

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, informasi semakin mudah didapatkan seiring berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi. Informasi itu sendiri adalah data yang diolah sehingga dapat menjadi lebih berarti dan berguna bagi penggunaannya untuk mengurangi ketidak pastian dalam proses pengambilan keputusan (Anggraeni, 2017). Berbagai macam informasi yang dimuat dalam media, yaitu berupa kesehatan, gaya hidup, kuliner, teknologi, ekonomi, hiburan, bisnis, dan lain sebagainya. Informasi-informasi tersebut disediakan melalui berbagai macam bentuk media seperti radio, surat kabar, televisi, film, dan juga internet. Informasi semakin mudah diperoleh melalui internet sebagai hasil terobosan besar dari perkembangan teknologi.

Maraknya penggunaan internet di Indonesia, menyebabkan Indonesia menjadi negara dengan penggunaan Internet tertinggi di dunia (Rizal, 2019). Menurut data yang dicatat portal berita online beritasatu.com, penggunaan internet hingga Januari 2021 meningkat sebanyak 27 juta jiwa atau meningkat 16% dibanding tahun 2020 (Dahono, 2021). Internet tidak lepas keterkaitannya dengan media baru.

Munculnya media baru memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang diperlukan. Menurut Croteau dalam Kurnia (2005), menjelaskan jika media baru muncul akibat inovasi teknologi yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah atau bersifat interaktif dan

kebebasan penggunaan media baru sesuai dengan yang diinginkan pengguna. Dengan adanya media baru memungkinkan individu memiliki kontrol yang lebih besar dalam memilih informasi yang ingin diterima. Selain itu, kehadiran media baru juga membentuk budaya dimana masyarakat tidak hanya menjadi pihak yang menerima informasi saja, tetapi juga dapat menjadi produser atau pihak yang memberikan informasi (Murwani, 2016). Sehingga kini, khalayak ikut berkompetisi dalam memberikan informasi melalui internet dan media sosial.

Melalui media sosial, masyarakat dapat saling berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang menjadi wadah bagi individu atau pun komunitas untuk berkumpul, berbagi, dan berkolaborasi (Nasurullah, 2015). Media sosial menciptakan ruang interaksi tanpa dibatasi jarak dan waktu. Perkembangan teknologi internet ini membentuk jaringan media sosial yang dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja dan kapan saja menggunakan *smartphone*.

Penggunaan media sosial pun kian meningkat. Dari 274,9 juta jiwa di Indonesia, 170 juta jiwa menggunakan media sosial (Stephanie, 2021). Lima media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia menurut *platform* manajemen media sosial Hootsuite, ditempati oleh Youtube, kemudian Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Twitter (Stephanie, 2021). Salah satunya penggunaan media sosial Instagram yang sedang populer saat ini.

Instagram adalah aplikasi media sosial berbagi foto dan video ke halaman utama Instagram dan ke media sosial lainnya. Nama Instagram

menurut (Atmoko, 2012) memiliki arti dari fungsi keseluruhan aplikasi Instagram. Instagram berasal dari kata 'instan' dan 'telegram'. Kata instan dimaksudkan sebagai fungsi Instagram yang menampilkan foto-foto dengan tampilan seperti polaroid atau foto instan. Instagram juga mampu memberikan informasi yang cepat kepada pengguna Instagram lainnya. Kecepatan penyebaran informasi ini kemudian membentuk kata telegram.

Seiring berjalannya waktu, Instagram kemudian terus menerus berkembang dengan meluncurkan fitur-fitur terbaru. Pertumbuhan pengguna Instagram yang signifikan ini diperkirakan karena munculnya fitur-fitur baru pada Instagram (Sendari, 2019). Fitur-fitur terbaru yang ditawarkan Instagram ini kemudian memberikan kegunaan bagi pengguna Instagram yang efektif untuk meningkatkan *engagement* atau diartikan sebagai keterlibatan pengguna Instagram pada unggahan foto atau pun video. *Engagement* dapat berupa berupa *likes* atau disukai, komentar, dan disimpan oleh pengguna lainnya.

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang penggunanya meningkat dengan signifikan. Menurut laporan portal berita *online* Liputan6.com, tercatat pada tahun 2017 bulan September, Instagram masih memiliki 800 juta pengguna dan meningkat hingga tercatat satu miliar pengguna pada Juni 2018. Di Indonesia sendiri, menurut laporan We Are Social dan Hootsuite melalui portal berita online Detik.com, pengguna Instagram sebanyak 85 juta jiwa (Haryanto, 2021). Maraknya penggunaan Instagram oleh masyarakat Indonesia ini, menjadikan Instagram sebagai media

berbagi berbagai macam informasi seperti berita sehari-hari, wisata, kuliner, dan lain sebagainya. Bahkan kini Instagram digunakan oleh para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya agar semakin dikenal khalayak luas.

Kemudahan yang diberikan Instagram kepada pihak produsen dan konsumen ini menjadikan Instagram dianggap sebagai *platform* yang tepat untuk membagikan berbagai informasi (Fikri, 2019). Salah satunya dalam bidang kuliner yang tidak lepas dalam penggunaan Instagram. Seperti akun Instagram @anakjajan yang memberikan konten seputar kuliner, sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai kuliner yang berbasis di Jakarta dan sekitarnya.

Akun Instagram @anakjajan memiliki 446 ribu *followers* dengan 11,1 ribu *postingan*, terhitung sejak September 2021. Akun Instagram @anakjajan berbagi informasi lengkap mengenai ulasan makanan yang mereka kunjungi. Informasi seperti tempat, alamat, resep, dan bahkan kini bekerja sama dengan berbagai pelaku bisnis di bidang kuliner. Akun Instagram @anakjajan juga memberikan konten foto dan video yang menarik perhatian *followers* sehingga munculnya rasa penasaran untuk mencoba makanan atau pun minuman yang diunggah akun Instagram @anakjajan. Makanan dan minuman yang diulas pun beragam, mulai dari makanan kaki lima hingga restoran.

Konten yang menarik dan informatif yang ditawarkan akun @anakjajan ini tercatat dalam pemberitaan portal berita *online* Liputan6.com sebagai 10 akun kuliner terbaik berdasarkan data yang diintegrasikan dari

Instagram oleh aplikasi Qraved. Qraved adalah aplikasi yang bekerja sama dengan Instagram, sehingga mampu mengkalkulasikan algoritma media sosial Instagram melalui teknologi mesin dan bantuan manusia dengan mempertimbangkan jumlah postingan, pengikut, dan *engagement* (Iskandar, 2018). Jika dibandingkan dengan sembilan akun Instagram yang menyajikan informasi seputar kuliner lainnya, akun Instagram @anakjajan memiliki *followers* terbanyak.

Sembilan akun lainnya yaitu @eatandtreats memiliki jumlah *followers* 365 ribu, @henjiwong memiliki 370 ribu *followers*, @jktdelicacy dengan 72,5 ribu *followers*, @hungryfever dengan 435 ribu *followers*, @gagaldiett dengan 85,7 ribu *followers*, @eatineraryid dengan 70,8 ribu *followers*, @separuhakulemak dengan 428 ribu *followers*, @the.lucky.belly dengan 148 ribu *followers*, dan @eatandcapture dengan 51,9 ribu *followers* terhitung sejak September 2021.

Julia dan Marius sebagai pemiliki akun Instagram @anakjajan juga berhasil memperoleh banyak penghargaan. Beberapa di antaranya yaitu nominasi sebagai pemenang Influence Asia 2017 food category, Top 4 Influence Asia 2015 food category, Juara Pertama Axis Blog Award 2012 Culinary (Februari 2012), dan Pemenang Mountain of Food Explorance 2 by Resorts World Genting (Juli 2012). Serta Julia dan Marius juga diundang sebagai pembicara di berbagai acara dan diliput oleh berbagai majalah terkemuka. Data-data di atas dilansir dari website resmi @anakjajan yaitu anakjajan.com.

Akun Instagram @anakjajan juga aktif mengunggah foto dan video untuk memenuhi kepuasan pengikutnya, yakni 15 hingga 20 unggahan melalui fitur-fitur Instagram. Fitur-fitur Instagram seperti Instagram Story, Instagram Reels, dan fitur lainnya ini memudahkan baik pemilik akun Instagram @anakjajan dan *followersnya* untuk berinteraksi serta mendapatkan informasi seputar kuliner.

Melihat fenomena yang terjadi, peneliti tergerak untuk melakukan penelitian mengenai “Kepuasan *Followers* Dalam Menggunakan Akun Kuliner Instagram @anakjajan”. Melihat akun Instagram @anakjajan tercatat sebagai 10 akun kuliner terbaik dengan *followers* terbanyak dibandingkan sembilan akun kuliner Instagram lainnya. Meneliti kepuasan dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Teori yang menganggap jika khalayak secara aktif dalam memilih media yang mereka konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2007).

Penelitian ini penting untuk dilakukan melihat maraknya penggunaan media sosial Instagram untuk menjawab kebutuhan khalayak. Terutama informasi mengenai kuliner selalu menjadi bagian penting dalam masyarakat. Melihat makanan juga menjadi salah satu kebutuhan primer manusia. Selain itu, informasi mengenai kuliner dibutuhkan untuk menjalin kebersamaan dan digunakan untuk menemukan makanan baru (Mustinda, 2019).

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian terdahulu mengenai kepuasan penggunaan akun Instagram @anakjajan dilakukan oleh (Sanjaya & Yoetadi, 2019) yang merupakan mahasiswa Universitas Tarumanegara. Penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Informasi Kuliner Terhadap Penggunaan Akun Instagram @anakjajan”, dilakukan dengan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk mengetahui tingkat kepuasan informasi *followers* akun Instagram @anakjajan. Kepuasan informasi diperoleh berdasarkan empat motif penggunaan media menurut McQuail yaitu motif informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Berdasarkan kesimpulan yang dituliskan oleh peneliti terdahulu, kepuasan informasi *followers* akun Instagram @anakjajan tergolong rendah sebesar 0,218 karena informasi yang disajikan kurang *detail* dan memuaskan (Sanjaya & Yoetadi, 2019). Faktor lainnya seperti hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial tidak dibahas dalam penelitian terdahulu.

Dalam hal ini, peneliti melihat adanya kesenjangan dan adanya hal-hal yang belum diperhatikan pada penelitian terdahulu. Pertama, peneliti melihat adanya kesenjangan antara penelitian terdahulu dengan fenomena yang terjadi yaitu akun Instagram @anakjajan terdaftar sebagai 10 akun kuliner terbaik dengan *followers* terbanyak. Di mana dengan kehadiran media baru, khalayak memiliki kontrol yang lebih besar untuk memilih informasi yang diperlukan. Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang penggunaanya secara aktif mengikuti akun pengguna lainnya untuk memenuhi kebutuhan yang dicari. Kedua, peneliti juga melihat tidak adanya pemaparan

data hasil penelitian secara lengkap oleh peneliti terdahulu dan hal-hal yang belum diperhatikan pada penelitian terdahulu, yaitu kepuasan *followers* @anakjajan dari kategori kepuasan hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial.

Dalam hal ini, peneliti merasa perlu melakukan penelitian mengenai kepuasan *followers* akun Instagram @anakjajan. Meneliti mengenai kepuasan *followers* akun Instagram @anakjajan berarti meneliti apakah akun Instagram @anakjajan memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengikut.

Meneliti kepuasan dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications*. Teori yang menganggap jika khalayak secara aktif dalam memilih media yang mereka konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya (West & Turner, 2010). Peneliti akan secara spesifik menggunakan teori *Uses and Gratifications*, dengan konsep *Gratifications Sought* dan *Gratifications Obtained*. *Gratification Sought* yaitu kepuasan yang dicari individu atau motif individu dalam mengkonsumsi sebuah media. Sedangkan *Gratification Obtained* adalah kepuasan yang terjadi pada individu setelah menggunakan media yang ia konsumsi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, berikut adalah rumusan masalahnya :

1. Sejauh mana kepuasan mencari informasi, kegunaan berkomunikasi, interaksi sosial, hiburan, relaksasi, menghabiskan waktu, dan

kenyamanan *followers* dalam menggunakan akun kuliner Instagram @anakjajan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dituliskan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kepuasan mencari informasi, kegunaan berkomunikasi, interaksi sosial, hiburan, relaksasi, menghabiskan waktu, dan kenyamanan *followers* dalam menggunakan akun kuliner Instagram @anakjajan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan dalam bidang ilmu komunikasi, terutama dalam kajian perkembangan media baru dalam memenuhi kepuasan individu terhadap media yang di pilih. Khususnya motif dan kepuasan *followers* akun Instagram @anakjajan.

2. Sosial

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kepuasan *followers* akun Instagram @anakjajan yang kemudian dapat memberikan masukan kepada pemilik akun Instagram @anakjajan agar dapat memenuhi kebutuhan *followersnya*. Serta memperluas bahan referensi mau pun menjadi bahan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Skripsi dengan judul “KEPUASAN *FOLLOWERS* DALAM MENGGUNAKAN AKUN KULINER INSTAGRAM @ANAKJAJAN”, terdiri dari enam BAB yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB ini peneliti menguraikan informasi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

BAB II : OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

Pada BAB ini peneliti menguraikan informasi mengenai objek pada penelitian ini yaitu kepuasan *followers* akun Instagram @anakjajan. Serta menguraikan subjek pada penelitian ini yaitu *followers* dari akun Instagram @anakjajan itu sendiri.

BAB III: TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB ini peneliti menguraikan konsep-konsep dan teori yang menjadi dasar pemahaman pada penelitian ini, guna menjawab permasalahan penelitian.

BAB IV: METODE PENELITIAN

Dalam BAB ini, peneliti menguraikan informasi mengenai metode atau jenis penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan data yang digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada sub BAB hasil, peneliti menguraikan hasil penelitian secara transparan setelah dilakukannya penelitian terhadap subjek penelitian. Kemudian, peneliti menguraikan interpretasi peneliti terhadap hasil yang didapatkan menggunakan *analytical tools* pada sub BAB pembahasan.

BAB VI : SIMPULAN DAN SARAN

Pada sub BAB simpulan, peneliti menuliskan kesimpulan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian setelah melakukan analisa terhadap hasil dan pembahasan yang sudah diuraikan pada BAB sebelumnya. Kemudian pada sub BAB saran, peneliti memberikan pendapat mau pun masukan guna menjawab kegunaan penelitian yang sudah diuraikan pada BAB satu

