

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media berita online telah menjadi pilar utama dalam lanskap komunikasi massa di era digital, di mana teknologi internet memungkinkan distribusi informasi yang lebih cepat, interaktif, dan personal dibandingkan dengan media tradisional seperti surat kabar cetak atau televisi. Media berita online membedakan diri melalui kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai format konten seperti teks, video, audio, dan interaksi sosial yang memfasilitasi aksesibilitas global dan partisipasi audiens secara *real-time*. Temuan (Puspitasari & Wulandari, 2024) menunjukkan bahwa media online memanfaatkan multimedia, *hyperlink*, dan interaktivitas untuk mempercepat produksi dan distribusi berita secara *real-time*, sehingga memperkuat pergeseran konsumsi informasi publik dari media tradisional ke platform digital.

Seiring perkembangan teknologi digital, media online mulai mengambil alih peran yang sebelumnya didominasi oleh media tradisional. Pergeseran ini sejalan dengan temuan (Nurliza Azzahra et al., 2024), yang menjelaskan bahwa transformasi media ditandai oleh perubahan signifikan dari media tradisional menuju media digital yang menawarkan aksesibilitas lebih tinggi dan biaya distribusi yang lebih rendah. Proses migrasi ini tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin bergeser ke platform digital. (Sulton, 2020) menunjukkan bahwa preferensi pembaca, khususnya generasi muda, kini lebih banyak tertuju pada sumber berita digital dibandingkan media tradisional, karena dinilai lebih cepat dan mudah diakses.

Kecepatan akses, kemudahan distribusi, serta sifat media online yang selalu terbaru membuat media digital menjadi sumber informasi

utama bagi sebagian besar pengguna. Di sisi lain, media tradisional seperti surat kabar cetak menghadapi tantangan penurunan oplah dan tingginya biaya produksi. (Siti Umayyah, 2025) mencatat bahwa banyak media cetak mengalami penurunan keberlanjutan akibat berkurangnya minat baca versi fisik, sehingga mempercepat peralihan pembaca ke perangkat digital.

Transformasi ini menandai fase penting di mana media online tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi secara bertahap menggantikan posisi media tradisional sebagai kanal informasi utama (Indah Suryawati & Rahmat Edi Irawan, 2022) dalam studi kasusnya menunjukkan bagaimana media lokal seperti Harian Rakyat Sultra melakukan migrasi dari cetak ke digital sebagai respons terhadap perubahan budaya konsumsi informasi masyarakat.

Dalam konteks operasionalnya, media online memiliki karakteristik yang lebih dinamis dibandingkan platform konvensional. Konten yang diproduksi tidak hanya berfokus pada *hard news*, tetapi juga *soft news* yang lebih ringan, *human interest*, dan bersifat menghibur. *Soft news* berperan penting dalam mempertahankan *engagement* audiens di tengah persaingan algoritmik. Studi (Prasetyo et al., 2021) menunjukkan bahwa struktur produksi konten gaya hidup di media online melibatkan tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi yang dirancang untuk menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan pembaca.

Melihat dinamika tersebut, Radar Jogja sebagai salah satu portal berita terkemuka di Yogyakarta turut menyesuaikan diri dengan memproduksi konten jurnalistik yang beragam, mulai dari *hard news* hingga *soft news*. *Hard news* biasanya berfokus pada peristiwa faktual dan mendesak, seperti politik, bencana, atau ekonomi, yang bertujuan untuk menginformasikan publik tentang isu-isu krusial. Sebaliknya, *soft news* lebih bersifat ringan, menghibur, dan informatif, dengan tujuan utama memberikan konten santai yang dapat meningkatkan keterlibatan pembaca,

membangun loyalitas, dan memperluas jangkauan audiens. *Soft news* sering kali berfungsi sebagai pelengkap *hard news*, membantu media mempertahankan relevansi di tengah kelelahan informasi (*information overload*) yang dialami masyarakat. Sering kali, *soft news* kuliner dikemas dengan pendekatan gaya hidup yang berkontribusi dalam membangun ikatan emosional dengan audiens (Pujiani, 2021).

Dalam penelitian ini, fokus ditekankan pada produksi berita *soft news* kategori kuliner karena kuliner memiliki nilai strategis dalam memberikan informasi ringan namun relevan mengenai gaya hidup, kesehatan, maupun budaya. Relevansi ini semakin kuat mengingat Yogyakarta merupakan pusat wisata kuliner. Studi oleh (Putra et al., 2023) tentang komodifikasi kuliner di media online Infogarut menemukan bahwa konten kuliner memiliki nilai ekonomi dan kultural yang signifikan, serta sering dimanfaatkan media untuk memperkuat *engagement* melalui representasi UMKM dan identitas lokal.

Peneliti memilih Radar Jogja sebagai objek studi karena media ini secara konsisten mengembangkan rubrik kuliner sebagai salah satu konten unggulan *soft news*. Rubrik ini tidak hanya membahas makanan lokal, rekomendasi tempat makan, dan UMKM kuliner, tetapi juga tren kuliner yang berkembang di Yogyakarta. Berbagai penelitian sebelumnya juga menggarisbawahi pentingnya media digital dalam mempromosikan potensi kuliner lokal. Misalnya, penelitian (Fitriah & Supriatno, 2024) menunjukkan bahwa media digital seperti Instagram mampu memperluas visibilitas kuliner daerah dan menarik partisipasi audiens melalui konten yang komunikatif dan interaktif.

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif dengan pendekatan menggunakan wawancara, observasi, serta dokumentasi dan menggunakan teori produksi berita oleh Branston & Stafford (2003) yang menekankan tiga tahapan: pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Dalam konteks berita

kuliner, tahap pra-produksi dapat mencakup identifikasi tren kuliner lokal, pemilihan narasumber, serta pertimbangan aspek visual yang mendukung daya tarik konten. Selanjutnya, tahap produksi berfokus pada proses pengumpulan data, peliputan, penulisan, serta pengolahan materi yang akan dipublikasikan. Relevansi tahapan tersebut juga didukung oleh (Fany Apbariantika et al., 2025) yang mengkaji proses produksi konten kuliner di TikTok dan menemukan bahwa konten kuliner membutuhkan perencanaan visual, riset materi, dan pengolahan informasi yang matang untuk menarik perhatian audiens digital.

Tahap terakhir, yaitu pascaproduksi, mencakup kegiatan pengeditan, penyuntingan akhir, hingga publikasi berita ke platform digital. Pada tahap ini, redaksi dapat melakukan optimalisasi konten melalui penyesuaian kata kunci dan distribusi melalui media sosial. Studi (Rahman et al., 2025) juga menyoroti bahwa penggunaan bahasa deskriptif seperti kata “enak” dalam konten kuliner memiliki fungsi persuasif kuat dalam meningkatkan respons audiens, sehingga menjadi salah satu unsur penting dalam penyuntingan konten kuliner.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan memahami dinamika produksi berita kuliner sebagai pendekatan membangun kedekatan emosional dengan audiens sekaligus mendukung potensi ekonomi kreatif daerah. Penelitian (Agustien & Hapsari, 2019) menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran kuliner melalui media online berkontribusi signifikan terhadap perkembangan UMKM kuliner, termasuk peningkatan visibilitas, perluasan jangkauan pasar, dan pertumbuhan penjualan. Namun, secara kritis, masih terdapat gap dalam literatur mengenai bagaimana media lokal memproduksi berita *soft news* kuliner secara mendalam.

Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada *hard news* seperti isu politik atau kebijakan publik, sehingga studi tentang proses produksi *soft news* kuliner masih terbatas, khususnya di konteks media

lokal. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana Radar Jogja mengelola tahapan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi dalam penyusunan berita kuliner.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam memperkaya pemahaman mengenai praktik produksi berita *soft news* sekaligus menyoroti peran media lokal dalam mempromosikan konten kuliner. Penelitian ini secara spesifik memfokuskan analisis pada bagaimana proses produksi berita kuliner di Radar Jogja dikonstruksi melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Fokus ini menjadi poin krusial karena penelitian tidak hanya mendeskripsikan alur kerja redaksi, tetapi juga menganalisis bagaimana nilai berita, *framing*, kebijakan redaksi, serta karakteristik *soft news* memengaruhi konstruksi realitas kuliner yang disajikan kepada publik digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada bagian 1.1, maka masalah utama yang muncul dalam produksi berita kuliner di media online Radar Jogja dapat di rumuskan sebagai berikut :

Bagaimana proses produksi berita kuliner di media online Radar Jogja?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis proses produksi berita *soft news* kuliner di Radar Jogja yang meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, tanpa membahas aspek penerimaan audiens, performa algoritmik, maupun dampak ekonomi secara langsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses produksi berita kuliner sebagai bagian dari *soft news* di media online Radar Jogja, yang mencakup tahapan pra produksi, produksi, pasca produksi

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, dengan fokus pada kajian jurnalisme digital dan produksi berita di media online lokal.

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang jurnalisme digital dan produksi konten *soft news*. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai proses produksi berita kuliner di media online dengan mengintegrasikan perspektif teori produksi berita oleh Branston & Stafford (2003) dalam konteks media lokal. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi rujukan akademis bagi peneliti lain yang ingin mengkaji dinamika produksi konten gaya hidup, *soft news*, serta strategi media digital dalam meningkatkan engagement audiens melalui konten kuliner.

b. Manfaat Praktis

Bagi Media Radar Jogja Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi redaksi dalam mengoptimalkan proses produksi berita kuliner, mulai dari tahapan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Temuan penelitian dapat membantu media memahami strategi konten yang lebih efektif untuk meningkatkan kualitas penyajian *soft news* kuliner serta memperluas jangkauan audiens.

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat menjadi dasar dan referensi bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji produksi *soft news* di bidang lain, perbandingan praktik jurnalisme kuliner antar media, maupun

hubungan antara konten *soft news* dan keterlibatan audiens di platform digital.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang yang menjelaskan pentingnya meneliti produksi berita kuliner di media online Radar Jogja dalam konteks jurnalisme digital. Bab ini juga mencakup rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoretis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi secara keseluruhan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Membahas teori-teori yang relevan seperti teori produksi berita Branstons & Stafford (2003), konsep media online, *soft news*, dan jurnalisme kuliner. Bab ini juga meninjau hasil penelitian terdahulu serta menyusun kerangka pemikiran yang menjadi dasar analisis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, yaitu kualitatif di Radar Jogja. Bab ini mencakup objek dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, dokumentasi), serta teknik analisis dan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil temuan lapangan terkait proses produksi berita kuliner di Radar Jogja, mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan, hingga publikasi. Bab ini juga membahas tantangan jurnalis serta kontribusi berita kuliner terhadap budaya dan ekonomi lokal, dikaitkan dengan teori dan konsep yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Memuat kesimpulan yang menjawab rumusan masalah serta saran bagi Radar Jogja dan peneliti selanjutnya terkait pengembangan praktik jurnalisme kuliner di era digital.

