

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Datangnya sebuah media baru atau yang sering kita dengar dengan sebutan “*New Media*” tentu sudah tidak asing di kehidupan kita di zaman sekarang. Istilah kata media baru atau *new media* ini dipakai untuk merujuk berbagai teknologi komunikasi dengan ketersediaan dan digitalisasi yang memiliki cakupan luas sebagai alat untuk komunikasi maupun mempermudah aktivitas manusia di zaman sekarang. Terhitung dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, perkembangan media digital terbilang sangat pesat, hal ini tentu didorong oleh kemudahan interaksi komunikasi dan jaringan teknologi informasi yang semakin kuat. Ditambah tuntutan kebutuhan sumber daya manusia modern tentu faktor signifikan juga terjadi karena masa pandemi yang telah dialami selama dua tahun terakhir, mengakibatkan banyak perubahan. Hingga berada dititik bahwasanya kehidupan ini sudah berdampingan atau bahkan melekat dengan teknologi digital, banyak lebihnya telah mengubah kebiasaan maupun kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi dan internet serta berbagai *platform* turunannya merupakan revolusi yang berpengaruh lumayan besar dalam kehidupan dan budaya manusia khususnya di Indonesia. Menurut hasil *survey* yang dilakukan APJII di tahun 2020 menyatakan, di Indonesia tercatat 196,71 juta jiwa yang menggunakan internet dimana hal itu sekitar 73,7% dari total penduduk. Maka dapat diartikan bahwasanya intensitas pengguna internet di Indonesia sangat tinggi. Pengaruhnya masuk ke dalam semua kehidupan manusia. Salah satunya terhadap bagaimana cara manusia berkomunikasi serta mengakses berita maupun pengetahuan. Terlihat adanya perbedaan yang signifikan antara media konvensional yang sifatnya masih satu arah atau dikenal dengan istilah *broadcast* atau penyiaran dan media baru (*new media*) yang beralas internet dimana manusia mampu menerima dan mengirimkan pesan-pesan secara mandiri. Nicholas Gane dan David Beer mengungkapkan bahwasanya media baru (*new media*) memiliki beberapa karakteristik yaitu: *network*, *interactivity*, *information*, *interface*, *archive* dan *simulation*. Dengan karakteristik tersebut dapat diartikan tiap individu di zaman yang sudah digital ini dapat mengkonsumsi dan membuat kontennya secara mandiri.

Perkembangan teknologi saat ini merupakan kesempatan Kanekabe.com

sebagai jurnalis untuk menciptakan informasi yang mudah diakses dan dibagi kepada pembaca. Tak hanya itu masyarakat juga memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media untuk mendapat, memberi dan bertukar informasi. Terlebih di zaman sekarang semua serba instan dan mudah, hanya perlu *handphone* maupun *gadget* untuk mempermudah berbagai aktivitas di kehidupan kita. Dengan berkembangnya teknologi tentu hal ini juga, dilihat sebagai peluang oleh berbagai portal media online dalam membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Tak heran apabila sekarang terdapat banyak portal media online yang memanfaatkan perkembangan teknologi sekarang sehingga dapat memberi informasi dan mengembangkan beragam topik berita dari berbagai aspek.

Salah satunya topik menarik yaitu kuliner, menjadi salah satu kebutuhan primer yaitu pangan dimana memiliki peranan penting dan juga tidak bisa ditinggalkan. Kebutuhan paling menarik untuk diulik karena memiliki keberagaman budaya dan sumber hayati yang berbeda di setiap masing-masing daerah maupun individu, sehingga menghasilkan beragam cita rasa kuliner. Berdasarkan riset yang Kanekabe.com lakukan sebelumnya terhadap 100 responden sebanyak 52% mereka lebih tertarik melakukan pencarian informasi mengenai berita kuliner dibanding 3 pilihan lainnya. Makanan menjadi salah satu topik menarik yang sering diminati, berkaitan dengan nilai budaya dari suatu bangsa bahkan nilai sejarah pada sajian makanan tertentu dapat dikenali sebagai identitas suatu masyarakat.

Apabila dilihat dari aspek budaya, kuliner atau makanan menunjukkan adanya hubungan sosial yang melekat. Makanan tak hanya sekedar cita rasa dan tampilan, melainkan kaya makna mulai dari persiapan, ritual, aroma, kondisi sosial, iklim serta bagaimana suatu makanan ditabur, dikumpulkan, disusun, dan dimakan. Arti-arti tersebut merupakan bentuk dalam mengekspresikan budaya dan identitas melalui makanan. Makanan tidak dipandang sebagai kuliner semata, tetapi ada nilai-nilai budaya sampai nilai-nilai sejarah pada sajian makanan tertentu.

Media online dengan topik kuliner di Indonesia banyak dijumpai, seperti *epicurious.com*, *balifoodies.id*, *cookpad.com*, *detikfood* dan banyak lainnya. Terlepas banyaknya media online populer dengan tema kuliner, tentu masih memiliki kekurangan seperti halnya sekedar memberikan resep saja, tampilan layout yang kurang menarik atau terlalu ramai bahkan kurang memberikan informasi mendalam mengenai sajian dan terkadang hanya menjadi rubikasi dari media online utama. Oleh karenanya Kanekabe.com hadir ingin memberikan informasi dengan

terminologi yang mengacu karya jurnalistik yaitu *food journalism*. Karya ini akan berfokus pada dialektika makanan di kehidupan manusia, berkaitan dengan perspektif antropologi, sosiologi, komunikasi serta politik. Apabila dalam kalangan akademik *food journalism* disebut dengan studi Gastronomi, yang nantinya dipadukan dengan kuliner kekinian sesuai dengan riset kualitatif yang telah dilakukan kepada 100 responden 35% memilih informasi makanan kekinian dibanding lima opsi lainnya.

Hasil Riset yang tim Kanekabe lakukan juga mendapatkan hasil bahwasanya responden tertarik membaca media online yang memperhatikan aspek kebaruan atau *up to date*, mengedukasi dan *to the point*. Untuk lingkup wilayah kanekabe akan menyajikan sebagian besar pemilihan topik berada di Kota Malang, tetapi tak menutup kemungkinan kanekabe juga mengangkat daerah lainnya. Pemilihan Kota Malang juga mempermudah tim kanekabe dalam mencari narasumber primer, Kanekabe juga berusaha mencari berbagai referensi sebagai penambahan informasi seperti kutipan media dengan cara mencantumkan hyperlink dan jurnal. Sehingga hasil karya artikel berita dapat memuaskan *audiens* karena akurat, informatif dan *update*.

Segmentasi audiens, tentunya portal berita yang kami sajikan menyesuaikan generasi milenial dengan range umur 17-30, sebagai segmentasi utama, hal ini beralasan menyesuaikan karakteristik generasi dengan perkembangan teknologi. Tetapi tidak menutup kemungkinan jangkauan portal berita media online kami dibaca oleh segala kalangan umur. Tentunya untuk menunjang *insight* dan minat baca portal media online kanekabe.com, maka akan disertai pengemasan berita secara visual dan penggunaan media sosial yang menarik untuk menunjang website kami. Penggunaan media sosial saat ini dimanfaatkan oleh jurnalis menjadi salah satu dimana mendapatkan sumber informasi dalam pencarian maupun memproduksi karya berita. Tak hanya itu, jurnalis juga memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk mempublikasikan produk konten berita. Seperti diungkapkan oleh Nasrullah (2015:3), media sosial hadir digunakan untuk mempublikasikan konten, dan dengan fasilitas *grouping* yang ada pada media sosial, memungkinkan media online untuk memublikasikan produk konten beritanya kepada audiens (*followersnya*) dalam jaringan grupnya. Institusi media bahkan bisa juga menutupi peristiwa, tetapi lewat internet, masyarakat memperoleh peristiwa tersebut dari khlayak lainnya.

Penjelasan tersebut menyimpulkan bahwasanya media sosial memiliki fungsi

promosi konten bagi kanekabe untuk menarik serta mempertahankan para *audience* untuk berkunjung pada portal media online kanekabe.com. Media sosial kanekabe.com yang digunakan meliputi, Instagram dan Tiktok dikarenakan menjadi platform yang sedang populer dan paling banyak dikunjungi di tahun 2022 menurut survey *Social Media Habit and Internet Safety*.

Pada setiap portal media tentunya memiliki susunan redaksi, pada tiap individu memiliki tugas dan perannya masing-masing. Bekerjasama secara tim dengan tujuan, bekerjasama menyajikan artikel- artikel yang akan dimuat di portal media online Kanekabe.com, sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan redaksi. Tim redaksi kanekabe.com sendiri terdiri dari lima kru, pada masing-masing kru memiliki *jobdesk* utama. Dari Pimpinan Redaksi dengan peran bertanggung jawab pada kegiatan redaksional serta mengawasi aktivitas secara keseluruhan, melakukan pengecekan karya tahap akhir yang akan diterbitkan di media online kanekabe.com dan menetapkan kebijakan bagi kelompok. Selanjutnya terdapat redaktur pelaksana, dalam perannya membantu pimpinan redaksi seperti dalam menyusun agenda atau penjadwalan tiap kegiatan jurnalistik kanekabe.com. Peran selanjutnya terdapat Editor Naskah yang bertugas dalam memeriksa atau melakukan editing naskah untuk memastikan kelayakan karya berita yang akan dirilis. Lalu terdapat peran Editor Grafis, bertanggung jawab dalam segi visual yang terdapat di portal media online maupun media sosial kanekabe.com. Selanjutnya, untuk menunjang fitur dan web terdapat *Web Development* yaitu berfokus mengembangkan website Kanekabe.com. Sosial media spesialis, berperan dalam mempromosikan karya artikel di media online dengan tujuan mendapatkan banyak *insight* dari *audience* di Kanekabe.com. Peran terakhir terdapat Manajer Marketing perannya melakukan perencanaan serta mengkoordinasikan program pemasaran yang akan digunakan untuk menunjang web Kanekabe.com.

Tak hanya semata sebagai tugas utama saja yang diemban, semua kru memiliki peran ganda diman masing-masing sebagai reporter yang harus mengumpulkan karya individu secara berkala. karya yang dikumpulkan meliputi artikel *Straight news*, *Feature news*, Opini, Infografis, *Indepth* dan *Photostory*.

1.2 Rumusan Masalah

Pemaparan latar belakang di atas, kurang lebih menjelaskan bahwasanya terdapat proses dalam membentuk sebuah portal berita online dan terdapat beberapa

peran salah satunya peran seorang editor naskah pada media Kanekabe.com yang memiliki peran memperbaiki naskah yang akan terunggah di website. Laporan ini hendak memberi jawaban bagaimana peran editor naskah dalam menjaga kualitas artikel di portal media online Kanekabe.com, serta memberikan penjabaran bagaimana penulis sebagai seorang jurnalis dalam menjalankan SOP kepenulisan naskah berita di Kanekabe.com.

1.3 Tujuan Produksi Media Online

Tujuan dari produksi media online *food journalisme* kanekabe.com adalah untuk memberi informasi dan menambah wawasan baru seputar dunia *food journalism*. Dimana *food journalism* berkenaan dengan dialektika makanan yang dilihat dari berbagai perspektif sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan berita bagi para pembaca. Penyampaian Informasi dan wawasan disajikan dalam bentuk artikel *straight news, features, Infografis, Opini, Indepth* maupun *Photostory*. Media sosial membantu sebagai media promosi kanekabe.com dalam menyebarluaskan artikel agar mudah dijangkau.

1.4 Manfaat Produksi Media Online

Untuk manfaat dari produksi media online *food journalism* yaitu menjadi solusi pembaca dalam mencari rujukan informasi maupun mendapat pengetahuan baru yang berkaitan dengan *food journalism*. Pembahasan akan mengenai dialektika makanan yang dilihat dari berbagai perspektif nilai seperti, budaya, sejarah, antropologi, politik, maupun komunikasi dalam sajian berita yang kami hadirkan. Terlebih informasi semacam ini jarang ditemui, sebagian besar cenderung lebih pada review dan semacamnya. Selain itu manfaat lain dari adanya produksi media online ini dapat dijadikan referensi untuk lainnya dalam mengetahui proses pembentukan dan kegiatan dalam memproduksi karya media online.