

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang berkembang dengan sangat pesat saat ini membuat munculnya media baru yang dapat mempermudah khalayak dalam mengakses sebuah informasi dengan cepat dan fleksibel. Internet yang merupakan teknologi terbaru dalam bidang informasi dan komunikasi membuat dunia masuk ke dalam sebuah era yang baru. Kemudahan dalam mencari sebuah informasi yang dapat memudahkan siapa saja yang ingin memberikan informasi sebebas - bebasnya. Namun, belum bisa dipastikan informasi yang didapatkan melalui media online saat ini dapat dipastikan kebenarannya. Teknologi pada saat ini terbilang sangat gampang untuk didapatkan. Kehidupan masyarakat pada saat ini terbilang sangat erat kaitannya dengan internet sebagai alat komunikasi dan informasi. Sejak tahun 1980-an adanya perkembangan penggunaan internet yang semakin lama semakin meningkat dibandingkan dengan media komunikasi massa, yaitu telepon, radio, ataupun televisi. Media massa dibedakan menjadi 3 yakni media cetak (surat kabar, tabloid, majalah, dan buku) media elektronik (seperti radio, televisi dan film) serta media online yang berupa internet (Nurudin, 2013). Kondisi ini membuat internet menjadi media baru dalam pemberitaan media massa. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dipacu oleh kebutuhan manusia akan informasi yang cepat dan tepat. Teknologi informasi memiliki andil besar dalam perubahan yang terjadi dan menjadi fasilitas utama dalam sektor kehidupan yang nyaris tidak memiliki batas waktu dan ruang. Kemajuan teknologi juga menjadi penyebab dari perubahan besar yang terjadi dalam masyarakat, seperti teknologi

internet yang menjadi sarana dalam menyebarkan berita yang memiliki berbagai dampak positif bagi masyarakat dalam kehidupan sehari - hari.

Penyebaran berita juga memiliki dampak negatif. Berita yang cepat dan aktual juga memiliki dampak negatif. Data atau fakta yang dipaparkan dalam berita tersebut terkadang memiliki kekeliruan atau ketidakakuratan, serta minim proses verifikasi. Sedangkan, proses pemberitaan media yang ditulis oleh seorang jurnalis memiliki tolak ukur dari media yang menyebarkan bagi para pembaca berita. Salah satu produk dari jurnalistik online berupa media online atau yang disebut sebagai *cyber journalisme* dapat didefinisikan sebagai “sebuah laporan fakta dari suatu peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui media internet”. Media online memiliki kelebihan yang akan memberitakan isu tertentu dengan sangat cepat dengan mudah dapat langsung diketahui oleh khalayak. Keuntungan ini yang dirasakan oleh khalayak dalam mendapatkan sebuah keterbaruan informasi. Portal media online lebih mengunggulkan sebuah kecepatan dalam memberikan informasi terbaru. Tetapi, mengesampingkan sebuah keakuratan dan kebenarannya. Perkembangan media online yang pesat dan tanpa adanya kendali menjadikan jurnalisme online sebagai sorotan dikarenakan seringkali dianggap hanya mengejar kecepatan dan tidak memperhatikan objektivitas dari berita tersebut. Media online menyebarkan berita dengan jauh lebih cepat daripada media konvensional. Namun kecepatan tersebut membuat media online mengesampingkan prinsip - prinsip dasar dari jurnalisme diantaranya kredibilitas dalam portal media online. Para jurnalis dari media online memiliki tuntutan untuk bekerja secara cepat sehingga cenderung menghasilkan berita yang tidak objektif. Para jurnalis online juga dituntut untuk memperhatikan

keaktualan berita yang berhubungan dengan kredibilitas, transparansi dan multimedia massa, serta memiliki kewaspadaan dalam kecepatan penyampaian suatu berita. Masyarakat juga terkadang membuka lebih dari dua atau tiga portal media untuk melakukan validasi dari informasi dari salah satu portal media online.

Media massa memiliki batasan dan aturan yang berlaku, tetapi para jurnalis tidak selalu menghasilkan berita yang objektif. Sedangkan, adanya media baru membuat para jurnalis online dituntut untuk bekerja dengan cepat tanpa memperdulikan keobjektivitasan dari berita yang dibuat. Mereka lebih diharuskan untuk memperhatikan keaktualan yang menyangkut kredibilitas, transparansi dan kecepatan penyampaian berita yang seimbang dengan kapasitas gastronominya. Media juga memberikan ruang bagi informasi mengenai kuliner tradisional yang memiliki berbagai filosofi dalam setiap pembuatannya untuk berkembang (Santana, 2019). Memiliki peran penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Ini memberi publik akses ke berita dan informasi tentang peristiwa terkini, dan memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan mempengaruhi pengambilan keputusan. Media juga berfungsi sebagai pengawas, meminta pertanggungjawaban individu dan institusi atas tindakan mereka

Dalam jurnal "Media Utilization in Conveying Traditional Cultural Insights: A Digital Perspective" yang diterbitkan dalam Jurnal Tingkat Sarjana bidang Senirupa dan Desain pada tahun 2018 (Nitisuari & Wardono, 2018), menyebutkan bahwa media belum memiliki manfaat yang efektif dalam penyampaian fakta mengenai wawasan dari sebuah budaya tradisional, khususnya nilai-nilai filosofis dalam perkembangannya. Para peneliti menekankan perlunya

penggunaan media baru yang lebih inovatif dan interaktif untuk memperkaya pemahaman tentang budaya tradisional. Meskipun informasi mengenai makanan banyak tersedia, pemanfaatan media dalam konteks budaya tradisional masih perlu ditingkatkan.

Kebutuhan masyarakat akan informasi menjadi sangat tinggi diakibatkan oleh informasi digital yang mudah ditemukan dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Adanya teknologi komunikasi berbasis internet memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap tujuan pelestarian budaya (Jati, 2020). Dalam buku yang berjudul *Jurnalisme Masa Kini*, tidak ada satu berita pun yang benar-benar objektif dan murni. Hal tersebut dipengaruhi oleh banyak hal. Tetapi dapat dipahami bahwa realitas sebuah media dibangun dengan berdasarkan pada syarat dan aturan tertentu atau disebut pembatasan. Menurut Mursito batasan tersebut berupa nilai dari berita, format dalam penulisan, etika dan aturan undang - undang (Nurudin, 2009).

Perkembangan teknologi seperti menggunakan internet membuat kebiasaan baru terhadap khalayak. Siapapun dapat menulis dan menyebarkan sebuah informasi meskipun tidak mengetahui keaslian dan keakuratan dari informasi tersebut. Hal tersebut adalah dampak dari kecepatan informasi dan kebebasan bersuara. Internet menjadi awal persaingan antara industri dan pers. Kompetisi antar media massa semakin ketat dengan ditemukannya TV pada tahun 1927 yang sangat menarik perhatian masyarakat. TV merupakan pesaing utama dalam hal pemasukan sebuah iklan. Sulitnya mendapatkan sebuah iklan menjadi alasan mengapa pers lebih mementingkan dan mempercepat proses produksi berita.

Kebudayaan dari suatu negara memiliki beragam bentuk, salah satunya adalah bidang kuliner atau gastronomi. Gastronomi adalah pengetahuan secara menyeluruh mengenai makanan dan minuman secara menyeluruh. Dalam Kamus Le Petit Larousse, gastronomi diartikan sebagai sebuah pengetahuan tentang semua yang berhubungan dengan makanan, resep, dapur, seni mencicipi dan menilai sebuah hidangan (Le Petit Larousse, 2019). Pembahasan mengenai pengertian gastronomi yang terdapat dalam buku Dasar – Dasar Gizi Kuliner antara lain : gastronomi tidak terlepas dari kata kuliner, yaitu seni tentang mengolah bahan makanan dimulai dari memilih, mempersiapkan bahan yang akan dimasak. Termasuk cara mengupas, mencuci, memotong, membentuk, atau membumbui, yang semuanya dikerjakan dengan benar dan tepat. Terdapat pula pembahasan mengenai cara memasak dengan berbagai macam teknik, serta bagaimana menyajikan sebuah makanan atau suatu hidangan secara menarik untuk menggugah selera makan. (Tarwotjo, 1998). Gastronomi adalah kata serapan dari Bahasa Inggris, *Gastronomy*, menurut kamus Merriam Webster yang artinya *art of eating*. Gastronomi merupakan studi yang memiliki hubungan *culture* dan *food*. Menurut (Nurwita, 2015) gastronomi diasosiasikan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan kenikmatan makanan serta minum.

Secara sederhana, gastronomi adalah seni dari sebuah makanan yang meliputi seni memasak dan seni menciptakan sajian di atas meja makan, mulai dari cara menyajikan makanan dan segala sesuatunya. Hal tersebut juga didasari bahwa Gastronomi merupakan aspek kuliner yang menjadi identitas budayanya (Tarwotjo, 1998). Adanya keterkaitan dengan makanan, minuman, dan proses pembuatannya. Gastronomi makanan sendiri memiliki contoh yang mempelajari

melalui anggur yang juga memiliki hubungan dengan makanan untuk mendapatkan kenikmatan yang akan didapatkan

Feastin adalah media kuliner digital yang berasal dari Jakarta. Pada tahun 2015 Feastin' dikenal sebagai *The Top Tables* dan pada tahun 2020 akhirnya berganti nama dan *Website* menjadi Feastin'. Portal media online kuliner ini dibuat oleh penulis dan editor makanan Indonesia yaitu Kevindra P. Soemantri. Terdapat empat rubrikasi dalam Feastin', yaitu *Eating out, Table Talk, Food News and Story, Common Table*. Feastin' memiliki kode etik dalam praktik publikasinya. Kode etik tersebut dituliskan untuk mengetahui hal-hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh penulis, staf editorial, atau kontributor Feastin'. Dikutip dari laman resminya, kode etik yang terdapat dalam laman Feastin' adalah mengenai:

1. Undangan Makanan
2. Hadiah dan Cinderamata
3. Eating Out
4. Pembuatan Konten
5. Riset dan Narasumber

Portal media Feastin' adalah portal media online lokal dan termasuk media yang membahas tentang jurnalisme makanan yang mana belum banyak portal media dengan positioning tersebut. Dengan hastag #LetsFeastin with us!, Portal media Feastin' memosisikan dirinya sebagai *Indonesia-based media brand with focus on FOOD, PEOPLE of culinary, and the Culture of eating and drinking*. Portal media Feastin' belum terdaftar di dalam Dewan Pers dalam data pers yang terverifikasi. Media online ini memiliki peran penting dalam penyebaran

informasi kepada masyarakat sebagai penyampaian media yang teraktual. Dibalik sebuah kecepatan ini adanya muncul isu terkait tingkat nilai gastronomi terhadap pemberitaan portal media online.

Dari hasil observasi awal yang dilakukan oleh penulis, beberapa media online yang termasuk dalam kategori *Food* yaitu media online AnakJajan, *EatAndTreats*. Namun, media tersebut belum banyak menyampaikan informasi mengenai kuliner yang berkaitan dengan gastronomi. Menurut Setiawan (2016) penting untuk melakukan penelusuran sejarah terhadap kuliner nusantara dikarenakan makanan adalah produk kultural yang kemudian dikonstruksikan oleh manusia dalam sejarah. Penulis berpendapat bahwa penting bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan sejarah, proses produksi, ciri khas makanan, pengetahuan tentang rasa dan aroma khas dari sebuah makanan.

Berdasarkan temuan media online dalam kategori Food, penulis menemukan sebuah perbedaan pada media online bernama “feastin.id” dengan kategori food. Media online tersebut berisi konten berkaitan gastronomi makanan serta media online “feastin.id” memberikan bentuk tampilan sederhana namun menarik sehingga konten serta tujuan dari media online “feastin.id” yang berkaitan dengan informasi pula dapat tersalurkan dengan baik. Konten media online “feastin.id” mencakup informasi yang berkaitan dengan budaya suatu makanan ditinjau dari rasa, tekstur, aroma, dan sejarah yang disajikan dalam bentuk tulisan maupun gambar. Penulis dalam media online ini pula ditemukan informasi terkait detail lokasi serta rekomendasi menu dan detail terkait konten yang diberikan.

Adapun karya – karya lain yang akan mendukung terhadap penelitian ini, adalah skripsi – skripsi, maupun tugas akhir, jurnal dan buku – buku. Berikut ini merupakan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini : (1) Skripsi yang berjudul “*Praktik Jurnalisme Makanan dalam Rubrik Eating Out (Analisis Isi Pada Media Online Feastin.id)*” pada tahun 2021. Azha Ayu, Universitas Muhammadiyah Malang, dimana dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk menganalisis secara sistematis bagaimana praktik jurnalisme makanan yang terjadi di Feastin.id. Setelah dilakukan penelitian hasil yang didapat dalam penelitian ini bahwa artikel yang berada di Feastin.id menggunakan pedoman 5W + 1H, *trifecta of dining experience*, serta teknik penulisan *show not tell*. Pada praktiknya Feasti menyesuaikan isi artikel dengan kondisi dilapangan, dari ke 12 artikel yang dianalisis ada beberapa berita yang tidak menjelaskan unsur yang ada didalam *trifecta of dining experience*.

Berdasarkan hasil pemaparan temuan yang didapatkan penulis berinisiatif menggunakan media online “feastin.id” sebagai Ruang Lingkup dan Objek Penelitian dengan menggunakan konten pemberitaan terhadap makanan yang dilakukan melalui rubrik eating out, dengan menggunakan teknik observasi sebagai awal pengumpulan data dari penelitian ini. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dikarenakan pemberitaan pada portal media online “feastin.id” dalam rubrik eating out selaras dengan gastronomi meliputi seni menyajikan, foto yang digunakan, cerita yang disampaikan, bagaimana cara menikmatinya, dan aspek budaya.

1.2 Fokus Penelitian

Berkaitan dengan gastronomi yang berlangsung dalam penelitian yang dilakukan ini, maka diperlukan sebuah penelitian tentang penyajian gastronomi dalam pemberitaan pada rubrik eating out, yang dirumuskan dalam subfokus penelitian dalam hal :

1. Seni penyajian dalam konteks gastronomi mengacu pada cara makanan disajikan dan ditampilkan kepada pelanggan, baik di restoran, acara catering, atau fotografi makanan. Ini adalah bagian penting dari seni kuliner karena menambah pengalaman sensorik hidangan secara keseluruhan.
2. Dalam hal penyajian, foto yang digunakan harus menarik secara visual dan menampilkan hidangan dengan cara sebaik mungkin. Pencahayaan, komposisi, dan gaya foto harus melengkapi hidangan dan membangkitkan perasaan atau suasana hati yang ingin disampaikan oleh koki atau fotografer.
3. Cerita yang diceritakan memberikan konteks pada hidangan dan meningkatkan pengalaman bersantap bagi pelanggan. Ini dapat mencakup informasi tentang bahan yang digunakan, asal usul hidangan, atau inspirasi di baliknya. Mendongeng dapat membantu menciptakan hubungan antara koki dan pelanggan, menjadikan pengalaman bersantap lebih berkesan dan personal.
4. Bahasa yang digunakan dalam presentasi gastronomi harus deskriptif dan menggugah, menggunakan kata-kata dan frasa yang menarik bagi indera. Ini termasuk mendeskripsikan tekstur, rasa, dan aroma hidangan dengan cara yang menangkap imajinasi pelanggan.

5. Hubungan antara gastronomi dan budaya sangat penting karena makanan merupakan bagian integral dari identitas budaya. Presentasi dapat mencerminkan tradisi dan nilai-nilai budaya, dan cerita yang diceritakan dapat memberikan wawasan tentang sejarah dan warisan hidangan atau masakan tertentu. Dalam beberapa budaya, penyajian makanan dianggap sebagai bentuk seni dan dianggap sangat penting, yang mencerminkan nilai yang ditempatkan pada estetika dan pengalaman indrawi dalam budaya tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan dalam penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya pada latar belakang maka bentuk rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Bagaimana gastronomi pada penyajian berita dalam rubrik eating out melalui portal media online Feastin.id”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemberitaan Gastronomi makanan meliputi seni menyajikan, foto yang digunakan, cerita yang disampaikan, bagaimana cara menikmatinya, dan aspek budaya pada rubrik eating out melalui portal media online Feastin.id.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah kontribusi dalam pengembangan pengetahuan tentang teori - teori mengenai pemberitaan Gastronomi jurnalisme makanan meliputi seni menyajikan, foto yang digunakan, cerita yang disampaikan, bagaimana cara

menikmatinya, dan aspek budaya pada rubrik eating out berita pada jurnalisme online yang dapat diukur secara objektif.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi setiap media di Indonesia untuk dapat lebih memperhatikan sebuah konten untuk mengevaluasi sehingga mencapai standar pemberitaan Gastronomi jurnalisme makanan meliputi seni menyajikan, foto yang digunakan, cerita yang disampaikan, bagaimana cara menikmatinya, dan aspek budaya pada rubrik eating out berita. Menjadikan penelitian ini sebuah pengalaman yang didapatkan oleh penulis khususnya dalam bidang Jurnalistik Makanan.

