



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data, peneliti menarik simpulan terhadap penelitian ini. Mengacu kepada tiga pertanyaan penelitian yang sudah diajukan di BAB I, peneliti akan menjawab peran level individu, rutinitas media, dan organisasi terhadap pemilihan topik dan *angle* berita kuliner di *kumparanFOOD*. Selain itu, peneliti juga menemukan informasi tambahan mengenai peran level institusi sosial dalam pemilihan topik dan *angle* berita kuliner yang juga akan dibahas dalam simpulan.

Dalam level individu, peneliti melihat bahwa dua faktor yang paling berperan banyak dalam pemilihan topik dan *angle* adalah latar belakang personal dan profesional. Faktor tersebut membantu kedua informan dalam membentuk nilai-nilai profesional yang dianut serta pandangan informan mengenai berita kuliner yang baik. Misalnya, Maharani yang memiliki latar belakang pendidikan dan pekerjaan jurnalistik menganggap salah satu unsur berita kuliner yang baik adalah menjunjung tinggi kredibilitas. Sementara itu, Potoboda yang memiliki latar belakang jurnalistik dan penulisan konten beranggapan bahwa berita kuliner yang baik adalah berita yang berimbang dan bervariasi. Artinya, berita yang disajikan tidak hanya yang berfokus kepada target *page view* saja, tetapi juga memiliki berita kuliner mendalam sebagai produk jurnalistik yang baik.

Dari level rutinitas media, peneliti menemukan bahwa pemilihan topik dalam *kumparanFOOD* umumnya bergantung pada tujuan pembuatan berita, yaitu mengejar target *page view* atau membangun *branding kumparanFOOD*. Jika ditujukan untuk mengejar target *page view*, berita yang dibuat cenderung lebih mudah menarik perhatian pembaca, seperti konten resep, berita viral, dan berita makanan yang berhubungan dengan kesehatan. Sementara itu, jika ditujukan untuk membangun *branding*, berita yang dibuat cenderung lebih mendalam seperti berita mengenai sejarah dan budaya makanan, *in-depth* mengenai makanan dan tempat makan, atau *special content*. Jika ditinjau dari segi penulisan berita kuliner, faktor yang diperhatikan reporter dalam memilih informasi adalah kesesuaian dengan *angle* dan relevansinya bagi pembaca. Sementara itu, dari segi penyuntingan, editor cenderung memilih berita dengan judul yang menarik dan isi yang efisien.

Dalam level organisasi, dua faktor yang paling berperan menentukan topik dan *angle* berita kuliner *kumparanFOOD* adalah struktur organisasi dan KPI yang diterapkan. Secara struktur organisasi, peneliti menyimpulkan bahwa editor merupakan *gatekeeper*, artinya ia berperan besar dalam pemilihan topik dan *angle*. Sementara itu, KPI berperan dalam menentukan jenis berita yang diproduksi *kumparanFOOD* agar sesuai dengan target audiens dan *page view*. Target audiens *kumparanFOOD* merupakan pembaca usia 18-40 tahun, maka berita yang diproduksi juga lebih disesuaikan dengan pembaca tersebut.

Dalam level institusi sosial, pengiklan dalam konten *advertorial* cenderung tidak berperan secara langsung dalam pemilihan topik dan *angle* konten redaksi di *kumparanFOOD*. Menurut peneliti, konten *advertorial* dalam *kumparanFOOD*

cenderung tidak bias dengan konten redaksi, karena keduanya masih memiliki batasan yang jelas. Hal ini karena selalu ada pemberitahuan pada artikel bahwa artikel tersebut merupakan artikel *advertorial*. Konten *advertorial* terjadi atas dasar kerja sama, sehingga tentu akan dibuat sesuai kesepakatan yang ada. Sementara itu, liputan atau penulisan berita di luar *advertorial* akan dilakukan sesuai kaidah jurnalistik yang ada dan umumnya tidak menonjolkan suatu *brand* atau produk tertentu.

Secara singkat, peneliti melihat bahwa level yang paling berperan dalam pemilihan topik dan *angle* berita kuliner di *kumparanFOOD* adalah rutinitas media dan organisasi. Kedua level tersebut menentukan jenis berita kuliner yang akan diproduksi dan penetapan *work flow* berdasarkan target audiens atau *page view* yang ingin dicapai. Sementara itu, dalam level institusi sosial peneliti melihat bahwa *advertorial* tidak berperan secara langsung dalam penentuan konten redaksi. Hal ini karena konten *advertorial* dikerjakan secara berbeda dengan konten redaksi, artinya pemilihan topik dan *angle* konten redaksi memang ditentukan dari tim redaksi *kumparanFOOD* sendiri tanpa campur tangan pengiklan.

5.2 Saran

5.2.1. Saran Akademis

Penelitian ini tidak luput dari keterbatasan, terutama dari segi akses dan waktu. Akibat pandemi COVID-19, peneliti tidak dapat melakukan observasi sehingga hasil wawancara tidak dapat diverifikasi melalui pengamatan secara langsung. Oleh karena itu, data hanya dikumpulkan melalui wawancara mendalam

dan tinjauan dokumen. Penelitian lanjutan dapat menggunakan observasi dan melakukan analisis isi berita kuliner untuk melihat apakah berita kuliner yang disajikan sudah sesuai dengan tujuan pembuatan.

Selain itu, peneliti juga tidak dapat menemukan peran faktor sistem sosial dalam penelitian ini karena keterbatasan akses dan waktu penelitian. Peneliti tidak dapat menggali lebih lanjut mengenai ideologi *kumparan.com* karena keterbatasan akses wawancara pada kondisi pandemi COVID-19 ini. Namun, penelitian selanjutnya dapat menelaah lebih lanjut mengenai ideologi *kumparan.com* sebagai bisnis media, sehingga dapat memahami secara keseluruhan peran setiap level hierarki pengaruh dalam penentuan konten media.

5.2.2. Saran Praktis

Melalui penelitian ini, peneliti melihat bahwa isu dan bentuk jurnalisme kuliner yang diangkat perusahaan media *kumparan* masih dapat dieksplorasi lebih banyak, misalnya menyajikan *in-depth* dengan mengangkat isu-isu kuliner khas Indonesia yang jarang dibahas media.