ADLN - PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

TESIS

PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP GAYA HIDUP PADA INFORMASI KULINER DI DETIKFOOD

Oleh:

NAMA: MARTA NURFAIDAH

NIM : 071214853031

PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2016

Halaman Prasyarat Gelar Magister

TESIS

PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP GAYA HIDUP PADA INFORMASI KULINER DI DETIKFOOD

Untuk memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Media dan Komunikasi Profesional
pada Program Magister Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Oleh:
NAMA: MARTA NURFAIDAH
NIM : 071214853031

PROGRAM MAGISTER MEDIA DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2016

LEMBAR PERSETUJUAN

PENULISAN TESIS INI
TELAH DISETUJUI
TANGGAL .....

Oleh
Pembimbing Ketua

Prof. Dr. H. Henri Subiakto, Drs.,SH., M.Si.
196203291988101001

Pembimbing II

Dr. Judy Djoko W. Tjahjo, SE, M.Si.

Mengetahui,
KPS

Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.
197709202005012001

Lembar Penetapan Panitia Penguji

Telah diuji pada

Tanggal: 12 Februari 2016

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua : Dr. Yayan Sakti Suryandaru, S.Sos., M.Si.

Anggota : 1. Prof. Dr. H. Henri Subiakto, Drs., SH., M.Si.

2. Dr. Judy Djoko W. Tjahjo, SE, M.Si.

3. Dr. Santi Isnaini, S.Sos., MM.

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat

Bagian atau keseluruhan isi Penulisan Proposal Tesis dan Penulisan Tesis ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi Penulisan Proposal Tesis dan Penulisan Tesis.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 12 Februari 2016

METERAI TEMPEL
EA968ADF333585475
6000
ENAM RIBU RUPIAH

(Marta Nurfaidah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat-Nya, tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini berjudul "Penerimaan Khalayak terhadap Gaya Hidup pada Informasi Kuliner di DetikFood".

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan dukungan dengan berbagai macam cara kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Henri Subiakto, SH., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dalam pengerjaan tesis ini sekaligus sebesar Dosen Wali.
2. Bapak Dr Judy Djoko W. Tjahjo, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II dalam pengerjaan tesis ini.
3. Seluruh dosen Program S2 Jurusan Media dan Komunikasi Universitas Airlangga, baik dosen penguji dan pengajar yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti dalam pengembangan tesis ini.
4. Ibu yang selalu mendoakan untuk kebaikan dan kemudahan dalam hidup saya. Maturnuwun sanget. Bapak almarhum, maturnuwun sudah membekali saya dengan ilmu.
5. Mbak In, Mbak Sum, Mas Udin Alm., Mas Ipung, Mbak Lilik, Mbak Anys, Mas Farid, Mas Nova, Mas Ari, Mas Dar, Mbak Lutfi, dan Mbak Sulis serta semua keponakan terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini, termasuk ketika menemui kesulitan dalam pengerjaan tesis.
6. Astri, Sitta, Dewi, Mbak Yuyung, Mbak Titien, Eko, dan Mbak Vika atas dukungan, saran, dan masukan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Ratna Ariyanti, terima kasih sudah mengirim jurnal dan e-book dari Leeds.
8. Semua informan dalam penelitian ini yang telah berbagi pengalaman yang sangat berarti bagi penulis.
9. Mamik, Juan, Guntur, and 'Spiderman' for coming at the right time.
10. Mas Tino dan Mbak Churil, maturnuwun karena selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini.
11. Kepada semua pihak yang belum disebutkan, atas segala bantuan, motivasi, dan lainnya dalam penyelesaian tesis ini.

Pada akhirnya penulis mengucapkan selamat membaca tesis ini. Semoga apa yang ditulis dalam tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi inspirasi untuk melanjutkan penelitian-penelitian selanjutnya yang mengambil tema tentang food studies pada umumnya dan tentang food and communication pada khususnya.

Surabaya, 14 Februari 2016

Penulis

RINGKASAN TESIS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan khalayak terhadap informasi kuliner yang ditayangkan di detikFood. Proses penerimaan tersebut diteliti dengan menggunakan *reception analysis* berdasarkan pemikiran bahwa pesan yang disampaikan melalui media massa diyakini tidak diterima dan disetujui begitu saja oleh khalayak.

Makanan dikonsumsi tidak lagi terbatas untuk memenuhi asupan nutrisi melainkan menjadi bagian kehidupan sehari-hari khalayak. Makna makanan tidak lagi sebagai ekspresi selera individual, tetapi bermakna luas dalam kelas sosial dan gaya hidup. DetikFood mengemas informasi seputar kuliner dalam beberapa bentuk tulisan yaitu berupa resep, *review* menu dan tempat makan, tips berbelanja dan memilih bahan makanan, serta konsultasi tentang gizi dan makanan halal.

Penelitian ini menggunakan *reception analysis* yang merujuk pada pernyataan Stuart Hall yang mengkategorikan penerimaan khalayak dalam tiga jenis yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Stuart Hall dalam teori penerimaan mengatakan bahwa kode yang digunakan atau disandi (*encode*) dan yang disandi balik (*decode*) tidak selamanya berbentuk simetris.

Untuk menggambarkan gaya hidup berkenaan dengan makanan yang diterima khalayak, penelitian ini menggali data dari lima informan. Mereka adalah Andryanto (belum menikah, bekerja di bidang marketing, keturunan Jawa), Manda (menikah, jurnalis kuliner, keturunan Jawa), Vivi (menikah, pengajar pastry di akademi pariwisata, keturunan Jawa-China), Rangga (menikah, bekerja sebagai produser televisi, keturunan Jawa-China), dan Nunung (menikah, penulis, keturunan Jawa).

Data yang diperoleh dari *depth interview* kemudian dibagi dalam enam kategori yaitu motif mencari makanan, pilihan suasana dan lokasi tempat makan, cara berbelanja, pertimbangan kualitas produk makanan, metode memasak, dan wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan temuan dalam penelitian ini yang terkait dengan penerimaan khalayak terhadap fungsi makanan sebagai penghubung mereka dengan kehidupan sosial dan budayanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa khalayak secara dominan menggunakan informasi kuliner di media online karena untuk memenuhi motif mencari makanan.

ABSTRACT

Food is an essential part in people's lives. It is not just a means of survival but also a medium to socialize with others. How family relationship can be defined through food consumption, office tasks can be conducted by a cup of coffee, or husband-wife romance sparks in the kitchen are some examples of food roles in social activities.

Therefore, this study analyzes the way food is considered as a lifestyle in audience's life. Certainly, human eating behavior has a close relationship with mass media and food industry. Here, culinary information are presented by detikFood, the first culinary portal in Indonesia.

The meaning of a message in mass media is not determined by the text itself. However, it is dependent on the audience's readings. Stuart Hall explained the encoding and decoding process as reception analysis, a method to look at closer what is actually going on when an audience decodes a message. Hall used three scales of readings to describe it, those are dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional.

The message in this study is all information of culinary in detikFood. The audiences are five informants who give their readings for six categories of food-related lifestyle. The categories are purchasing motives, consumption situations, ways of shopping, quality aspects, cooking methods, and culinary tourism. Culinary tourism is a finding in this research and it is known that audience predominantly use online media to fulfill their food choices motives.

Keyword: Culinary, Online Media, Food-related Lifestyle, Reception Analysis

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN i
SAMPUL BELAKANG ii
HALAMAN PRASYARAT GELAR MAGISTER iii
LEMBAR PERSETUJUAN iv
LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT vi
KATA PENGANTAR vii
RINGKASAN TESIS ix
ABSTRAK x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR FOTO xiv
BAB I PENDAHULUAN
I.1 LATAR BELAKANG 1
I.2 RUMUSAN MASALAH 13
I.3 TUJUAN PENELITIAN 13
I.4 MANFAAT PENELITIAN 13
I.4.1 MANFAAT TEORITIS 13
I.4.2 MANFAAT PRAKTIS 13
I.4.3 MANFAAT SOSIAL 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI
II.1 PENELITIAN TERDAHULU 15
II.2 TEORI PENERIMAAN (RECEPTION THEORY) 17
II.3 PENGARUH MEDIA ONLINE PADA MASYARAKAT MODERN 22
II.4 PERKEMBANGAN JURNALISME KULINER DI MEDIA MASSA 25
II.5 FOOD-RELATED LIFESTYLE 27
II.6 KERANGKA BERPIKIR 35

BAB III METODE PENELITIAN
III.1 JENIS PENELITIAN 36
III.2 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN 37
III.2.1 UNIT ANALISIS 41
III.3 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN 41

III.4 SUMBER DATA 41
III.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA 42
III.6 TEKNIK ANALISIS DATA 43

BAB IV GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

IV.1 MEDIA ONLINE MASA REFORMASI 47
IV.2 KANAL KHUSUS TENTANG KULINER 50
IV.3 RUBRIKASI YANG MENGULIK MAKANAN 53

BAB V HASIL DAN ANALISIS DATA……57

V.1 Analisis Penerimaan Informan 1 (Andryanto).....60
V.1.1 Profil Informan 60
V.1.2 Penerimaan Andryanto terhadap Motif Mencari Makanan.....62
V.1.3 Penerimaan Andryanto terhadap Pilihan Suasana dan Lokasi Tempat Makan 66
V.1.4 Penerimaan Andryanto terhadap Cara Berbelanja 69
V.1.5 Penerimaan Andryanto terhadap Pertimbangan Kualitas Produk Makanan 70
V.1.6 Penerimaan Andryanto terhadap Metode Memasak 72
V.1.7 Penerimaan Andryanto terhadap Aktivitas Wisata Kuliner 73

V.2 Analisis Penerimaan Informan 2 (Manda).....75
V.2.1 Profil Informan 75
V.2.2 Penerimaan Manda terhadap Motif Mencari Makanan.....77
V.2.3 Penerimaan Manda terhadap Pilihan Suasana dan Lokasi Tempat Makan 79
V.2.4 Penerimaan Manda terhadap Cara Berbelanja 81
V.2.5 Penerimaan Manda terhadap Pertimbangan Kualitas Produk Makanan 82
V.2.6 Penerimaan Manda terhadap Metode Memasak 84
V.2.7 Penerimaan Manda terhadap Aktivitas Wisata Kuliner 85

V.3 Analisis Penerimaan Informan 3 (Rangga) 86
V.3.1 Profil Informan 86
V.3.2 Penerimaan Rangga terhadap Motif Mencari Makanan.....87
V.3.3 Penerimaan Rangga terhadap Pilihan Suasana dan Lokasi Tempat Makan 89
V.3.4 Penerimaan Rangga terhadap Cara Berbelanja 90
V.3.5 Penerimaan Rangga terhadap Pertimbangan Kualitas Produk Makanan 91
V.3.6 Penerimaan Rangga terhadap Metode Memasak 92
V.3.7 Penerimaan Rangga terhadap Aktivitas Wisata Kuliner 93

V.4 Analisis Penerimaan Informan 4 (Vivi).....94
V.4.1 Profil Informan.....94
V.4.2 Penerimaan Vivi terhadap Motif Mencari Makanan.....95
V.4.3 Penerimaan Vivi terhadap Pilihan Suasana dan Lokasi Tempat Makan 96
V.4.4 Penerimaan Vivi terhadap Cara Berbelanja 98
V.4.5 Penerimaan Vivi terhadap Pertimbangan Kualitas Produk Makanan.....98
V.4.6 Penerimaan Vivi terhadap Metode Memasak 99
V.4.7 Penerimaan Vivi terhadap Aktivitas Wisata Kuliner 101

V.5 Analisis Penerimaan Informan 5 (Nunung).....102
V.5.1 Profil Informan.....102
V.5.2 Penerimaan Nunung terhadap Motif Mencari Makanan.....103
V.5.3 Penerimaan Nunung terhadap Pilihan Suasana dan Lokasi Tempat Makan 105
V.5.4 Penerimaan Nunung terhadap Cara Berbelanja 106
V.5.5 Penerimaan Nunung terhadap Pertimbangan Kualitas Produk Makanan 107
V.5.6 Penerimaan Nunung terhadap Metode Memasak 108
V.5.7 Penerimaan Nunung terhadap Aktivitas Wisata Kuliner 109

V.6 Penerimaan Khalayak terhadap Informasi Kuliner di detikFood 110

BAB VI PENUTUP

VI.1 KESIMPULAN.....113
VI.2 SARAN.....115

DAFTAR PUSTAKA.....117

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Penerimaan Informan terhadap Informasi Kuliner

di detikFood……..111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Proses Encoding/Decoding Stuart Hall……..21

Gambar 2 Kerangka Berpikir Penerimaan Khalayak terhadap……..35
Informasi Kuliner di DetikFood.

DAFTAR FOTO

Foto 1 Tampilan laman Home di detikFood……. 54

Foto 2 Tampilan laman detikFood rubrik Resep…….. 55

Foto 3 Tampilan laman detikFood rubrik Makanan Anak……55

Foto 4 Tampilan laman detikFood rubrik Halal……....56