

PERSPEKTIF MEDIA DALAM MENGONSTRUKSI CITRA KULINER LOKAL DAN GLOBAL

Oleh :

Agung Yuliyanto Nugroho¹⁾, Herra Herryani²⁾, Suswanto³⁾, Sri Yulianto Fajar Pradapa⁴⁾

¹ Universitas Cendekia Mitra Indonesia Yogyakarta

² Universitas Asa Indonesia

³ Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

⁴ Universitas Stikubank Semarang

¹email: agungboiler11@gmail.com

²email: herra@asaindo.ac.id

³email: suswanto3012@gmail.com

⁴email: fajarpradapa@edu.unisbank.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 13 Maret 2025

Revisi, 21 April 2025

Diterima, 14 Mei 2025

Publish, 15 Mei 2025

Kata Kunci :

Media,
Kuliner,
Representasi,
Budaya,
Globalisasi.



ABSTRAK

Media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kuliner, baik dalam konteks lokal maupun global. Berbagai platform media, seperti televisi, media cetak, dan media sosial, tidak hanya menampilkan kuliner sebagai kebutuhan konsumsi tetapi juga sebagai bagian dari identitas budaya dan ekonomi kreatif. Representasi kuliner dalam media mempengaruhi tren konsumsi, pola preferensi masyarakat, serta pemertahanan warisan budaya. Artikel ini membahas bagaimana media membangun citra kuliner lokal dan global serta dampaknya terhadap industri kuliner dan identitas budaya suatu masyarakat. Dengan pendekatan kualitatif dan analisis konten, penelitian ini mengeksplorasi berbagai strategi media dalam menyajikan narasi kuliner serta bagaimana representasi tersebut dapat memengaruhi pola konsumsi dan persepsi masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media berperan sebagai agen utama dalam mempopulerkan kuliner tertentu, baik dalam skala lokal maupun global, yang pada gilirannya dapat memunculkan tantangan dalam mempertahankan keaslian dan tradisi kuliner.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Agung Yuliyanto Nugroho

Afiliasi: Universitas Cendekia Mitra Indonesia Yogyakarta

Email: agungboiler11@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Kuliner merupakan bagian tak terpisahkan dari budaya suatu masyarakat. Makanan tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan primer manusia, tetapi juga menjadi ekspresi dari identitas, sejarah, dan nilai-nilai yang dianut oleh suatu komunitas. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan media, cara masyarakat memahami, mengapresiasi, dan mengonsumsi kuliner juga mengalami perubahan yang signifikan.

Dalam era digital saat ini, media memiliki peran sentral dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap kuliner. Berbagai platform media, seperti televisi, majalah, media daring, hingga media sosial, memberikan ruang bagi kuliner untuk menjadi

fenomena global. Acara memasak di televisi, liputan jurnalistik mengenai makanan khas daerah, serta tren kuliner viral di media sosial menciptakan wacana yang mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang makanan, baik dalam skala lokal maupun global.

Citra kuliner lokal dalam media sering kali dikaitkan dengan nilai autentisitas, tradisi, dan warisan budaya. Media membantu mengangkat kuliner lokal sebagai bagian dari identitas nasional atau daerah tertentu, memperkenalkan keunikan setiap hidangan kepada audiens yang lebih luas. Namun, representasi kuliner lokal dalam media juga dapat bersifat bias, bergantung pada sudut pandang dan narasi yang diangkat oleh media tersebut.

Stereotipisasi kuliner suatu daerah atau bangsa sering kali terjadi akibat simplifikasi dalam penyajian informasi.

Di sisi lain, kuliner global kerap dikonstruksi dalam media sebagai simbol modernitas, inovasi, dan gaya hidup kosmopolitan. Munculnya berbagai tren makanan global, seperti makanan fusion, street food internasional, dan fenomena gastronomi molekuler, menunjukkan bagaimana media memainkan peran dalam menghubungkan budaya kuliner dari berbagai belahan dunia. Globalisasi kuliner yang dipercepat oleh media juga membawa tantangan dalam menjaga identitas asli suatu hidangan dan menghadapi risiko komersialisasi berlebihan.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media membentuk citra kuliner lokal dan global serta dampaknya terhadap masyarakat, industri kuliner, dan pelestarian budaya. Dengan meninjau berbagai bentuk representasi kuliner dalam media, artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran media dalam mempengaruhi persepsi dan praktik konsumsi kuliner di era globalisasi.



Gambar 1 Seseorang menjelaskan makanan tradisional kepada wisatawan di ubud food festival

Sumber : phinemo.com

Permasalahan yang Dihadapi Meskipun media memiliki peran besar dalam mempromosikan dan melestarikan kuliner, terdapat beberapa permasalahan yang muncul dalam konstruksi citra kuliner lokal dan global, antara lain:

1. **Distorsi Representasi Kuliner Lokal** – Media sering kali menyederhanakan atau menyeleksi aspek-aspek tertentu dari kuliner lokal sehingga terjadi bias dalam representasi. Hal ini dapat menyebabkan pemahaman yang keliru tentang keaslian suatu makanan dan mengurangi apresiasi terhadap keanekaragaman kuliner.
2. **Komodifikasi Kuliner** – Kuliner sering kali dikomersialisasikan secara berlebihan melalui media, yang menyebabkan perubahan dalam cara makanan tersebut diproduksi dan dikonsumsi. Akibatnya, beberapa kuliner tradisional kehilangan nilai budaya aslinya karena lebih mengutamakan aspek ekonomi dan daya tarik pasar.
3. **Tren Kuliner yang Cepat Berubah** – Media sosial mempercepat siklus tren makanan,

menyebabkan popularitas kuliner tertentu naik dan turun dalam waktu singkat. Hal ini dapat menyulitkan pelaku industri kuliner dalam menjaga keberlanjutan bisnis mereka.

4. **Dominasi Kuliner Global terhadap Kuliner Lokal** – Arus globalisasi yang diperkuat oleh media sering kali membuat kuliner global lebih populer dibandingkan kuliner lokal. Akibatnya, beberapa makanan tradisional menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya pengaruh budaya kuliner asing.
5. **Kurangnya Edukasi tentang Kuliner Lokal** – Banyak representasi kuliner dalam media yang lebih menitikberatkan pada aspek visual dan sensasi tanpa memberikan edukasi mendalam mengenai sejarah, nilai budaya, dan filosofi di balik makanan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap berbagai bentuk media yang merepresentasikan kuliner lokal dan global. Pendekatan ini dipilih untuk memahami bagaimana media membentuk narasi kuliner serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat.

Sumber Data

Data dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti artikel kuliner di media daring, tayangan televisi tentang kuliner, vlog kuliner di platform seperti YouTube, serta unggahan media sosial yang membahas tren makanan.

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data meliputi:

Analisis konten terhadap artikel dan program kuliner.

2. Observasi

Observasi unggahan media sosial untuk mengidentifikasi pola narasi dan representasi kuliner.

3. Studi literatur

Studi literatur terkait teori media dan budaya untuk memahami bagaimana konstruksi citra kuliner terbentuk.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Analisis dilakukan dengan:

- a. Mengidentifikasi tema utama dalam representasi kuliner di media.
- b. Menganalisis dampak narasi media terhadap persepsi masyarakat.
- c. Membandingkan representasi kuliner lokal dan global dalam media.

Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai peran media dalam membentuk persepsi kuliner serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga keaslian dan keberagaman kuliner di tengah arus globalisasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan beberapa temuan utama terkait bagaimana media mengonstruksi citra kuliner lokal dan global serta dampaknya terhadap masyarakat dan industri kuliner.

Representasi Kuliner Lokal dalam Media

Media sering kali menggambarkan kuliner lokal dengan narasi autentisitas, tradisi, dan warisan budaya. Liputan media tentang makanan daerah sering menampilkan latar belakang sejarah, proses pembuatan tradisional, serta kaitannya dengan identitas budaya suatu komunitas. Misalnya, makanan seperti rendang dari Indonesia atau sushi dari Jepang sering kali dikaitkan dengan kebanggaan nasional dan diperkenalkan sebagai ikon budaya.

Namun, dalam beberapa kasus, media juga dapat memberikan gambaran yang stereotip atau kurang akurat. Beberapa makanan lokal mengalami modifikasi untuk menyesuaikan dengan selera global, yang bisa mengurangi nilai autentisitasnya. Selain itu, media lebih cenderung memfokuskan pada aspek visual dan daya tarik wisata dibandingkan edukasi mendalam mengenai filosofi dan sejarah di balik hidangan tersebut.

Pengaruh Media terhadap Kuliner Global

Media memainkan peran besar dalam mempopulerkan kuliner global, terutama melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Tren makanan global, seperti makanan fusion, healthy food trends, atau makanan cepat saji dari waralaba internasional, semakin mudah diakses oleh masyarakat di berbagai negara.

Fenomena viral di media sosial juga berkontribusi pada persebaran kuliner global. Misalnya, tren dalgon coffee yang berasal dari Korea Selatan menjadi fenomena global dalam waktu singkat berkat viralitasnya di media sosial. Hal ini menunjukkan bagaimana media dapat mempercepat adopsi kuliner baru secara luas, tetapi juga berisiko menggeser popularitas kuliner lokal yang kurang mendapatkan eksposur serupa.

Dampak Media terhadap Industri Kuliner

Media memberikan dampak positif dan negatif terhadap industri kuliner. Di satu sisi, media membantu usaha kuliner kecil untuk mendapatkan eksposur lebih luas, meningkatkan daya tarik wisata kuliner, dan memperluas pasar bagi produk makanan lokal. Namun, di sisi lain, media juga dapat menciptakan ekspektasi tinggi yang terkadang sulit dipenuhi oleh industri kuliner.

Selain itu, tren yang berkembang cepat dalam media sosial dapat menyebabkan fluktuasi pasar yang signifikan. Misalnya, restoran yang viral dalam waktu singkat dapat mengalami lonjakan permintaan, tetapi jika tidak mampu mempertahankan kualitas atau inovasi, popularitasnya bisa cepat menurun. Hal ini menimbulkan tantangan bagi industri kuliner dalam menjaga keseimbangan antara tren dan keberlanjutan bisnis.

Tantangan dalam Menjaga Identitas Kuliner Lokal

Salah satu tantangan utama dalam era globalisasi kuliner adalah bagaimana mempertahankan identitas kuliner lokal di tengah arus kuliner global. Beberapa makanan tradisional mulai kehilangan bentuk aslinya karena adanya adaptasi atau modifikasi yang berlebihan agar lebih diterima oleh pasar global.

Media sering kali menampilkan kuliner lokal dalam bentuk yang lebih modern atau estetik untuk menarik perhatian audiens. Akibatnya, beberapa elemen penting dari makanan tersebut, seperti metode memasak tradisional atau bahan-bahan khas, mulai tergantikan dengan versi yang lebih praktis atau komersial.



Gambar 2 Mie ayam Instagrammable

Peran Media dalam Mempromosikan Kuliner

Media berfungsi sebagai perantara utama dalam mengenalkan kuliner ke audiens yang lebih luas. Beberapa cara media dalam mengonstruksi citra kuliner antara lain:

- **Visualisasi Estetis:** Kuliner sering kali ditampilkan dalam bentuk yang lebih menarik secara visual untuk meningkatkan daya tarik, bahkan jika itu berarti mengubah presentasi aslinya.
- **Narasi dan Storytelling:** Media membangun narasi tentang suatu makanan, misalnya dengan mengaitkannya dengan budaya, tradisi, atau pengalaman kuliner yang unik.
- **Endorsement oleh Influencer:** Kehadiran food influencer dan selebriti kuliner berkontribusi besar dalam membentuk persepsi publik terhadap makanan tertentu.

Dampak Konstruksi Media terhadap Kuliner Lokal

- **Positif:**
 - Meningkatkan popularitas makanan tradisional di kancah nasional dan internasional.
 - Membantu UMKM kuliner dalam menjangkau pasar yang lebih luas.
 - Mendorong inovasi dalam penyajian dan pengemasan kuliner lokal agar lebih relevan dengan selera pasar.
- **Negatif:**
 - Terjadinya komersialisasi yang dapat menghilangkan esensi dan nilai budaya dari makanan tradisional.
 - Pergeseran preferensi masyarakat dari makanan

autentik ke makanan yang lebih modern dan praktis.

- o Penggunaan bahan alternatif yang mengurangi keaslian rasa dan kualitas makanan tradisional.

Citra Kuliner Global dalam Media

Kuliner global juga mengalami konstruksi media yang mempengaruhi penerimaannya di berbagai negara. Beberapa tren yang muncul antara lain:

- **Westernisasi Kuliner:** Banyak makanan global yang diadaptasi sesuai dengan selera lokal, misalnya;
 - a. **Sushi Fusion** – Sushi yang awalnya merupakan makanan Jepang dengan bahan sederhana seperti ikan mentah dan nasi, kini banyak dimodifikasi menjadi sushi fusion dengan tambahan keju, saus mayo, atau deep-fried (seperti California Roll dan Dragon Roll) agar lebih sesuai dengan selera Barat.
 - b. **Pizza Lokal dengan Sentuhan Barat** – Di banyak negara, pizza diadaptasi dengan topping lokal, tetapi tetap mempertahankan konsep roti tipis atau tebal khas Italia. Contohnya, di Jepang ada **Okonomiyaki Pizza**, sedangkan di Indonesia ada pizza dengan topping rendang atau sambal matah.
 - c. **Bubble Tea dengan Rasa Kekinian** – Awalnya berasal dari Taiwan, bubble tea telah mengalami westernisasi dengan tambahan bahan seperti whipped cream, salted caramel, atau sirup hazelnut untuk menarik pasar Barat.
 - d. **Burger dengan Rasa Tradisional** – Beberapa negara mengadaptasi burger dengan cita rasa lokal, tetapi tetap mempertahankan bentuk dan konsep burger ala Barat. Contohnya, **Nasi Lemak Burger di Malaysia**, atau **Burger Rendang di Indonesia** yang menggunakan bumbu khas Nusantara.
 - e. **Kopi Susu Kekinian** – Kopi tradisional seperti kopi tubruk atau kopi Vietnam kini banyak disajikan dengan gaya ala café Barat, seperti latte, cappuccino, atau cold brew dengan berbagai tambahan rasa seperti vanilla dan caramel.
- **Popularitas Makanan Sehat:** Media sering menyoroti tren makanan sehat, seperti diet vegan dan makanan organik, yang kemudian membentuk preferensi pasar.
- **Makanan Viral:** Adanya tren makanan viral di media sosial yang membuat beberapa kuliner mendadak populer dan memiliki permintaan tinggi dalam waktu singkat.

Kuliner Instagrammable merujuk pada makanan atau minuman yang didesain agar terlihat menarik secara visual, sehingga cocok untuk difoto dan dibagikan di media sosial, terutama Instagram. Konsep ini mendorong industri kuliner untuk lebih fokus pada estetika penyajian selain rasa.

Ciri-Ciri Kuliner Instagrammable:

Tampilan Warna-Warni – Makanan dengan warna mencolok atau kontras, seperti rainbow cake,

unikorn latte, atau smoothie bowl dengan topping buah segar dan granola.

Penyajian Unik – Hidangan yang disajikan dengan cara tidak biasa, seperti burger hitam dari charcoal, ramen dalam bentuk donat, atau es krim berbentuk bunga.

Elemen Estetik Modern – Penggunaan dekorasi seperti edible flowers, gold flakes, atau latte art yang artistik untuk menambah daya tarik visual.

Konsep Interaktif – Beberapa kuliner dibuat dengan efek yang bisa direkam, seperti minuman berasap dari nitrogen cair atau cheese pull dari mozzarella pizza.

Latar dan Kemasan Menarik – Restoran atau kafe sering mendesain interior dan packaging yang mendukung konsep Instagrammable, misalnya dinding aesthetic atau packaging dengan desain lucu dan unik.



Gambar 3 Dalgona Coffee Instagrammable

4. KESIMPULAN

Penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa media memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk citra kuliner lokal dan global. Media dapat menjadi alat yang efektif untuk melestarikan dan mempromosikan makanan tradisional, tetapi juga memiliki potensi untuk mengubah persepsi masyarakat terhadap suatu kuliner akibat representasi yang tidak akurat atau terlalu dikomersialisasi.

Tren kuliner yang berkembang melalui media sosial dan platform digital dapat memengaruhi pola konsumsi masyarakat secara luas, baik dalam skala lokal maupun global. Namun, tantangan seperti distorsi representasi, komodifikasi, dan persaingan antara kuliner lokal dan global perlu mendapat perhatian agar keberagaman kuliner tetap terjaga untuk itu, diperlukan pendekatan yang lebih seimbang dalam pemberitaan dan promosi kuliner oleh media, dengan tetap mengedepankan edukasi mengenai sejarah, nilai budaya, dan keaslian makanan. Dengan demikian, media tidak hanya

berfungsi sebagai alat hiburan dan promosi tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat identitas budaya kuliner suatu bangsa.

5. REFERENSI

- Agung Yuliyanto Nugroho, Transformasi Digital: Mengoptimalkan Strategi E-Commerce Di Era Disrupsi, Jurnal Ilmiah Bisnis Digital, Vol.1 No.1 Nopember 2024.
- Agung Yuliyanto Nugroho, Aktivitas Pengelolaan Wisata Petualangan Canyoning Berbasis Resiko DOI: <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v20i3.426>
- Agung Yuliyanto Nugroho, Mengintegrasikan Teknologi IoT dan Smart Destinations dalam Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan DOI: <https://doi.org/10.55606/jtmei.v3i3.4270>
- Arif, M. (2018). Kuliner Nusantara sebagai Identitas Budaya dalam Media Digital. Jurnal Komunikasi, 12(2), 135-148.
- Astuti, R. (2020). Dampak Media Sosial terhadap Popularitas Kuliner Tradisional Indonesia. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 5(1), 87-102.
- Budiman, M. (2017). Peran Media dalam Mempromosikan Wisata Kuliner di Indonesia. Jurnal Pariwisata Indonesia, 9(1), 55-68.
- Handayani, T. (2019). Representasi Identitas Budaya dalam Program Televisi Kuliner Indonesia. Jurnal Kajian Media, 4(2), 112-127.
- Haryanto, T. (2021). Globalisasi Kuliner dan Tantangan Pelestarian Makanan Tradisional Indonesia. Jurnal Budaya Nusantara, 10(3), 144-159.
- Herryani, H. dan F. D. Santi, 2019. Uji Kesukaan Terhadap Kualitas Putu Ayu dengan Substitusi Tepung Ubi Jalar Kuning. Jurnal Culinaria. 1 (1) : 1-44
- Nuraini, L. (2016). Strategi Promosi Kuliner Lokal melalui Media Sosial: Studi Kasus Kota Yogyakarta. Jurnal Pemasaran Digital, 3(2), 77-90.
- Prasetyo, A. (2018). Kuliner dan Identitas: Studi Etnografi pada Makanan Tradisional Jawa. Jurnal Antropologi Indonesia, 40(1), 23-39.
- Rahmawati, F. (2020). Tren Kuliner dalam Media Sosial: Antara Inovasi dan Komodifikasi. Jurnal Komunikasi dan Budaya, 6(1), 55-70.
- Sari, D. (2019). Persepsi Konsumen terhadap Branding Kuliner Indonesia dalam Media Online. Jurnal Ekonomi Kreatif, 8(2), 120-135.
- Widiastuti, S. (2021). Pengaruh Influencer Kuliner terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Indonesia. Jurnal Media dan Komunikasi, 7(3), 98-115.