

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat terhindar dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu. Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat saat ini sehingga dapat meringankan sekaligus membantu aktivitas manusia menjadi lebih mudah. Terlebih pada saat ini, semua aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi dan sebagian besar kegiatan manusia dilakukan dengan teknologi. Hal ini karena teknologi menawarkan efisiensi waktu bagi segala aktivitas manusia di tengah era yang serba cepat seperti sekarang.

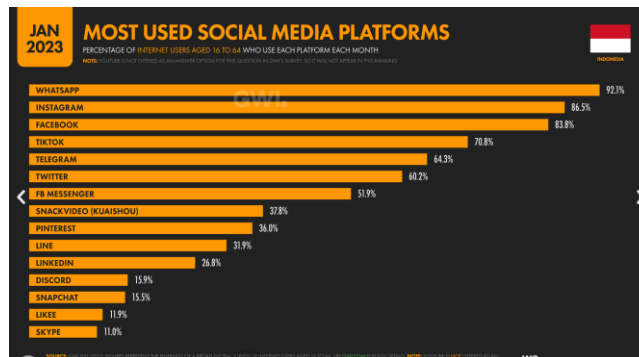
Menurut Mardianti, et al (2019), di era globalisasi dan perkembangan teknologi membawa perubahan dalam komunikasi, seperti kemunculan internet yang tidak lepas dalam cakupan informasi. Internet menjadi salah satu perkembangan teknologi informasi yang telah banyak muncul seiring majunya teknologi informasi dan komunikasi yang telah banyak digunakan mencari informasi dalam pemenuhan kebutuhan. Internet memiliki banyak manfaat di era yang serba modern ini, salah satunya yaitu menjadi wadah yang begitu luas untuk masyarakat dapat memberikan informasi atau mendapatkan informasi baik itu secara langsung ataupun tidak. Dalam empat kategori kegunaan internet menurut Quarterman dan Mitchell (Faslah, 2016), internet menjadi media untuk mencari informasi atau data. Salah satu sumber informasi yang penting dan akurat adalah *www* yang semakin pesat perkembangannya berkat internet.

Saat ini internet sudah menjadi seperti kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat. Menurut data *We Are Social*, mencatat pada Januari 2022 jumlah penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 205 juta. Hal ini berarti sebanyak 73,3% dari populasi di Indonesia telah menggunakan internet. Dimana pada tahun ini jumlah pengguna

internet di Indonesia telah meningkat lima kali lipat dibandingkan pada 10 tahun lalu. Faktor utama dari banyaknya penggunaan internet ini yaitu untuk melakukan pencarian informasi. Hal ini pun selaras dengan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 pasal 28 F mengenai hak asasi manusia. Yang berbunyi “bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia”.

Media sosial menjadi teknologi internet yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Karena media sosial merupakan salah satu sarana utama para pengguna internet dalam mendapatkan informasi. Rata-rata pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial. Menurut laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, pada Januari 2023, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia mencapai 4,76 miliar. Angka ini setara dengan 59,4% dari total populasi di dunia saat ini. Sedangkan jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 60% dari total populasi penduduk.

Salah satu media sosial yang populer dan paling banyak digunakan di kalangan masyarakat adalah Instagram. Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, Instagram menjadi platform media sosial urutan ketiga dengan pengguna aktif terbanyak. Tercatat pada Januari 2023, sebanyak 2 miliar pengguna aktif di Instagram. Hal tersebut menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial yang memiliki *audiens* yang besar.



Gambar 1.1 Platform media sosial dengan pengguna aktif terbanyak

Sumber: (DataReportal, 2023)

Media sosial Instagram tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi untuk berbagai foto atau momen penting saja, namun lebih dari itu media ini juga dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai informasi. Penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi (Zahra & Rina, 2018). Saat ini terdapat banyak akun yang menyediakan berbagai macam informasi kepada penggunanya. Misalnya akun edukasi, akun dakwah, akun *make up tutorial* dan salah satu yang menarik adalah akun yang menyediakan informasi mengenai wisata kuliner (Ayutiani & Putri, 2018).

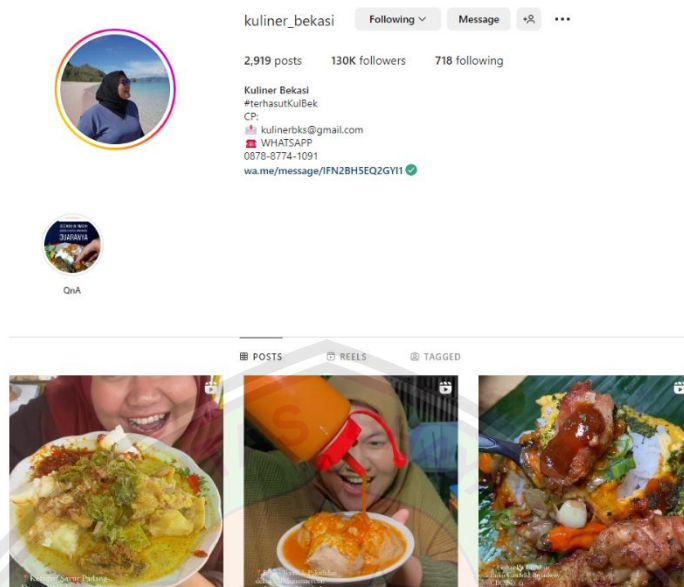
Kuliner telah menjadi gaya hidup yang populer di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Konsumen tidak hanya mencari makanan dan minuman yang lezat dan sehat, tetapi juga pengalaman kuliner yang unik dan menarik. Oleh karena itu, banyak orang mulai tertarik untuk menjelajahi dunia kuliner dan mencari pengalaman kuliner yang berbeda di tempat-tempat baru. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial seperti Instagram dan YouTube juga telah menjadi platform penting bagi para *foodie* untuk berbagi pengalaman kuliner mereka. Banyak akun Instagram dan channel YouTube yang khusus membahas tentang kuliner, dan para *foodie* sering kali menjadi influencer kuliner yang memiliki pengikut yang besar. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kuliner dalam gaya hidup saat ini.

Akun Instagram yang menyediakan informasi mengenai tempat-tempat kuliner sangat digemari di kalangan anak muda (Ayutiani & Putri, 2018). Karena menjadi referensi destinasi kuliner masyarakat Indonesia yang beraneka ragam makanannya. Akun ini pada umumnya akan membuat konten berupa mereview, tips pengolahan, hingga *challenge* makanan dan minuman tertentu.

Hal ini membuat adanya perubahan dalam gaya hidup dari penggunanya dalam berwisata kuliner. Mengingat kuliner termasuk dalam suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan makanan dan gaya hidup yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Dimana setidaknya terdapat 212 juta konten kuliner setiap harinya (Nugraha et al., 2019). Hal ini menunjukkan tingginya minat pengguna media sosial dalam memanfaatkan konten kuliner sebagai awal munculnya interaksi virtual.

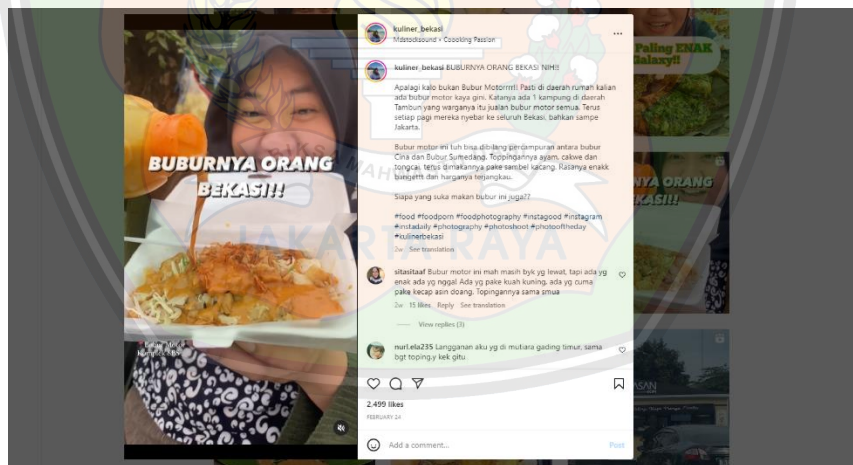
Menurut detikfood (Rohimah et al, 2021) menyatakan bahwa terdapat 590.211 akun Instagram yang aktif dalam memproduksi konten kuliner. Fenomena menjamurnya akun kuliner ini tidak terlepas dari aktivitas komunikasi virtual para pengguna media sosial yang memproduksi konten kuliner.

Salah satu akun Instagram yang menyediakan informasi seputar kuliner yaitu @Kuliner_bekasi. Akun @Kuliner_bekasi mengunggah informasi berupa foto maupun video mengenai makanan, minuman dan tempat kuliner yang sedang terkenal atau *hits* di Bekasi. Berdasarkan data dari pemilik akun Instagram @Kuliner_bekasi, terhitung sejak April 2015 akun ini memiliki *followers* cukup banyak yaitu 129.344 dan dengan jumlah unggahan sebanyak 2.905 *postingan* (terhitung tanggal 28 februari 2023) yang setiap harinya aktif memposting 1 hingga 2 *postingan*.



Gambar 1.2 Akun Instagram @Kuliner_bekasi

Sumber: https://www.instagram.com/kuliner_bekasi/ (diakses pada tanggal 10 Maret 2023)



Gambar 1.3 Konten Akun Instagram @Kuliner_bekasi

Sumber: <https://www.instagram.com/p/CpB8qa8AhI8/> (diakses pada tanggal 10 Maret 2023)

Akun @Kuliner_bekasi memiliki keunikan dan daya tariknya tersendiri dalam menyampaikan informasi kuliner yang ada di Bekasi. Pada awal berdirinya akun @Kuliner_bekasi, hanya memproduksi konten kuliner berupa foto saja dengan

keterangan menarik pada *caption*. Namun, saat ini menjadi lebih interaktif dengan membuat *postingan* berupa video. Pada setiap *postingan* biasanya pemilik akun @Kuliner_bekasi akan menjelaskan lokasi secara detail, memperlihatkan proses pembuatan makanannya dan mengulas produk kuliner dengan menjelaskan kelebihannya.

Tabel 1. 1 Akun Instagram kuliner sejenis

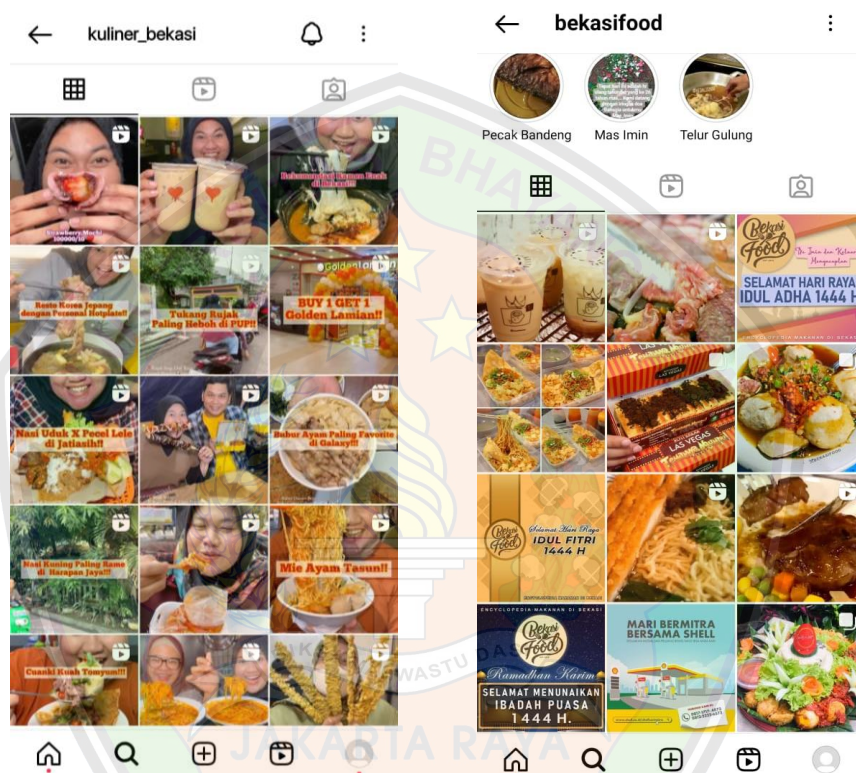
No	Nama Akun	<i>Followers</i>	Viewers reel terbanyak	Konten dibagikan	Komentar terbanyak	Post
1	Kuliner_bekasi	134,6k	975,717	16,2k	666	2.873
2	Bekasistreetfood	23,9k	11,767	106	171	1.166
3	Kuliner_bekasi_hits	23,5k	549,869	7988	170	856
4	Wisatakulinerbekasi	84k	29,519	373	81	1.978
5	Kuliner.bekasi24jam	24,2k	151,412	1050	465	920
6	Bekasifood	72.3k	48,780	622	165	4.098

Sumber: Peneliti (2023) dirangkum dari berbagai sumber (diakses pada tanggal 13 Mei 2023)

Berdasarkan data tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa akun Instagram @Kuliner_bekasi memiliki jumlah *followers* dengan jumlah tertinggi dibandingkan dengan akun sejenisnya. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @Kuliner_bekasi lebih menarik perhatian kalangan masyarakat Bekasi untuk mencari informasi kuliner Bekasi melalui media sosial Instagram.

Konten yang dibagikan akun @Kuliner_bekasi menjadi konten yang paling banyak dibagikan oleh pengguna Instagram dibandingkan dengan akun sejenisnya, hal ini berarti konten yang dibagikan akun @Kuliner_bekasi memiliki daya tarik yang kuat

dan berhasil menarik perhatian banyak pengguna Instagram. Akun @Kuliner_bekasi berhasil menciptakan konten yang menarik dan menggugah selera, serta memberikan informasi kuliner yang relevan dan bermanfaat bagi pengikutnya. Hal ini membuat pengguna Instagram merasa tertarik dan terhubung dengan akun tersebut.



Gambar 1. 4 Perbandingan akun @Kuliner_bekasi dengan sejenisnya

Pada gambar di atas, memperlihatkan bahwa akun @kuliner_bekasi menunjukkan konsistensi dalam membagikan konten kuliner Bekasi dengan format video *reels*. Konsistensi ini menjadi salah satu keunggulan akun tersebut dalam menyampaikan informasi kuliner kepada pengikutnya. Dengan menggunakan format video *reels*, akun @kuliner_bekasi dapat menyajikan konten kuliner secara menarik dan interaktif.

Konten dengan video *reels* juga mendukung upaya akun @kuliner_bekasi dalam mencapai jangkauan yang lebih luas. Video pendek yang menarik memiliki

potensi untuk menjadi *viral* dan di-repost oleh pengguna lain, sehingga konten kuliner Bekasi dapat tersebar lebih luas dan diakses oleh lebih banyak orang.

Dalam penyampaian pesan akun @Kuliner_bekasi memiliki ciri khas yang khas dari segi *voice over*. Ciri khas *voice over* ini dapat memberikan identitas yang kuat bagi akun @Kuliner_bekasi, sehingga pengikut akan dengan mudah mengenali dan mengaitkan suara tersebut dengan konten kuliner dari akun tersebut.



Gambar 1. 5 Interaksi akun @Kuliner_bekasi dengan pengikutnya

Akun @Kuliner_bekasi sering berinteraksi dengan pengikutnya melalui fitur "*question box*" yang disediakan oleh Instagram. Dengan adanya interaksi melalui *question box*, para pengikut dapat menanyakan tentang jenis makanan atau masakan tertentu yang mereka cari, mendapatkan rekomendasi tempat makan yang sesuai dengan selera mereka, atau bahkan meminta informasi tentang diskon atau promosi khusus di tempat-tempat kuliner di Bekasi. Akun @Kuliner_bekasi kemudian merespons pertanyaan dan permintaan ini dengan memberikan informasi yang relevan dan berguna, serta mengarahkan pengikut ke tempat-tempat kuliner yang sesuai dengan preferensi mereka.

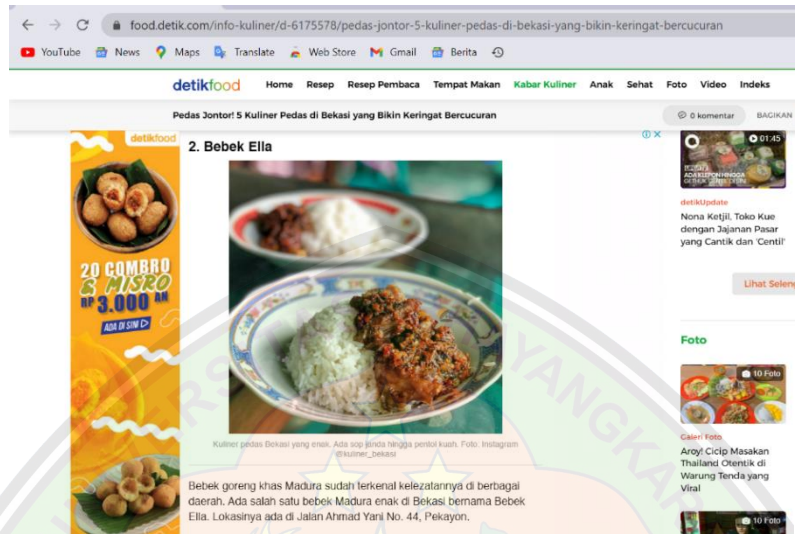
Dengan cara ini, akun @Kuliner_bekasi dapat memastikan bahwa pengikutnya merasa terlibat secara langsung dalam mendapatkan informasi kuliner yang mereka butuhkan dan inginkan. Interaksi melalui *question box* juga membantu akun @Kuliner_bekasi untuk lebih memahami preferensi dan kebutuhan pengikutnya, sehingga konten yang disajikan dapat lebih tepat sasaran dan bermanfaat.



Gambar 1. 6 Akun @Kuliner_bekasi merepost *story* pengikut yang #terhasutKulBek

Akun @Kuliner_bekasi juga memiliki *hashtag* #terhasutKulBek bertujuan untuk menjalin interaksi antara admin dengan *followers*. Dimana *hashtag* #terhasutKulBek merupakan singkatan dari terhasut kuliner Bekasi, dalam artian masyarakat yang terpengaruh dan mencoba makanan yang telah dibagikan akun @Kuliner_Bekasi. *Followers* yang terpengaruh konten kuliner akun @Kuliner_bekasi biasanya akan

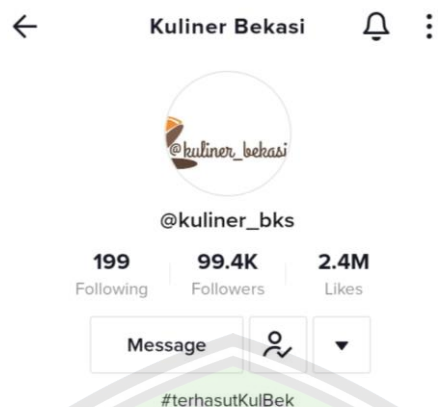
memposting momen tersebut ke *Instagram Story* dan admin akun @Kuliner_Bekasi akan *merepost* hal tersebut dengan *hashtag* #terhasutKulBek.



Gambar 1. 7 Rekomendasi akun @Kuliner_bekasi pada detikfood

Sumber: (<https://food.detik.com/info-kuliner/d-6175578/pedas-jontor-5-kuliner-pedas-di-bekasi-yang-bikin-keringat-bercucuran>)

Selain itu akun @Kuliner_bekasi telah sukses mendapatkan pengakuan dan perhatian dari media kuliner terkemuka, karena salah satu rekomendasi kuliner dari akun @Kuliner_bekasi berhasil dimuat dalam artikel Detikfood berjudul "Pedas Jontor! 5 Kuliner Pedas di Bekasi yang Bikin Keringat Bercucuran" pada tahun 2022. Kehadiran rekomendasi kuliner dalam artikel Detikfood menunjukkan bahwa akun @Kuliner_bekasi telah berhasil mendapatkan perhatian dari media kuliner terkemuka dan diakui sebagai salah satu sumber informasi kuliner yang kredibel di Bekasi. Ini dapat meningkatkan citra dan reputasi akun tersebut di kalangan pengikut dan pengguna media sosial secara keseluruhan.



Gambar 1. 8 Akun tiktok @Kuliner_bekasi

Sumber: (https://www.tiktok.com/@kuliner_bks?t=8cME7G4FJD8&r=1)

Selain kelebihan yang telah disebutkan sebelumnya, akun @Kuliner_bekasi juga berhasil merambah ke platform media sosial lain, terutama TikTok. Dalam beberapa waktu terakhir, TikTok telah menjadi salah satu platform yang sangat populer, dengan jumlah pengguna yang terus meningkat secara signifikan di seluruh dunia. Melalui eksplorasi akun @Kuliner_bekasi di TikTok, ditemukan bahwa akun ini telah berhasil menarik perhatian pengguna dengan pencapaian yang signifikan.

Akun @Kuliner_bekasi di TikTok memiliki jumlah pengikut yang mencapai 99.4 ribu, menunjukkan adanya komunitas yang aktif dan berkembang di platform tersebut. Selain itu, konten yang diunggah oleh akun ini juga menerima respon yang positif dari pengguna TikTok, terlihat dari jumlah *like* yang mencapai 2.4 juta. Jumlah pengikut dan *like* yang tinggi ini menggambarkan daya tarik dan pengaruh yang dimiliki oleh akun @Kuliner_bekasi.

Akun ini menjadi daya tarik tersendiri untuk diteliti bagaimana Instagram sebagai media penyebaran informasi wisata kuliner mampu memberikan efek. Efektivitas sebuah media komunikasi dapat dilihat dari pesan yang disampaikan media memberikan efek atau dampak kepada penerima pesan. Hal ini yang kemudian mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terkait dengan **“Efektivitas**

komunikasi akun Instagram @Kuliner_bekasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dari latar belakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian, yaitu:

1. Seberapa besar efektivitas komunikasi akun Instagram @Kuliner_bekasi?
2. Seberapa besar pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers*?
3. Seberapa besar efektivitas komunikasi akun Instagram @Kuliner_bekasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers*?

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, maka dapat ditemukan rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu seberapa besar efektivitas komunikasi akun Instagram @Kuliner_bekasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan utama dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui besar efektivitas komunikasi akun Instagram @Kuliner_bekasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers*

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi digital yang berkaitan dengan penggunaan media sosial Instagram.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi di bidang ilmu komunikasi terkait akun Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner bekasi melalui teori ataupun juga metodologi yang terkait dengan penelitian.

1.5.2 Kegunaan praktis

1. Bagi Civitas Akademik

Diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam hal efektivitas komunikasi akun Instagram @kuliner_bekasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kuliner pada *followers* dalam pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan sosial yang baik dan tindakan akan penggunaan media informasi yang berguna sebagai informasi dan literatur bagi civitas akademik dalam penelitian-penelitian.

2. Bagi Pengguna Instagram

Memberikan pemahaman dalam akun Instagram @Kuliner_bekasi yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi kuliner Bekasi, hiburan dan sebagainya kepada penggunanya, khususnya bagi *followers* akun Instagram @Kuliner_bekasi.

3. Bagi Pihak Akun Instagram @Kuliner_bekasi

Sebagai bahan masukan untuk pihak akun Instagram @Kuliner_bekasi mengenai kualitas informasi kuliner Bekasi kepada *followers*, sehingga *followers* akan memilih akun Instagram @Kuliner_bekasi sebagai wadah informasi yang dapat memenuhi kebutuhan informasi kuliner Bekasi.