

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena yang terjadi saat ini, berbagai pihak menggunakan media sosial untuk mencapai tujuannya. Salah satu media sosial yang sedang marak digunakan untuk tujuan personal maupun bisnis adalah Instagram. Adanya berbagai fitur yang mudah digunakan, membuat media sosial ini sangat digemari oleh masyarakat, termasuk di Indonesia. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram dijadikan sebagai peluang atau media promosi yang menjanjikan.

Pengguna menjadikan Instagram saat ini, bukan hanya sekedar untuk berbagi foto atau momen penting saja tetapi juga untuk membagikan informasi kepada pengguna lainnya. Bahkan banyak akun yang khusus untuk memberikan informasi tertentu, dari mulai *online shop*, *make up tutorial*, referensi tempat wisata yang sedang populer, hingga akun yang memberikan informasi mengenai restoran (rumah makan), *cafe* dan sejenisnya yang memiliki menu makanan enak, unik, murah atau tempatnya yang menarik. Akun yang menyediakan informasi mengenai wisata kuliner termasuk jenis akun yang digemari oleh pengguna Instagram.

@makanpakereceh merupakan salah satu akun yang melihat peluang dari pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan promosi kuliner yang ada di Kota Bandung. Karena kota Bandung sendiri terkenal akan kuliner yang unik dan banyaknya lokasi kuliner seperti *cafe* yang tidak terdapat di

kota lain. Akun ini dibangun berawal dari hobi mengunjungi berbagai tempat kuliner di Bandung dan memotret makanan, membuat pemilik akun memutuskan untuk berbagi dengan orang lain dan memperkenalkan kuliner yang ada di Kota Bandung, baik untuk masyarakat lokal Bandung maupun pengunjung.

Saat ini sudah banyak bermunculan akun Instagram yang menyediakan informasi mengenai kuliner yang khusus mengunggah foto dan informasi dengan *caption* yang menarik mengenai kuliner di kota Bandung yang memiliki jumlah pengikut (*followers*) hingga ratusan ribu. Banyaknya *followers* di dalam salah satu akun Instagram dapat mempengaruhi *followers* lainnya untuk mempercayai akun tersebut. Berikut ini adalah Akun Kuliner di Kota Bandung pada Media Sosial Instagram serta jumlah followers-nya:

Tabel 1.1

Daftar Akun Kuliner di Kota Bandung

No	Akun	<i>Followers</i>
1.	@kulinerbandung	738.000
2.	@duniakulinerbdg	370.000
3.	@makanpakereceh	202.000
4.	@foodnotestories	175.000
5.	@bandungfoodsociety	165.000
6.	@bdgsociety	139.000
7.	@lets.go.eat	132.000
8.	@eatoutbdg	97.600
9.	@carimakanbdg	64.900
10.	@worth2visit	18.200

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Tabel tersebut merupakan daftar akun Instagram populer yang

memberikan ulasan tentang kuliner yang ada di kota Bandung, terbukti dengan jumlah pengikut (*followers*) yang mencapai ratusan ribu. Akun Instagram yang peneliti pilih adalah akun @makanpakereceh, meskipun jumlah *followers* pada akun ini berada di posisi ke-3, peneliti tertarik meneliti akun ini karena keunikan akun ini sesuai dengan nama akunnya, memberikan referensi kuliner ‘receh’ atau murah tidak seperti akun sejenis lainnya. Sampai dengan tanggal 18 Maret 2020 akun ini sudah memiliki *followers* sebanyak 202.000 dan sudah mengunggah 5.940 foto. Rutin dan aktif mengunggah referensi kuliner, dengan rata-rata tiga foto per hari. Jumlah foto yang diunggah meningkat pada akhir pekan atau *weekend* (Perdana, Wawancara Pra Penelitian, 21 Maret 2020).

Fokus dari akun ini adalah memberikan informasi terbaru mengenai kuliner ‘receh’ atau murah di kota Bandung termasuk *cafe* yang memiliki menu dengan harga di bawah lima puluh ribu rupiah, meskipun dengan harga yang murah namun kualitasnya terjamin. Hal inilah yang membuat akun @makanpakereceh berbeda dengan akun kuliner yang lainnya sehingga mampu memiliki jumlah *followers* terbanyak ketiga jika dibandingkan dengan akun sejenis. Akun ini juga memberikan informasi lengkap pada *caption*-nya mengenai menu makanan, harga, lokasi kuliner bahkan informasi mengenai diskon (pengurangan harga) maupun promosi lainnya. Disamping itu, sering mengadakan *giveaway* untuk *followers*-nya. Peneliti juga tertarik untuk meneliti akun Instagram @makanpakereceh karena penelitian ini baru, belum ada yang meneliti sebelumnya. Berikut ini adalah unggahan dari akun

Instagram @makanpakereceh:

Gambar 1.1

Unggahan akun @makanpakereceh

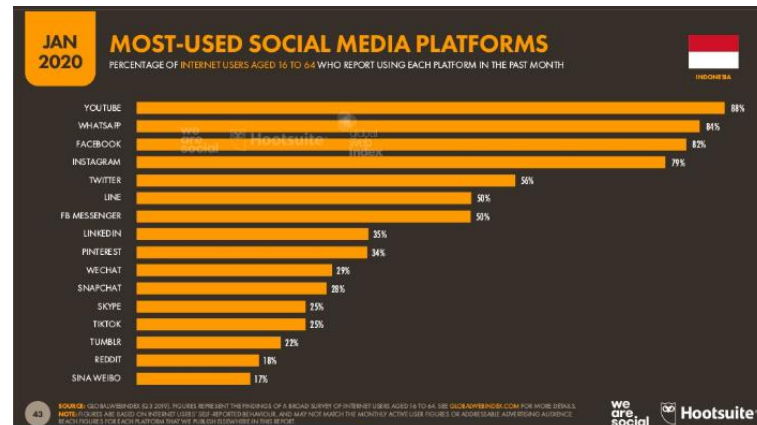


Sumber: <https://www.instagram.com/makanpakereceh/> (2 April 2020 pukul 20.00 WIB)

Dalam unggahan akun Instagram @makanpakereceh terkandung banyak materi atau konten kuliner yang menarik, selain itu juga penggunaan gaya bahasa yang sederhana disertai dengan visual yang menarik membuat isi unggahannya mudah untuk dipahami. Selain memberikan informasi mengenai kuliner, akun @makanpakereceh juga seringkali membagikan *giveaway* kepada *followers*-nya, yang mana hal ini dapat membuat pengikut dari akun @makanpakereceh tertarik dan terus mengikuti perkembangan informasi yang diberikan oleh akun Instagram @makanpakereceh.

Mudahnya penggunaan fitur-fitur yang ada dalam Instagram membuat media sosial ini banyak digemari oleh masyarakat, hal ini terbukti dari hasil survei pada Gambar 1.2.

Gambar 1.2
Survei Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2020



Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia> (18 Maret 2020 pukul 16.00 WIB)

Dari gambar tersebut dapat dilihat pengguna media sosial terpopuler yaitu youtube sebanyak 88%, whatsapp 84%, facebook 82%, dan Instagram 79%. Berdasarkan laporan *We Are Social*, Instagram masuk ke dalam kategori platform media sosial tertinggi ke-4 di Indonesia.

Instagram merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi yang memungkinkan penggunaanya untuk membagikan foto maupun video. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjaring 25 ribu pengguna di hari pertama (Atmoko, 2012: 3)

Selain itu nama Instagram merupakan kependekan dari kata “instan-telegram”. Jadi jika dilihat dari perpaduan dua kata “insta” dan “gram”, Instagram berarti kemudahan dalam mengambil dan melihat foto yang kemudian dapat dikirimkan atau dibagikan pada orang lain (Atmoko, 2012: 8)

Berdasarkan laporan dari Liputan 6, Instagram lahir dari sebuah

perusahaan bernama Burbn, Inc yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO dari Instagram. Kedua CEO Instagram memutuskan untuk lebih memfokuskan Burbn pada aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video, berkomentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Aplikasi inilah yang menjadi cikal bakal dari Instagram. Awalnya aplikasi ini hanya dapat dinikmati oleh pengguna *Iphone* namun saat ini aplikasi Instagram bisa dinikmati oleh segala pengguna baik *Iphone*, *Android*, maupun PC (*Private Computer*). Pada 9 April 2012, Facebook resmi mengambil alih Instagram senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham (<https://www.liputan6.com>, tanggal akses 14 maret 2020 pukul 22.30 WIB). ^[1]

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik meneliti **“Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner (Studi Deskriptif mengenai Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah merupakan suatu penyimpangan antara apa yang diharapkan dengan apa yang terjadi, sedangkan rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang disusun berdasarkan masalah yang nantinya akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017: 206)

Peneliti membuat rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan makro dan mikro, berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya.

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Peneliti merumuskan pertanyaan makro berdasarkan latar belakang masalah yaitu **Bagaimana Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Adapun subfokus atau rumusan masalah mikro dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana **Content (Isi pesan)** pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?
2. Bagaimana **Context (Makna)** pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?
3. Bagaimana **Connectivity (Hubungan)** pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?
4. Bagaimana **Continuity (Kesesinambungan)** pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan

mengkaji lebih dalam tentang Penggunaan Akun Media Sosial Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Content* (Isi pesan) pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui *Context* (Makna) pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui *Connectivity* (Hubungan) pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung
4. Bagaimana *Continuity* (Kesinambungan) pada Akun Instagram @makanpakereceh dalam Penyebaran Informasi Kuliner di Kota Bandung?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang penggunaan akun media sosial dalam mencapai tujuan dari penggunaannya sehingga dapat ikut serta mendorong pengembangan ilmu komunikasi dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Selain memiliki kegunaan teoritis, penelitian ini juga diharapkan memiliki kegunaan praktis, yaitu:

1. Kegunaan bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam menerapkan pengetahuan yang selama ini diperoleh secara teoritis pada perkuliahan, terutama terkait dengan pengelolaan media komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Kegunaan Akademik

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dan sebagai masukan untuk peneliti yang akan meneliti tentang penggunaan media sosial dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Kegunaan bagi @makanpakereceh

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan di masa yang akan datang. Selain itu sebagai bahan evaluasi bagi pengelolaan akun Instagram @makanpakereceh.