementara Stephanie Soo, justru dirinya merasa senang bahwa sebagai Youtuber di masa pandemic khususnya konten *mukbang* pada saluran Youtubanya memiliki perekonomian cukup membaik adanya jumlah *viewers* yang meningkat, meskipun Stephanie Soo harus bekerja di sebuah restoran makanan di Los Angeles.

Maka penulis mengambil referensi *Podcast It's Been a Minute NPR Network: Pandemic Childcare; Plus Mukbang Meets True Crime* dalam membuat karya *podcast*, karena topik yang diangkat memiliki kesamaan yaitu fenomena konten *mukbang*. Kemudian jenis *podcast* yang digunakan yaitu *podcast* interview, si penyiar hanya dilakukan 1 orang saja, setiap per-episode *podcast* yang dibawakan sekitar 34 menit. Oleh sebab itu, *podcast* Mukbang Land tidak

mengadaptopsi format tersebut, karena *podcast* tersebut bagi penulis terkesan membosankan. Maka, *podcast* Mukbang Land mengambil format *audio storytelling* tanpa menghilangkan unsur nilai jurnalistik agar lebih sesuai dengan target audiens.

2.1.2 Podcast Bababam – Do you really know? : what is mukbang, the latest type of video going viral on media social



Gambar 2.2 Website podcast Bababam – Do you really know? : what is mukbang, the latest type of video going viral on media social– sumber :
originals.bababam.com

Podcast Bababam – Do you really know? : what is mukbang, the latest type of video going viral on media social, membahas fenomena *mukbang* sudah ada selama hampir 15 tahun, namun baru benar-benar melejit di Youtube dan kemudian Tiktok dalam beberapa tahun terakhir. Pencarian sederhana di salah satu platform akan menghasilkan daftar klip yang tak ada habisnya, banyak di antaranya memiliki jumlah penayangan jutaan. *Mukbang* melibatkan orang-orang yang merekam diri mereka sendiri saat makan. Para *streamer* dikenal sebagai joki siaran, atau disingkat BJ, dan mereka sering makan banyak makanan selama *streaming*. *Podcast* tersebut membicarakan bagaimana para pembuat konten *mukbang* memakan hingga 10.000 kalori dalam sekali makan! Lalu *podcast*

tersebut menjelaskan melihat mereka (influencer) menyiapkan makanan terlebih dahulu, atau memesannya. Namun yang menjadi kelemahan *podcast* ini, sepanjang satu episode dengan durasi kurang lebih 4 menit.

Sementara itu, penulis menjadikan referensi *podcast* ini sebagai contoh pemilihan topik serta alat yang diperlukan agar menghasilkan kualitas audio yang terbaik. Disisi lain *podcast* ini terdapat penambahan suara seperti suara mengunyah dan sedang meminum. Lalu pembawa acaranya sangat baik, menjelaskan fenomena konten *mukbang* yang menjadi viral di media sosial. Kemudian hal lain yang menarik ada pada pembukaan *podcast* yang ada pada awalan *podcast* ini, di mana mereka memiliki musik bumper in yang menarik.

2.1.3 The Food Chain by BBC World Service : The Mystery Of Mukbang



Gambar 2.3 Poster Podcast The Food Chain by BBC World Service – sumber: Spotify BBC World Service

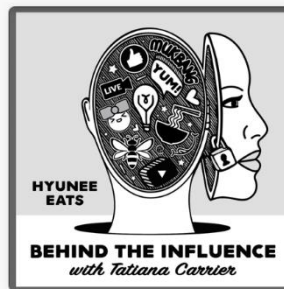
Episode *podcast* ini seorang pengamat mukbang yang rajin menjelaskan bagaimana hal itu memberinya koneksi emosional dan sosial yang kurang dalam kehidupan offline-nya. Selain itu, di Korea Selatan, tempat mukbang dimulai, kami

mendengar bagaimana mukbang membantu membentuk komunitas digital di saat banyak orang, terutama kaum muda, hidup sendiri. Selain itu, *podcast* ini menjelaskan bagaimana kemunculan konten *mukbang* hingga konten mukbang sangat populer di seluruh dunia bahkan dikalangan generasi muda di Korea Selatan.

Kemunculan konten mukbang menjadi bagian latar belakang berawalnya mukbang di Korea Selatan. Salah satu narasumber anak muda Korea Selatan yang sedang menempuh pendidikan di Inggris, mengatakan dua jenis keinginan yang kontras secara bersamaan untuk keinginan pertama adalah tentang berkumpul jadi seperti dengan menonton mukbang sambil makan sendiri dan masih bisa merasakan karena univirtual mengirim seseorang di depan. Ada pun jumlah rumah tangga tunggal meningkat di Korea Selatan dan semakin banyak orang, semakin banyak orang yang lebih muda berpikir bahwa pernikahan bukanlah sesuatu yang harus dilakukan sehingga mereka suka dan menemukan lebih berarti melakukan sesuatu sendirian.

Alasan penulis memilih *podcast* tersebut, karena pengemasan *podcast* BBC World Service terdapat pendekatan emosional yang dirasakan oleh pendengar, yaitu pada bagian menit pertama *podcast* ini menampilkan suara-suara mengunyah makanan. Lalu Teknik wawancara yang dilakukan *podcast* ini, menggunakan wawancara mendalam. Karena tentang keadaan pikiran orang yang diwawancarai sehingga pendengar dapat lebih memahami apa yang terlibat dalam istilah manusia. Sementara itu gaya *podcast* ini sama halnya *podcast* sebelumnya yaitu *podcast* interview dilakukan 2-3 orang dan gaya wawancara sangat santai, mencairkan suasana (tidak terlalu kaku). Kemudian dalam proses karya yang akan dibuat memiliki kesamaan yaitu format *storytelling*, agar pendengar dapat menikmati cerita melalui audio visual.

2.1.4 Hyunee - On the Mukbang Phenomenon, Eating on Youtube for a Living, and Her HyuneeBee Community



Gambar 2.4 Poster Podcast Hyunee – sumber: Apple Podcast

Dalam episode podcast ini menceritakan peristiwa tren mukbang yang begitu populer di Korea Selatan hingga ditonton jutaan penonton hanya menonton orang atau *content creator* sedang menikmati makanan. *Podcast* Hyunee juga menceritakan bahwa konsep mukbang ialah mukbanger menyantap makanan di depan kamera, orang-orang menonton dan mendengarkan (ASMR). Hyunee seorang Youtuber *mukbang* di Amerika Serikat menceritakan pengalamannya menjadi *content creator* di Youtube dengan jumlah subscriber 1,54 juta (jumlah tersebut di tahun 2019). Adapun *podcast* ini Hyunee menceritakan penggemarnya atau komunitas yang disebut "HyuneeBees" soal setiap konten yang diunggahnya tentang gaya hidup (karir, mukbang, dan kesehatan).

Sepanjang *podcastnya* Hyunee menceritakan kesehariannya dan membuat konten *mukbang*. Hyunee juga menceritakan menjadi *content creator* seringkali menerima komentar baik komentar positif maupun negative, sehingga Hyunee berusaha tidak terlalu memikirkan komentar tersebut. Akan tetapi, dirinya secara terbuka untuk membalas masukan dari komunitasnya. Demikian, setiap kontennya

di Youtube dirinya menyebut bahwa konten tersebut murni mencerminkan diri sendiri.

Maka penulis mengambil referensi Podcast Hyunee - On the Mukbang Phenomenon, Eating on Youtube for a Living, and Her HyuneeBee Community dalam membuat karya *podcast*, karena topik yang diangkat memiliki kesamaan yaitu fenomena konten *mukbang* dan pengalaman seorang influencer membuat konten tersebut.

Kemudian jenis *podcast* yang digunakan yaitu *podcast* interview, si penyiar hanya dilakukan 1 orang saja dan menanyakan kepada narasumber (talkshow), setiap per-episode *podcast* yang dibawakan sekitar 40 menit. Selanjutnya pada bagian pengantar atau intro *podcast* tersebut sangat menarik sesuai konsep yang akan digunakan oleh penulis pada *podcast* Mukbang Land. Oleh sebab itu, *podcast* Mukbang Land tidak mengadaptopsi format tersebut, karena *podcast* tersebut bagi penulis terkesan membosankan. Maka, *podcast* Mukbang Land mengambil format *audio storytelling* tanpa menghilangkan unsur nilai jurnalistik agar lebih sesuai dengan target audiens.

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalisme Digital

Menurut (Orgeret, 2020) memiliki pandangan yang sama dengan (Beckett, 2015) menjelaskan bagaimana dengan jurnalisme digital dikaitkan peristiwa-peristiwa yang sering diberitakan dan didiskusikan di media sosial sebagai pekerjaan jurnalis dapat dikomentari dan dibagikan. Bahkan, mereka membagikan proses ini dibagikan kepada publik, secara langsung saat mereka bekerja.

Adapun pandangan dari (Deuze, 2017), jurnalisme digital yakni dengan menekankan kepada penggunaan media sosial. Hal tersebut jurnalisme digital di media sosial memiliki fungsi untuk mengumpulkan informasi dan memverifikasi

sumber informasi. Deuze juga mengasosiasikan jurnalisisme memiliki hubungan dengan penggunaan perangkat lunak dan keras sebagai sarana untuk menyampaikan kisah (*storytelling*).

Maka penulis membuat karya ini dalam bentuk podcast, dikarenakan sebagai bentuk jurnalisisme digital yang dimana seiring perkembangan teknologi jurnalis dituntut mengikuti arus dari konvensional menjadi digital. Tak hanya itu, di era teknologi serba canggih banyak produk jurnalisisme dapat dikonsumsi secara digital serta mudah diakses berbagai perangkat digital seperti smartphone, laptop, dan PC.

2.2.2 Audio Journalism

Pada tataran teknologi memunculkan beragam format menyiarkan berita. Membuat seorang jurnalis memudahkan untuk menghasilkan produk karya melalui teknologi berbasis multimedia dimana wartawan dapat menyiarkan informasi pemberitaan melalui suara seperti radio. *Audio storytelling* menjadi tren di era digital. Dari dokumenter berdurasi panjang yang dibuat hingga narasi digital pendek, *podcasting*, media sosial, dan *streaming online* telah membebaskan audio dari batasan jadwal radio langsung dan menciptakan audiens transnasional baru yang besar (McHugh, 2016).

Jurnalisisme audio, telah memungkinkan kebangkitan dalam pemrograman pidato faktual yang kompleks, termasuk seri investigasi mendalam, dokumenter dan fitur, dan diskusi berbasis studio. Benteng terakhir pidato orisinal berkualitas tinggi, penyiar layanan publik, telah menemukan audiens global baru dan *podcasting* telah membuka formulir untuk pendongeng dan jurnalis investigasi baru yang independent (Wincott, 2021).

Dalam prosesnya pilihan peralatan perekaman menjadi masalah praktis, tetapi juga mempengaruhi hubungan antara jurnalis dan orang yang mereka wawancarai. Misalnya jenis Array mikrofon directional berkualitas tinggi dapat

menjadi rumit dan juga sangat mahal. Persyaratan untuk pemahaman yang lebih teknis tentang pengambilan audio terarah berarti bahwa perekaman memerlukan tingkat perencanaan dan pengaturan yang bertentangan dengan kedekatan jurnalistik dan melibatkan menghadiri sebuah adegan dengan tim orang, sementara jurnalis radio terbiasa dengan cara yang lebih sederhana dan sederhana. hubungan langsung dengan orang yang diwawancarai (Martin, 2021)

Selain alat yang diperlakukan, seorang penyiar harus memperhatikan teknik wawancara. Tujuannya untuk memberikan, dengan kata-kata yang diwawancarai sendiri, fakta, alasan atau pendapat tentang topik tertentu sehingga pendengar dapat membuat kesimpulan tentang validitas dari apa yang dia katakan. Menurut (Robert, 2005) terdapat tiga jenis wawancara dapat diidentifikasi, meskipun setiap situasi mungkin melibatkan ketiga kategori pada tingkat yang lebih besar atau lebih kecil. Hal tersebut merupakan wawancara yang informasional, interpretatif dan emosional, berikut jenis tipe wawancara :

1. ***Interpretive interview***. Jenis ini meminta pewawancara memberikan fakta-fakta dan meminta orang yang diwawancarai untuk mengomentarnya atau menjelaskannya. Tujuannya adalah untuk mengekspos alasan di balik keputusan dan memungkinkan pendengar untuk membuat penilaian pada arti implisit dari nilai atau prioritas. Namun jenis interpretive interview karena cukup singkat, pewawancara menguraikan tujuan wawancara dan batasan subjek yang akan ditempuh.
2. ***Emotional interview***. Pendekatan ini memberikan wawasan tentang keadaan pikiran orang yang diwawancarai sehingga pendengar dapat lebih memahami apa yang terlibat dalam istilah manusia. Akan tetapi pendekatan ini sangat sulit bagi pewawancara, karena jumlah waktu yang dibutuhkan dalam percakapan awal akan sangat bervariasi tergantung pada keadaan. Membangun hubungan yang diperlukan mungkin merupakan

proses yang panjang tetapi ada saat yang tepat untuk mulai merekam dan penting bagi pewawancara untuk tetap peka terhadap penilaian ini. Situasi seperti itu memungkinkan sedikit kesempatan untuk pengambilan kembali.

3. **Documentary interview.** Wawancara mendalam reporter harus memberitahu redaktur tentang sifat wawancara yang dilakukannya. Apapun bentuk kesepakatan yang telah dicapai dengan pemberi wawancara, itu harus dihormati dan terwujud dalam pemberitaan. Kalau pemberi wawancara tidak ingin disebut nama dan jabatannya, misalnya, nama dan jabatannya itu tegas tidak boleh dimuat. Redaktur perlu diberitahu karena begitu berita hasil wawancara itu dimuat, tanggung jawab atas isi berita tidak lagi terletak di pundak reporter, tetapi menjadi tanggung jawab institusi media bersangkutan.

2.2.3 Jenis-jenis Podcast

Munculnya *podcast* di era digital dan sebagai media baru. Podcast memiliki beragam jenis kategori konten sesuai minat pendengarnya. Menurut (Dedi, 2021) ada tiga jenis *podcast* :

1. **Podcast interview** yang dilakukan dua penyiar (bisa dilakukan satu orang penyiar dengan bintang tamu atau dua orang penyiar) dan membahas suatu topik tertentu. Jenis ini antara penyiar dengan bintang tamu menyajikan berbagai macam pertanyaan dengan setiap episode berbeda.
2. **Solo podcast** ini hanya dilakukan oleh satu penyiar saja. Solo *podcast* memberikan penyampaian seperti monolog. Sementara, solo *podcast* mudah dalam pencarian ide konten *podcast* yang sedang tren di media *online*.
3. **Jenis multi-host podcast** yang dilakukan oleh dua penyiar. Jenis tersebut menyajikan diskusi suatu topik dan persiapannya lebih mendalam daripada *interview podcast* keduanya menyampaikan pendapat masing-masing

mengenai tema yang akan dibawakan dan biasanya bintang tamu turut menyampaikan argumentnya.

2.2.4 Teknik Audio dan Presenting

Perkembangan audio podcast dulu hingga sekarang pendengar akan memberikan sebuah perspektif mengenai definisi *podcast* tetapi terdapat syarat-syarat teknis sederhana dalam memproduksi sebuah *podcast*. Menurut (Rime, 2022) sifat yang dimiliki seorang *podcasting* harus mampu bertahan terhadap banyaknya inovasi teknologi yang akan mengubah cara *podcast* dibuat dan dikonsumsi, dan oleh karena itu, tidak bergantung pada teknologi yang spesifik maupun mudah dikenali sebagai sarana untuk melakukan hal tersebut.

Menurut (Geoghegan, 2007) dalam *Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*, secara sederhana, membuat podcast terdiri dari membuat file audio atau video, kemudian melalui beberapa langkah tambahan lainnya untuk mempublikasikan ke platform *podcast*. Michael mengatakan terdapat teknik audio *podcast* terutama jenis mikrofon yang digunakan *podcaster* dan beberapa mikrofon lebih baik untuk bagi seorang *podcaster*. Teknik tersebut menurut Michael ialah, merekam dan menyimpan *podcast* sesuai dengan tingkat perekaman yang baik menjadi point utama. Adapun, beberapa standar industri yang dapat dipatuhi dengan mudah misalnya sebuah studio rekaman, sehingga membuat *podcast* bisa terdengar seprofesional mungkin.

Sementara dalam memproduksi sebuah podcast, terdapat seorang podcaster atau pembawa acara memainkan peran menjadi pencipta, mediator, dan reporter untuk menyatukan sebuah acara. Pembawa acara di dalam podcast memiliki pemahaman yang kuat tentang suatu topik dapat memberikan perspektif berbeda dan mendorong pemahaman yang lebih mendalam yang akan bermanfaat bagi pendengar (Street, 2023).

Seorang pembawa acara maupun berita harus memiliki pendekatan pada loyalitas kepada audiens yang dimana seorang pembawa berita perlu memperhatikan pada gaya, kecepatan ritme program, kedekatan atau chemistry antar pembawa berita, hingga memberikan pandangan kepada penonton terkait pemberitaan. Sementara itu, pembawa berita menjadi focus perhatian para penonton dalam membawakan berita. Bagaimana gaya pembawa berita cenderung santai sehingga penonton memberikan rasa kenyamanan dengan presenternya. Kendati demikian, menurut (Stewart, 2022) dalam bukunya *Broadcast Journalism Techniques of Radio and Television News*, terdapat kualitas teknis menjadi seorang penyiar berita. Menurut Peter kualitas ide seorang penyiar berita adalah personalitas dan kepribadian yang dimiliki penyiar berita, seorang penyiar berita harus menjaga kredibilitas dalam pemberitaan, seorang penyiar berita harus memiliki suara yang bagus dan kejelasan dalam menyampaikan berita kepada penonton.

2.2.5 Audio Storytelling

Podcast berbasis *Storytelling* dalam teknik penyampaian kepada pendengar bisa melalui hasil wawancara. Teknik tersebut jenis *podcast storytelling* pendengar dapat memahami cara penyiar saat membawakan topik dan suara (Dalila, 2020)

Kebangkitan dalam audio *storytelling* berasal dari munculnya *podcasting* pada tahun 2005, kemudahan dan ekonomi perekaman dan produksi audio digital dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan dan menyebarkan cerita audio (McHugh, 2013). Terutama dalam penulisan ini merujuk pada *podcast storytelling*. Audio *storytelling* menjadi transmedial dengan materi visual dan tertulis yang melengkapi konten audio sehingga meningkatkan pengalaman mendongeng sebagai hasilnya, dan mendorong keterlibatan aktif dengan narasi.

Adapun *audio storytelling* memiliki karakter yakni personal dan memiliki nilai *theatre of mind*. Seorang pendengar akan merasa dekat dengan apa yang disampaikan oleh penyiar radio secara akrab. Meski tidak ada visual, media audio bisa membuat pendengar membayangkan apa yang diceritakan atau disampaikan oleh penyiar radio, yang kadang apa yang dibayangkan oleh satu pendengar dengan pendengar yang lain bisa berbeda.

Beragam jenis konten *podcast* yang telah disebutkan sebelumnya, ada hal yang membedakan jenis tipe *podcast storytelling*. Menurut Ciccaelli Stephanie wakil pendiri *voices.com*, mengatakan ada tipe *podcast* dalam perspektif jurnalistik (Dunford, 2019). Pertama, *Nonfiction Narrative* (format paling banyak digunakan akan tetapi cenderung sulit untuk dikuasai karena informasinya cukup mendalam dan harus mempunyai pandangan berdasarkan subjeknya) misalnya *podcast* documenter - *Finding Grace* yang diproduksi oleh BBC World Service. Kedua, fiksi *podcast* (*podcast* ini berbeda dari non fiksi, bentuknya seperti drama audio dimana ada pemeran pengisi suara dan menciptakan karakter kepada pendengar) *podcast* ini di Indonesia sendiri seperti Menjadi Manusia, Riri Cerita Anak Interaktif, dan Rintik Sendu. Penjelasan tersebut disimpulkan bahwa mendengarkan berbagai jenis *podcast* menjadi cara pendekatan antara penyiar dengan audiens untuk terlibat dalam bercerita melalui audio.

Konsep yang diterapkan oleh penulis dalam produksi *podcast* menggunakan *audio storytelling*. Penulis ingin mengundang afeksi pendengar dan mengembangkan emosi yang kuat agar memiliki koneksi dengan pendengar.

2.2.6 Sembilan Elemen Jurnalisme

Kesepuluh unsur jurnalistik yang disusun oleh (Kovach, 2001) dalam buku *The elements of journalism* “What News People Should Know and The Public Should Expect” tersebut memuat hal-hal penting yang harus dijadikan landasan bagi jurnalis dalam memproduksi berita.

Oleh karena itu sembilan elemen jurnalisme tersebut menjadi pedoman penulis saat menyusun pembuatan karya *podcast*. Berikut diantaranya:

- 1. Jurnalisme mengutamakan pada kebenaran** dalam survei yang dilakukan Pew Research Center for People and the Press dan Committee of Concerned Journalists, terdapat 100% wartawan yang diwawancarai menjawab pertanyaan nilai apa yang mereka anggap paling tinggi di pekerjaannya jawabannya menyajikan fakta secara benar. Meski nilai kebenaran tidak bersifat mutlak, terkadang teori mengenai kebenaran sangat membingungkan. Misalnya saja, jika seorang wartawan menyajikan fakta (kebenaran) tentang pegawai pemerintah yang melakukan tindak korupsi, tetapi disisi lain pemberitaan mengenai fakta tersebut akan mencemarkan nama baik. Disinilah kita harus mengenal arti dari kebenaran itu sendiri. Dengan hal ini pendapat penulis bahwa kebenaran jurnalistik ini adalah lebih dari sekedar akurasi. Maka prinsip pertama jurnalisme ini ialah pengejaran sebuah kebenaran yang tidak berat yang paling membedakannya dari semua bentuk komunikasi lain. Sementara bentuk kebenaran yang bisa dipraktikan dan fungsional.
- 2. Kesetiaan jurnalisme kepada warga.** Wartawan wajib mencari kebenaran tidaklah cukup. Kondisi macam apa yang mereka perlukan agar bisa mengetahui kebenaran, dan juga wartawan mampu mengkomunikasikan kepada warga, agar public bisa mempercayai nilai kredibilitas dari wartawan. Kesimpulannya, apapun pendekatan yang diambil organisasi media, masalah loyalitas ini sangat penting, karena biasanya diabadikan atau disalahpahami. Sebagai warga kita tidak berharap kesempurnaan wartawan. Kebenaran dan loyalitas kepada warga hanyalah dua langkah pertama dalam membuat jurnalisme berjalan.
- 3. Jurnalisme disiplin dalam verifikasi.** Wartawan dituntut pada disiplin verifikasi memisahkan jurnalisme dari hiburan, propaganda, fiksi, atau

seni. Hiburan (*entertainment dan infotainment*) berfokus pada hal-hal yang paling menggembirakan hati. Propaganda menyeleksi fakta atau mengarang fakta demi kepentingan yang lain (persuasi dan manipulasi). Fiksi mengarang skenario untuk sampai pada kesan yang lebih personal dari apa yang disebut kebenaran.

Untuk menyusun karya ini penulis berharap dalam prosesnya dari nilai tersebut, bahwa terdapat lima prinsip yang harus dilakukan yaitu jangan pernah menambahi sesuatu yang tidak ada, jangan pernah menipu audiens, berlakulah setransparan mungkin tentang metode dan motivasi anda, andalkan reportase anda sendiri, dan bersikaplah rendah hati.

4. **Jurnalis harus menjaga independensi terhadap sumber berita.** Jurnalis harus tetap independen dari faksi-faksi. Independensi semangat dan pikiran harus dijaga wartawan yang bekerja di ranah opini, kritik, dan komentar. Disini wartawan dalam membuat reportase berita, mereka mengedepankan independensi dari pada netralitas. Namun, ia harus independen, dan kredibilitasnya terletak pada dedikasinya pada akurasi, verifikasi, kepentingan publik yang lebih besar, dan hasrat untuk memberi informasi. Sangat penting untuk menjaga semacam jarak personal, agar jurnalis dapat melihat segala sesuatu dengan jelas dan membuat penilaian independen.
5. **Jurnalisme sebagai pemantau kekuasaan.** Jurnalis harus bertindak sebagai pemantau independen terhadap kekuasaan (*watchdog*). Wartawan tak sekedar memantau pemerintahan, tetapi semua lembaga kuat di masyarakat. Pers percaya dapat mengawasi dan mendorong para pemimpin agar mereka tidak melakukan hal-hal buruk, maksudnya pemerintah atau pejabat public tidak boleh mencampur tangan public. Jurnalis juga mengangkat suara pihak-pihak yang lemah, yang tak mampu bersuara sendiri.

Kesimpulannya kesiapsiagaan baru pemantau-pemantau media ini adalah fakta bahwa alat yang disediakan oleh teknologi komunikasi baru telah menghasilkan kemungkinan bagi setiap orang untuk secara virtual memantau atau bahkan bersaing dengan pers mapan. Lembaga jurnalisme independen menunjukkan bagaimana teknologi baru bisa mengatur ulang cara berita diproduksi dan dikomunikasikan.

- 6. Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun dukungan warga.** Fungsi forum pers ini bisa menghasilkan demokrasi di negara besar serta beragam. Forum inilah yang menjadi menu harian grup advokasi dan partai politik. Jurnalisme harus menyediakan sebuah forum untuk kritik dan kompromi publik. Akan tetapi, forum yang tak punya sikap hormat pada fakta akan menimbulkan gagal memberi informasi. Forum publik tersebut harus menyertakan kesepakatan dalam banyak hal, yang sebagai jalan keluar dari masalah masyarakat.

Pers punya kewajiban bahwa diskusi itu inklusif, bernuansa, dan merupakan cerminan akurat dari debat yang benar-benar terjadi di masyarakat. Alasan forum media begitu membesar adalah perusahaan media melihat silang pendapat sebagai sebuah jalan untuk berhubungan kembali dengan komunitas, pada saat hubungan ini melemah. Dan dengan hadirnya internet, kebutuhan akan pers bertanggung jawab makin meningkat, bukannya berkurang. Maka, forum jurnalistik harus taat pada semua prinsip jurnalistik yang lain.

- 7. Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan.** Banyak wartawan mengatakan, jurnalisme bukan hal prakti secara tradisional atau kuno seperti mengajukan kebutuhan informasi dari public atau sekadar keinginan berdasarkan isu kontroversial yang menarik minat publik. Kebanyakan jurnalisme, seperti kebanyakan komunikasi, berada di tengah-tengah. Tanggung jawab wartawan bukan hanya sekedar

menyediakan informasi, tapi menghadirkan sedemikian rupa sehingga orang tertarik untuk menyimak. Penulisan jurnalistik yang bagus merupakan hasil dari reportase mendalam yang solid, dengan imbuhan detail dan konteks yang mengikat tulisan. Dengan organisasi berita yang semakin yakin bahwa agar berita tak menjemukan maka penyajiannya harus lebih pendek, sulit bagi reporter untuk mendapatkan ruang dan waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan cerita yang benar.

- 8. Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional.** Wartawan layaknya seperti peta, bagaimana wartawan mampu menyeimbangkan keputusan-keputusan oleh public. Konsep ini membantu menjelaskan apa yang menjadi tanggung jawab liputan jurnalistik. Seperti halnya peta, nilai jurnalisme bertanggung jawab pada kelengkapan dan proporsionalitas. Dalam jangka pendek secara ekonomi ini memang menguntungkan tapi menyesatkan orang yang bepergian dan akhirnya merusak kredibilitas si pembuat peta. Jurnalisme yang meninggalkan begitu banyak berita yang bergulir ibarat peta yang gagal member tahu kepada orang yang bepergian semua jalur lain yang ada sepanjang perjalanan itu. Pada saat yang sama, berita yang hanya berisi hal serius dan penting tanpa sesuatu yang ringan atau manusiawi, sama-sama tak seimbang.
- 9. Jurnalis diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka.** Setiap jurnalis, dari redaksi hingga dewan direksi, harus memiliki rasa etika dan tanggung jawab personal, atau sebuah panduan moral. Terlebih lagi, mereka punya tanggung jawab untuk menyuarakan sekuat-kuatnya hati nurani para wartawan dan membiarkan yang lain melakukan hal yang serupa. Agar hal ini bisa terwujud, secara terbuka dan hal yang penting untuk memenuhi semua prinsip jurnalistik. Gampangnya mereka yang bekerja di organisasi berita harus mengakui adanya kewajiban pribadi untuk bersikap beda atau menentang redaktur, pemilik, pengiklan, dan bahkan warga serta otoritas

mapan, jika keadilan (*fairness*) dan akurasi mengharuskan mereka berbuat begitu.

10. Warga juga punya hak dan tanggung jawab dalam hal-hal yang berkaitan dengan berita. Dalam buku *Jurnalistik Dasar untuk Pemula* disebutkan bahwa Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menambahkan elemen jurnalisme yang kesepuluh, yakni warga juga punya hak dan tanggung jawab dalam hal-hal yang berkaitan dengan berita. Elemen jurnalisme ini muncul dengan perkembangan teknologi informasi. Dalam elemen ini, masyarakat juga punya hak untuk menciptakan media sendiri, mulai dari membuat blog, jurnalisme warga (*citizen journalism*), media alternatif, dan lain sebagainya.

2.2.7 Influencer

Di zaman yang serba digital, sosial media semakin berkembang dan digemari oleh masyarakat. Berbagai platform media sosial masyarakat dengan mudah menemukan konten-konten yang menarik hingga viral. Oleh sebab itu, dibalik konten-konten yang dinikmati oleh masyarakat terdapat orang-orang kreatif yang membuatnya. Orang tersebut adalah influencer, mereka lah yang membuat konten sesuai bidang dan kemampuannya.

Selain para influencer membuat konten, biasanya setiap konten yang diunggah di platform media sosialnya memiliki pengaruh atau daya tarik yang besar di platform media sosial atau di industri tertentu, seperti *fashion*, kuliner, kecantikan, *travel*, gaming, dan lain sebagainya. Mereka memiliki basis pengikut yang besar dan terlibat yang memercayai dan mengikuti apa yang mereka katakan atau tunjukkan. Pada kategori dan pengaruhnya di media sosial, mendapatkan penghasilan dari konten yang dibuat. Menurut (Dublino, 2023), seiring berkembangnya platform, semakin banyak suara populer yang menghubungkan merek dengan konsumen melalui kerja sama antar brand agar dapat di promosikan melalui media sosialnya. Hal ini influencer dengan suara dan

pesan unik, memanfaatkan kepercayaan pengikut mereka untuk menghasilkan aliran pendapatan yang stabil.

Hal tersebut penulis memilih kategori konten kuliner. Biasanya konten kuliner terdapat kategori tertentu seperti mereview makanan, *mukbang*, dan *vlogging*. Oleh sebab itu konten kuliner pada *mukbang* juga alah satu bentuk konten kuliner di dunia digital. Konten *mukbang* berfokus pada orang yang makan makanan dan sering kali memungkinkan penonton untuk melihat dan mendengar reaksi mereka saat makan. Mukbang menjadi salah satu subgenre yang cukup populer dalam konten kuliner di media sosial dan platform berbagi video. Para penggemar mukbang sering menyukai kontennya karena mereka dapat merasa seperti sedang makan bersama influencer, atau mereka mungkin tertarik oleh jenis makanan yang ditampilkan dalam video tersebut.

2.2.8 Mukbang

Teknologi internet telah memfasilitasi penggunaan berbagai macam aktivitas dan aplikasi yang berbeda dalam konteks *online*. Meskipun banyak para ahli terkait penelitian mengenai jejaring sosial *online*, game *online*, belanja *online*, seks *online*, dan perjudian *online*, sangat sedikit yang diketahui tentang acara makan *online*. *Mukbang* sebuah konten menyajikan porsi yang sangat besar dan reaksi saat menikmati makan tanpa jeda (biasanya durasi konten *mukbang* kurang lebih 1 jam). Proses pembuatan konten mukbang sangat mudah, dengan cara para *streamer* atau orang yang menyiarkan hanya memerlukan alat perangkat kamera digital, dimana orang tersebut hanya makan di depan kamera secara langsung dan berinteraksi dengan penonton melalui kolom komentar.

Mukbang konten populer di internet terutama Youtube. Populernya *mukbang* berasal dari korea Selatan yaitu “meokneun” (먹다) yang berarti makan, sedangkan “bangsong” artinya siaran (Hasan, 2017). Awal mula tren konten *mukbang* terjadi di Korea Selatan pada tahun 2010, sebuah

saluran siaran internet bernama Afreeca TV. Dalam saluran Afreeca TV menampilkan sosok *streamer* yang disebut BJ (*Broadcasting Jockeys*) dapat menyiarkan konten apa pun yang mereka inginkan, dan penonton dapat menonton berbagai saluran mana pun dan menikmati tontonan sambil mengobrol dengan BJ (Park, 2017, p. 111). Tak hanya itu, pendapat yang sama menurut (Hong S.-K. , 2017, p. 119) seorang pembuat konten *mukbang* pada saat siaran langsung dirinya secara langsung memasak dan memakan makanan yang mereka buat, hingga menjelaskan resepnya kepada penonton.

Seiring berjalan waktu, *mukbang* dibawa dan dipopuler ke berbagai negara salah satunya seorang *foodblogger* asal Kanada yang menetap di Korea Selatan pada tahun 2008 ialah Simon Stawksi. Dalam saluran kanal Youtube Simon Stawksi yaitu *Eatyourkimchi Studio*, Simon menjadi pencetus *mukbang* yang modern sekitar tahun 2015 (Josephus, 2022); (Jackson, 2021).

Eksistensi popularitas konten *mukbang* tak terlepas dari perkembangan internet. Menurut (Hawthorne, 2019) konten *mukbang* kini popularitasnya meningkat di sejumlah negara lain dan di mana ratusan ribu orang mengakses internet setiap hari untuk menonton video *mukbang*. Oleh karena itu, konten *mukbang* banyak diminati secara visual maupun penonton mendengarkan suara yang timbulkan dari video konten *mukbang* yaitu ASMR. ASMR merupakan komponen dalam konten *mukbang* seperti suara mengunyah, menyeruput, dan menggigit yang memiliki reaksi tubuh seseorang dengan sensasi kesemutan yang dimulai dari kulit kepala hingga ke leher dan tulang belakang (Nabiel, 2019, p. 2).

ASMR dan konten *mukbang* memiliki kesamaan yaitu penonton dapat merasakan suara makan dari pembuat konten *mukbang*. Menurut (Shoemaker, 2020) perbedaan utama antara video makan gaya ASMR dan video *Mukbang*. Makan ASMR biasanya lebih mengutamakan elemen estetika, seperti kualitas visual, suara, dan tekstur. Sedangkan video *mukbang* mensimulasikan percakapan saat makan, meskipun penonton tidak dapat membalasnya secara langsung.

Dengan demikian, penonton merasa lebih nyaman dengan *mukbanger*, sekaligus secara tidak langsung menikmati pemandangan makanan yang mereka konsumsi.

Disisi lain, konten *mukbang* menjadi personalan pada etika makan antara budaya Korea Selatan dengan budaya Indonesia. *Mukbang* identic dengan menampilkan sisi visual suara makan seperti mengecap dan menguyah, namun konten mukbang dianggap tidak sopan menurut budaya Jawa. Dikarenakan etika makan dalam kuktur Jawa semuanya serba halus, terukur, dan melihat kondisi (Mariani, 2020). Adapun menurut (Meilus, 2015) dalam Thrilist, suara makan dapat memberikan reaksi negatif, karena beranggapan suara makan hal yang menjijikan dan tidak pantas. Sementara dalam budaya korea atau budaya Korea Selatan hal tersebut, merupakan normal dilakukan oleh masyarakat ketika makan, karena suara makan menunjukkan menghormati orang yang masak yang menandakan bahwa makanan tersebut sangat enak.

Selain perbedaan gaya makan ASMR dan video *mukbang*, setiap negara tentu memiliki gaya pengemasan dalam membuat video mukbang. Terutama kehadiran popularitas konten mukbang di Indonesia seperti Tanboy Kun dan Ria Sukmawijaya (Ria SW) memiliki gaya tersendiri pengemasan konten *mukbang*. Menurut (Sukmasari, 2019) para *streamer* di Indonesia atau BJ (*Broadcasting Jockeys*) sangat berbeda dengan di Korea Selatan. Para konten *mukbang* di Indonesia cenderung tidak merekam video mukbang sendirian seperti yang ada di Korea Selatan maupun Jepang. Akan tetapi, versi tersebut di Indonesia berupa review makan, dimana para *foodblogger* atau *streamer* menjelajahi dan memberikan informasi secara lengkap dimulai dari lokasi, rasa makanan, hingga rating yang diberikan. Dengan demikian, menurut (Susanti, 2023, p. 1) review makanan sebuah seni yang memadukan rasa dan memberikan pandangan yang informatif kepada public terkait makanan.

Dalam prosesnya *mukbang* sendiri disiarkan secara langsung sebagai cara bagi audiens untuk terhubung secara aktif. Cara ini untuk menikmati dan bersosialisasi bersama (pembuat konten dan audiens). Seiring pertumbuhan generasi muda di internet. untuk mendapatkan popularitas, pencipta *mukbang* tidak hanya makan berlebihan secara performatif, tetapi mereka juga makan-makanan yang menjengkelkan atau mencoba produk baru di siaran berbasis web mereka (Lee, 2020) Misalnya saja, YouTuber Amerika MommyTang memiliki lebih dari 425.000 pelanggan dan mendapatkan keuntungan dari konten *mukbangnya* yang dimonetisasi, serta pendapatan iklan.

Sementara itu, menghasilkan hampir 100.000 dolar setahun di AS dari membuat video *mukbang* (Astrid, 2021). Terdapat ada alasan dari proses mengapa mukbang menjadi populer, salah satu faktor utamanya kesepian. Jika melihat awal tren mukbang berasal dari Korea, dimana memiliki budaya makan bersama. Kemudian, alasan tren ini termasuk modernisasi Korea Selatan dan standar pendidikan tinggi, yang mengakibatkan lebih banyak orang dewasa muda pindah dari rumah keluarga mereka, menunda pernikahan, dan hidup sendiri (Tang, 2020, p. 2).

Namun factor tingkat kesepian pada konten mukbang di Korea Selatan, dapat memengaruhi kesehatan mental pada penonton. Menurut (Harris, 2020) dalam penelitiannya "*The Psychology of Mukbang Watching: A Scoping Review of the Academic and Non-academic Literature*", video mukbang Korea Selatan yang disiarkan di Afreeca TV untuk membahas fitur mukbang dan implikasinya terhadap masyarakat kontemporer Korea Selatan. Mereka awalnya menelusuri 30 profil mukbanger aktif. Mereka berpendapat bahwa pemirsa menonton mukbang sebagai 'teman makan' untuk menghindari makan sendirian

dan mengurangi kesepian. Masyarakat biasanya menonton mukbang sekitar waktu makan atau waktu jajan larut malam. Pendapat yang sama menurut (Kircaburun, 2020) bahwa *mukbang* memenuhi rasa lapar fisik dan sentimental dari satu rumah tangga dengan memberikan resep atau tips sederhana untuk makan sendirian dan dengan menciptakan rasa ikatan sosial dan rasa memiliki dengan pelaku *mukbang* dan penonton lainnya.

Selain dampak kesehatan mental pada tingkat kesepian dari menonton video *mukbang*. *Mukbang* sendiri menimbulkan kekhawatiran pada kesehatan fisik, menurut (Giorgi, 2023) saat menonton mukbang, penonton berpikir bahwa pembawa acara atau BJ memiliki bentuk badan yang kurus dan bugar. Tapi disisi lain biasanya mengonsumsi makanan dalam jumlah besar tanpa penambahan berat badan yang jelas. Namun, penonton tidak mengetahui strategi pembawa acara seperti berpuasa sebelum makan besar untuk mengurangi perkiraan kenaikan berat badan. Dalam rekaman video *mukbang*, aspek pengeditan juga dapat digunakan untuk menyembunyikan fakta bahwa pembawa acara tidak mengonsumsi..

Menurut (Kang, 2020), saat orang pembuat konten makan, mereka tidak hanya berbagi meja, tetapi juga hidangan yang disajikan. Karena jumlah rumah tangga satu orang meningkat dan lanskap generasi berubah di Korea, lebih sedikit orang yang makan bersama keluarga mereka. Menurut (Yun, 2020) dalam penelitiannya status menonton *mukbang* dan *cookbang* di kalangan generasi muda di Korea. Jumlah responden yang menonton konten ini yang paling umum untuk *Mukbang* adalah YouTube (89,4%), diikuti oleh layanan jejaring sosial (6,5%), TV (3,3%), dan penyiaran internet (0,8%); meskipun YouTube juga merupakan rute paling umum untuk *cookbang*, proporsinya jauh lebih kecil (68,3%) (p.3).

Pendapat lain menurut (Anjani, 2020, p. 2) budaya korea konten mukbang punya arti khusus yaitu waktu makan secara inheren bersifat sosial dan makanan memainkan peran penting dalam hubungan. Kata Korea untuk "pendamping" berarti "orang yang makan roti dengan orang lain." Namun alasan tersebut di luar Korea, *mukbang* mendapatkan popularitas yang meningkat secara global, dan kondisi sosial-ekonomi dan budaya kebangkitannya mengatur panggung untuk pekerjaan sebagai *creator*.

Popularitas *mukbang* juga ada peningkatan pendapatan dalam ekonomi rumah tangga. Menurut (Hong S.-K. , 2017) pada tahun 2015, rumah tangga satu orang adalah jenis rumah tangga yang paling umum di Korea Selatan (27,1% dari semua rumah tangga) proporsi ini diperkirakan akan mencapai 34,3% pada tahun 2035. Selain mukbang sangat menguntungkan bagi para influencer bisa mendapatkan penghasilan yang mereka terima berdasarkan jumlah penonton terbanyak serta kerja sama dari pihak *brand* makanan. Menurut (Maghfiroh, 2022) keuntungan yang didapat dari konten mukbang seringkali para influencer menimbulkan kontroversi di setiap konten yang dibuatnya. Hal tersebut membuat public tidak suka hingga para influencer tidak dapat diterima dengan baik oleh publik (*cancel culture*) dan juga mengalami kerugian pendapatan (p.2).