

PENERAPAN HUMAN INTEREST DALAM PENULISAN BERITA FEATURE MEDIA ONLINE RADAR BOGOR

Yumna Siti Nur ‘Aini ^{a)*}, Rici Tri Harpin Pranata ^{a)}, Rr. Renny Soelistiyowati ^{a)}

^{a)} Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia

e-mail korespondensi: yumnasiti@apps.ipb.ac.id

Article history: received 01 December 2025; revised 12 December 2025; accepted 04 Januari 2026 DOI : <https://doi.org/10.33751/jmp.v14i1.13185>

Abstrak. Perkembangan teknologi digital mendorong media massa untuk beradaptasi dari media cetak ke media online agar tetap relevan dan mampu mempertahankan audiens. Radar Bogor sebagai media lokal Kota Bogor melakukan transformasi tersebut dengan menghadirkan beragam konten, salah satunya berita feature yang menonjolkan unsur human interest. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses penulisan berita feature oleh jurnalis media online Radar Bogor serta menganalisis penerapan human interest dalam penulisan berita feature tersebut. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan kepala redaksi Radar Bogor dan analisis dokumen terhadap sepuluh berita feature kuliner periode 01 September hingga 31 Oktober 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penulisan berita feature di Radar Bogor dilakukan secara sistematis melalui tahapan rapat redaksi, peliputan, penulisan naskah, dan penyuntingan. Penerapan human interest diwujudkan dengan menempatkan manusia sebagai pusat cerita melalui kisah perjuangan, keunikan, warisan keluarga, dan pengalaman personal pelaku usaha kuliner. Temuan ini selaras dengan teori nilai berita Harcup dan O’Neill, khususnya nilai human interest, relevance, entertainment, dan unexpectedness. Selain itu, tingginya keterlibatan audiens pada berita feature kuliner menunjukkan kesesuaian dengan Uses and Gratification Theory, di mana audiens secara aktif memilih konten untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan. Dengan demikian, human interest berperan penting dalam memperkuat daya tarik dan relevansi berita feature Radar Bogor sebagai media online lokal.

Kata Kunci: Feature News, Human Interest, Media, Radar Bogor, Uses and Gratifications Theory

APPLICATION OF HUMAN INTEREST IN FEATURE NEWS WRITING FOR RADAR BOGOR ONLINE MEDIA

Abstract. The rapid development of digital technology has compelled mass media to adapt from print to online platforms in order to remain relevant and retain audiences. Radar Bogor, a local media outlet in Bogor City, has responded to this transformation by providing various types of content, including feature news that emphasizes human interest elements. This study aims to explain the process of writing feature news by journalists at Radar Bogor's online media and to analyze the application of human interest in feature news writing. A qualitative research approach was employed, with data collected through in-depth interviews with the editor-in-chief of Radar Bogor and document analysis of ten culinary feature articles published between September 1 and October 31, 2025. The findings indicate that the feature news production process at Radar Bogor is conducted in a structured and systematic manner, encompassing editorial meetings, field reporting, news writing, and editing. The application of human interest is realized by positioning human stories at the center of the narrative, highlighting struggles, uniqueness, family heritage, and personal experiences of culinary business actors. These practices align with Harcup and O'Neill's news values, particularly human interest, relevance, entertainment, and unexpectedness. Furthermore, high audience engagement with culinary feature articles supports the Uses and Gratification Theory, showing that audiences actively select content to fulfill cognitive needs, affective needs, social integration, and tension release. Thus, human interest plays a crucial role in enhancing the appeal and relevance of Radar Bogor's feature news as a local online media outlet.

Keywords: Feature News, Human Interest, Media, Radar Bogor, Uses and Gratifications Theory

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat dalam memperoleh suatu informasi. Informasi disampaikan melalui media massa sebagai saran publikasi kepada masyarakat. Informasi yang dipublikasikan umumnya melalui media cetak seperti koran, majalah, dan tabloid, namun media massa telah beradaptasi dan beralih menjadi media online. Menurut Suryawati dan Alam (2022) media cetak yang tidak mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi informasi dapat beresiko

kehilangan pembaca dan tertinggal. Media online merupakan sarana dalam penyampaian informasi melalui internet yang berupa website maupun media sosial. Media Online memiliki karakteristik dalam penyampaian informasi, yaitu berita disampaikan secara real-time, interaktif, mudah untuk diakses dimana saja, dan menyajikan berita dengan berbagai format. Nur (2021) menyatakan bahwa media massa konvensional kini menghadapi serbuan media *online* yang menawarkan kecepatan, aktualitas, dan kemudahan akses. Berdasarkan pernyataan tersebut, media massa perlu bertransformasi agar tetap relevan, dengan mengembangkan platform digital yang adaptif sekaligus menjaga kredibilitas informasi.

Radar Bogor merupakan media massa lokal yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Upayanya dalam menjangkau masyarakat dalam menyampaikan informasi yaitu dengan perubahan media cetak dari koran ke media online berupa portal berita dan platform media. Radar Bogor sebagai media lokal, memberikan informasi seputar Kota Bogor, adapun jenis berita yang disampaikan yaitu berita keras (*hardnews*) dan berita ringan (*softnews*). Bentuk Penulisan Jurnalistik pada berita akan disesuaikan dengan jenis berita yang akan dipublikasikan.

Berita *feature* tidak hanya menonjolkan aspek faktual, tetapi juga menghadirkan unsur kemanusiaan atau *human interest*. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Sutama *et al.* (2020) bahwa *feature* merupakan produk jurnalistik yang menekankan faktualitas, bukan aktualitas, dengan kelebihan pada sisi *human interest*. Penerapan *human interest* dalam *feature* konsisten dengan pandangan Pranata *et al* (2021) yang menyatakan bahwa penyusunan pesan harus memperhatikan tujuan komunikator serta diwujudkan melalui simbol, ekspresi, dan bahasa dalam rangkaian makna yang utuh, yang dalam konteks jurnalistik berarti membangun makna emosional yang mudah diterima. Berdasarkan pernyataan tersebut, *human interest* memiliki peranan dalam membuat berita yang lebih relevan, karena mampu menciptakan keterikatan emosional *audiens* dengan berita.

II. METODE

Makalah seminar hasil magang ini menggunakan data kualitatif, menurut Nuryadi *et al.* (2017), data kualitatif merupakan data yang disajikan melalui kata-kata namun mengandung makna. Data kualitatif tersebut terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara dengan kepala redaksi Radar Bogor, dan data sekunder, yang berasal dari buku, artikel ilmiah, dan sumber relevan lainnya. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu panduan wawancara dan gawai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Radar Bogor didirikan pada tanggal 7 Oktober 1998, dan edisi perdana Radar Bogor terbit pada tanggal 2 November 1998 dengan 12 halaman. Berdirinya Radar Bogor dilandaskan berdasarkan belum adanya media cetak lokal di Kota Bogor. Radar Bogor memproduksi sebanyak 3000-5000 eksemplar perhari, hal tersebut yang membuat Radar Bogor menjadi koran terbesar dan terpercaya yang menyajikan 80% berita lokal Kota Bogor. Namun, perkembangan teknologi informasi membuat Radar Bogor beradaptasi dengan mengubah media cetak menjadi media online. Adaptasi tersebut merupakan bentuk upaya radar bogor dalam mempertahankan audiens dan menjangkau audiens lebih luas.

Proses Penulisan Berita Feature dalam Media Online Radar Bogor

Jurnalis adalah orang yang menulis dan mempublikasikan laporan peristiwa serta informasi kepada masyarakat melalui media massa, seperti yang didefinisikan oleh Suherdiana (2020) yang menyatakan bahwa, wartawan atau jurnalis adalah seseorang yang menciptakan laporan dan dipublikasikan melalui koran, televisi, radio, majalah, film dokumentasi hingga internet. Radar Bogor, sebagai media lokal yang telah bertransformasi dari cetak ke *online* (radarbogor.jawapos.com), menyajikan beragam makna berita nasional, politik, hiburan, dan berkomitmen menjadi media rujukan bagi masyarakat Kota Bogor. Upaya untuk mempertahankan audiens, Radar Bogor berupaya mengikuti *trend* dalam menciptakan berita, sejalan dengan penelitian Kencana *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa, mengikuti trend sebagai upaya bertahan dalam penyampaian berita yang mengikuti perkembangan pasar. Alur berita yang diterapkan di Radar Bogor mengikuti tahapan yang terstruktur dan sistematis, serupa dengan kerangka Kusumaningrat dalam Muslimin (2021), memastikan kualitas dan relevansi informasi melalui kurasi, peliputan, dan penyuntingan ketat.

1. Melakukan Rapat dan Peliputan

Tahap awal produksi berita di Radar Bogor berfokus pada perencanaan yang matang, dimulai dengan rapat redaksi yang rutin dilaksanakan secara daring, untuk menyusun *rundown* dan strategi penugasan liputan. Rapat ini berfungsi untuk menentukan isu yang relevan, topik, sudut pandang (*angle*), dan gaya penulisan yang harus diikuti jurnalis, dengan tujuan memastikan berita memiliki nilai jual dan keselarasannya dengan visi redaksi. Topik yang diberikan kepada penulis yaitu menulis berita mengenai bantuan, kuliner, wisata, dan seputar kehidupan selebriti korea. Tahap selanjutnya, jurnalis melanjutkan dengan peliputan di lapangan untuk mengumpulkan data dan fakta yang valid sesuai arahan yang telah ditetapkan.

2. Penulisan Naskah Berita

Jurnalis mulai memasuki fase penulisan naskah berita, yaitu tahap ketika seluruh bahan yang telah terkumpul diolah menjadi teks yang jelas, informatif, dan mudah dipahami. Tahap ini penulisan harus mematuhi kaidah jurnalistik supaya informasi yang disampaikan tetap akurat, berimbang, dan dapat dipertanggungjawabkan. Penulisan naskah disesuaikan dengan unsur berita dan anatomi berita, mulai dari judul yang menarik perhatian, teras berita (*lead*) yang memuat inti informasi, hingga tubuh berita yang

berisi detail, data, dan konteks pendukung. Bagian akhir berupa kaki berita (*leg*) berfungsi sebagai penutup yang memberikan informasi tambahan atau penguatan terhadap keseluruhan isi berita.

3. Penyuntingan Naskah Berita

Tahap akhir yang sangat menentukan kualitas berita adalah proses penyuntingan naskah, yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab redaktur. Tahap ini, redaktur memeriksa akurasi fakta, tata bahasa, gaya penulisan, serta memastikan kesesuaian naskah dengan visual pendamping seperti foto atau grafik agar keduanya saling mendukung. Redaktur memiliki peran sebagai gerbang terakhir yang menentukan apakah sebuah naskah layak untuk diterbitkan. Berita apabila dinilai belum layak karena membutuhkan data tambahan, koreksi fakta, atau perbaikan sudut pandang, naskah akan dikembalikan kepada jurnalis untuk direvisi sebelum akhirnya dapat ditayangkan.

Penerapan Human Interest dalam Penulisan Berita Feature Media Online Radar Bogor

Berita yang diterbitkan harus melalui proses penyeleksian untuk menilai kelayakannya berdasarkan nilai beritanya. Galtung dan Ruge dalam Suciati dan Fauziah (2020) pertama kali mengemukakan 12 nilai berita yang kemudian dikembangkan oleh Harcup dan O'Neill dalam Suciati dan Fauziah (2020), yang menambahkan nilai berita seperti selebritas, hiburan, kabar baik, dan visual sebagai acuan dalam penyusunan berita lunak (*soft news*). Hiburan (*Entertainment*) berfokus pada kisah-kisah ringan, lucu, aneh, dan menarik secara emosional, yang biasanya dikenal sebagai *human interest*. *Human interest* merupakan pendekatan dalam penulisan berita yang bertujuan menggugah simpati, empati, tawa, ataupun rasa haru pembaca. Menurut Fandi (2021), peristiwa yang menarik untuk diliput umumnya melibatkan unsur drama. Unsur drama tersebut dapat berupa ketegangan, keanehan, minat pribadi, konflik, simpati, binatang, hingga humor. Penulis menganalisis dokumen berita dengan topik yang menggunakan pendekatan *human interest*, topik tersebut difokuskan terhadap berita kuliner. Menurut kepala redaksi, *Human Interest* dalam berita diwujudkan sebagai unsur kemanusiaan yang mampu menyentuh emosi, simpati, atau rasa empati audiens.



Gambar 1. Data Traffic Radar Bogor Periode (01 September – 31 Oktober 2025)

Data analytics berita dengan topik kuliner yang terbit pada website Radar Bogor dalam periode 01 September hingga 31 Oktober 2025 menunjukkan bahwa pengguna aktif kurang lebih sekitar 21.354 jiwa, dengan tayangan 2,19 setiap pengguna dan waktu engagement dengan rata-rata kurang lebih 19 detik. Data tersebut menunjukkan bahwa tidak ada penurunan yang terlalu ekstrem dan tetap stabil, hal ini membuktikan bahwa topik kuliner selalu menjadi daya tarik pembaca Radar Bogor. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa audiens secara aktif memilih konten yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini disebabkan oleh karakter konten yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Artikel kuliner tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman manusia berupa cerita rasa, suasana, dan kebiasaan konsumsi masyarakat. Elemen tersebut mendorong ketertarikan emosional audiens, yang tercermin dari lonjakan trafik pada artikel tertentu dan tingginya jumlah tampilan. Selain itu, data ini selaras dengan Teori Uses and gratification yaitu *audiens* memanfaatkan konten kuliner Radar Bogor terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi dan utilitas praktis, seperti mencari rekomendasi tempat makan. Teori Uses and Gratification (UGT) dikemukakan pertama kali oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Teori ini digunakan untuk mengetahui efek media kepada audiens yang aktif memilih berita untuk memenuhi kebutuhan psikologis-sosialnya. Tipe Kebutuhan menurut Katz dalam Wakas dan Wulage (2021) yaitu kognitif, afektif, integrasi personal, dan integrasi sosial, dan pelepasan ketegangan.

Penulisan berita feature menerapkan anatomi berita seperti pada umumnya yang terdiri judul, tanggal, teras berita, perangkai, tubuh, hingga kaki berita. Sumadirdja dalam Suherdiana (2020) menjelaskan bahwa teras berita terbagi menjadi 12 jenis, yaitu *who lead*, *what lead*, *when lead*, *where lead*, *why lead*, *how lead*, *contrast lead*, *contrast lead*, *quotation lead*, *question lead*, *descriptive lead*, *narrative lead*, hingga *exclamation lead*. Berdasarkan hasil wawancara bersama kepala redaksi, Radar Bogor menggunakan gaya judul yang deskriptif dan menarik, hal ini disebabkan karena *clickbait* sebagai acuan untuk mengundang *audiens* membaca berita. Radar Bogor menggunakan teras berita naratif yang mampu membuat pembaca merasakan suasana dengan menunjukkan sisi paling menyentuh atau tokoh utama cerita. Penulis mengambil sepuluh sample dokumen berita yang terdapat nilai berita human interest dalam periode 01 september hingga 31 oktober 2025, berikut tabel analisis dokumen berita:

Tabel. 1 Dokumen Berita Periode 01 Setember hingga 31 Oktober 2025

NO	Judul Berita	Unsur Drama (Fandi 2021)	Penerapan Human Interest dalam Naskah Berita
1	Kisah Cafe Bernuansa Swedia Stockholm Syndrome Bogor Bertahan Saat Pandemi	Human Interest, Relevance (Ketegangan, simpati)	Menampilkan perjuangan pemilik usaha bertahan di masa pandemi dengan simbol dua apron sebagai harapan baru
2	Bakmi Sejoli: Kelezatan Mie Homemade	Human Interest (Minat pribadi)	Fokus pada racikan rasa buatan tangan dan dedikasi pemilik dalam menjaga kualitas
3	Burnt Sienna: Roti Sobek Sehat	Human Interest, Unexpectedness (Keunikan)	Mengangkat konsep roti sehat sebagai teman bekerja, dekat dengan keseharian pembaca
4	Pempek Rama Sejak 1988	Human Interest, Relevance (Warisan, simpati)	Cerita konsistensi rasa dan ketahanan usaha lintas waktu
5	Semua Wajib Bahagia: Donat Bahagia	Human Interest (Simpati, konflik personal)	Narasi usaha lahir dari kesempitan hidup dan dijadikan simbol kebahagiaan
6	Toko Kue Sisuka Cookies	Human Interest (Perjuangan)	Kisah UMKM dari dapur rumah hingga menjangkau banyak daerah
7	Toko You Sejak 1947	Human Interest, Relevance (Simpati, nilai moral)	Kisah dermawan tokoh pemilik yang membangun usaha dan berbagi dengan sesama
8	Roti Gambang Saarina	Human Interest, Relevance (Warisan)	Menampilkan resep turun-temurun sebagai identitas keluarga dan budaya lokal
9	Ko Po Thai ID	Human Interest, Unexpectedness (Keanehan)	Perpaduan cita rasa Thailand–Cina di lokasi urban yang tidak lazim
10	Laksa Pak Inin	Human Interest, Relevance (Warisan, simpati)	Cerita kuliner legendaris yang bertahan hingga tiga generasi

Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh berita feature kuliner Radar Bogor dan didukung oleh hasil wawancara dengan editor Radar Bogor, dapat diketahui bahwa penerapan human interest merupakan elemen yang secara sadar dan konsisten digunakan dalam penulisan berita feature. *Human interest* tidak diposisikan sebagai unsur tambahan, melainkan menjadi bagian penting dalam menentukan kelayakan sebuah berita untuk ditayangkan. Hal ini sejalan dengan pernyataan kepala redaksi yang menegaskan bahwa berita yang layak tayang tidak hanya harus faktual dan memiliki narasumber yang jelas, tetapi juga mengandung unsur kemanusiaan yang mampu menyentuh emosi, simpati, dan empati pembaca. Hasil analisis teks menunjukkan bahwa seluruh berita feature kuliner Radar Bogor menempatkan manusia sebagai pusat cerita. Fokus pemberitaan tidak hanya pada produk kuliner, tetapi pada pengalaman hidup, latar belakang, serta perjalanan para pelaku usaha. Pola ini sesuai dengan karakter feature news sebagai imana dijelaskan oleh editor Radar Bogor, yang membedakan feature dari straight news melalui gaya penulisan naratif, deskriptif, dan lebih menonjolkan sisi manusiawi suatu peristiwa. Dengan demikian, temuan penelitian ini menunjukkan kesesuaian antara praktik redaksional Radar Bogor dengan konsep human interest dalam teori nilai berita Harcup dan O'Neill. Hal ini selaras dengan unsur drama menurut Fandi (2021), berita feature Radar Bogor cenderung menghadirkan drama dalam bentuk yang ringan dan humanis. Drama tersebut tidak diwujudkan melalui konflik keras atau sensasi, melainkan melalui kisah perjuangan bertahan di tengah keterbatasan, usaha yang lahir dari kesempitan ekonomi, serta ketekunan menjaga warisan keluarga lintas generasi. Kemudian, diperkuat oleh pernyataan kepala redaksi yang menyebutkan bahwa ketika sebuah berita memuat konflik personal, redaksi akan memilih sudut pandang lain yang lebih positif dan inspiratif agar pesan yang disampaikan tetap membangun, tanpa mengabaikan fakta yang ada. Unsur human interest yang paling dominan ditemukan dalam berita-berita tersebut adalah simpati dan keunikan. Hal ini selaras dengan hasil wawancara yang menyatakan bahwa simpati dan keunikan merupakan kriteria human interest yang paling sering diterapkan dalam berita Radar Bogor. Simpati dibangun melalui penggambaran tokoh sebagai manusia biasa dengan latar belakang perjuangan hidup, sedangkan keunikan muncul dari konsep usaha, perpaduan budaya kuliner, maupun sejarah panjang yang melekat pada suatu tempat makan. Dalam perspektif Harcup dan O'Neill, keunikan tersebut memenuhi nilai unexpectedness, sementara simpati memperkuat nilai human interest dan relevance karena dekat dengan kehidupan masyarakat lokal.

Penerapan human interest dalam berita feature Radar Bogor juga tidak terlepas dari pertimbangan etika jurnalistik. Berdasarkan hasil wawancara, kepala redaksi menekankan pentingnya menjaga martabat narasumber, tidak mengeksplorasi penderitaan, serta tetap berpegang pada akurasi dan fakta. Temuan ini menjelaskan mengapa berita feature Radar Bogor cenderung menggunakan bahasa yang manusiawi, narasi yang empatik, namun tetap objektif dan tidak berlebihan secara

emosional. Human interest digunakan sebagai sarana untuk memperdalam makna berita. Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa penerapan human interest berkaitan dengan strategi media online Radar Bogor dalam menarik pembaca. Editor menyebutkan bahwa keberhasilan berita feature diukur dari trafik pembaca, yang dipengaruhi oleh judul yang menarik dan isi yang mendalam. Hal ini tercemin dalam penggunaan judul deskriptif yang naratif, serta lead yang berfungsi mengait emosi pembaca sejak awal, tanpa mengabaikan nilai aktualitas. Dengan demikian, Radar Bogor berupaya menyeimbangkan kedalaman cerita feature dengan kebutuhan media online yang kompetitif.

Secara keseluruhan, hasil analisis berita dan wawancara menunjukkan bahwa tujuan akhir dari feature human interest di Radar Bogor tidak hanya untuk memberikan informasi dan hiburan, tetapi juga untuk menciptakan dampak sosial. Berita feature diharapkan mampu mengedukasi, membangun empati, serta menumbuhkan kesadaran pembaca terhadap nilai-nilai kehidupan masyarakat lokal. Tujuan ini selaras dengan penelitian Pranata dan Satria (2015) yang menyatakan bahwa strategi adaptasi investasi dan membangun jaringan sosial sebagai upaya melakukan perubahan karakteristik gaya hidup nelayan terhadap perubahan kawasan konservasi. Melalui konten yang menggugah perasaan, media tersebut secara efektif mendorong integrasi sosial *audiens*. Kisah-kisah perjuangan dan warisan lokal menjadi topik yang dibagikan dan didiskusikan oleh *audiens*. Diskusi ini memperkuat ikatan sosial dan memicu kesadaran kolektif, yang berpotensi mengarah pada perubahan karakteristik atau tindakan sosial dalam masyarakat. Hal ini sejalan dengan komitmen Radar Bogor sebagai media lokal yang memprioritaskan isu-isu kelokalan dan berupaya menjadi media rujukan bagi masyarakat Bogor.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan human interest dalam penulisan berita feature media online Radar Bogor dilakukan melalui pengangkatan kisah manusia secara naratif, pemanfaatan unsur drama ringan yang etis, serta penekanan pada simpati dan keunikan sebagai daya tarik utama. Pendekatan ini memperkuat kedekatan emosional antara media dan pembaca, sekaligus menjaga fungsi jurnalistik sebagai penyampai fakta dan realitas sosial secara bertanggung jawab.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses penulisan berita feature di media online Radar Bogor dilakukan melalui tahapan yang terstruktur dan sistematis, meliputi rapat redaksi, peliputan, penulisan naskah, dan penyuntingan. Proses ini menunjukkan bahwa Radar Bogor tidak hanya berorientasi pada kecepatan publikasi sebagai imana karakter media online, tetapi juga menjaga kualitas isi berita melalui kurasi isi, penentuan sudut pandang, serta pengemasan narasi yang menarik. Praktik jurnalisti mengarahkan jurnalis untuk menulis feature dengan gaya naratif dan deskriptif, khususnya pada topik-topik yang dekat dengan kehidupan masyarakat lokal seperti kuliner. Pola ini sejalan dengan nilai berita menurut Harcup dan O'Neill, terutama nilai relevance, entertainment, dan human interest, yang menempatkan kedekatan emosional dan konteks lokal sebagai pertimbangan utama dalam menentukan kelayakan berita untuk ditayangkan. Penerapan human interest dalam penulisan berita feature media online Radar Bogor dilakukan secara sadar dan konsisten dengan menempatkan manusia sebagai pusat cerita. Human interest diwujudkan melalui pengangkatan kisah perjuangan, warisan keluarga, keunikan, serta pengalaman personal pelaku usaha kuliner, yang dipadukan dengan unsur drama ringan sebagai imana dikemukakan oleh Fandi (2021). Pendekatan ini selaras dengan teori Harcup dan O'Neill, di mana unsur simpati dan keunikan memperkuat nilai human interest dan unexpectedness, sehingga meningkatkan daya tarik berita. Dari perspektif Uses and Gratification Theory (UGT), tingginya trafik dan keterlibatan *audiens* pada berita feature kuliner menunjukkan bahwa pembaca secara aktif memilih konten Radar Bogor untuk memenuhi kebutuhan kognitif (informasi), afektif (emosi dan empati), integrasi sosial (rasa kedekatan dengan komunitas lokal), serta pelepasan ketegangan. Dengan demikian, penerapan human interest tidak hanya berfungsi sebagai strategi redaksional untuk menarik perhatian pembaca, tetapi juga sebagai sarana pemenuhan kebutuhan *audiens*, yang memperkuat posisi Radar Bogor sebagai media lokal yang relevan, humanis, dan adaptif terhadap dinamika media digital.

REFERENSI

- Al-Fandi H. (2021). *Pengantar Jurnalistik*. Bantul (ID): CV Bildung Nusantara. Kencana WH, Situmeang IVO, Meisyanti,
- Rahmawati KJ, Nugroho H.(2022). Penggunaan media sosial dalam portal berita online. *Jurnal IKRAITH Humaniora* 6(2): 1–10. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2>
- Nur E. 2021. Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Maj SEMI Ilm Pop Komunikasi Massa Sect. 2(1):51–64.*
- Nuryadi, Astuti TD, Utami ES, Budiantara M.(2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suryawati I, Alam S.(2022). Transformasi media cetak ke platform digital: Analisis mediamorfosis Harian Solopos. *J Signal.* 10(2):190–200. doi:10.33603/signal.v10i2.7240.
- Pranata RTH, Satria A.(2015). Strategi adaptasi nelayan terhadap penetapan kawasan konservasi perairan daerah di Misool Selatan, KKPD Raja Ampat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat* 9(2): 101–112.

Pranata RTH, Sarwoprasodjo S, Satria A. (2021). Strategi komunikasi dalam gerakan penolakan isu relokasi dan penutupan Pulau Komodo. *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 19(2): 111–123. doi:10.46937/19202137066

Suciati, T. N., & Fauziah, N.(2020). *Layak berita ke layak jual: Nilai berita jurnalisme online Indonesia di era attention economy.* Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM), 3(1), 51–69. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.105>

Suherdiana D. (2020). *Jurnalistik Kontemporer*. Bandung: Prenadamedia.

Sutama IM, Astika IM, Widiyatnyana KN.(2020). Struktur dan kebahasaan berita *feature* Kompas. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 10(2): 1–12. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPBSI>

Wakas JE, Wulage MBN.(2021). *Analisis Teori Uses and Gratification: Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen pada Media Sosial TikTok*. Tepian: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Kristen. 1(1). <https://doi.org/10.51667/tjmkkl.v1i1.629>