

# BAB I

## PENDAHULUAN

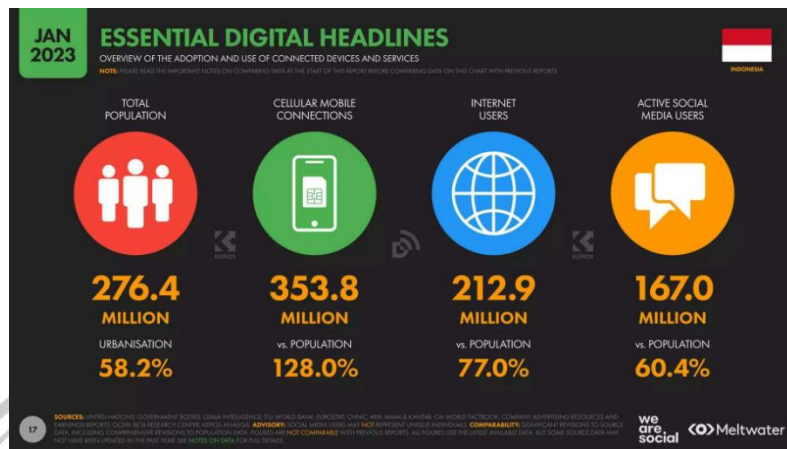
### 1.1 Latar Belakang

Di era saat ini keterikatan manusia terhadap teknologi adalah suatu hal yang tidak bisa kita bantah. Hal ini dikarenakan, hampir seluruh aspek kehidupan manusia terlibat dengan teknologi didalamnya, yang bertujuan untuk mempermudah aktifitas kehidupan manusia itu sendiri. Salah satu dampak yang dapat kita rasakan dari hadirnya teknologi ini adalah aspek informasi atau teknologi informasi. (Zuhri & Christiani, 2018). Informasi yang cepat, tepat, murah, efisien, dan efektif artinya adalah informasi yang berkualitas yang dipakai pada keperluan bisnis, pribadi, ataupun pemerintah serta merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan sebuah keputusan (Murti & Winoto, 2018). Dan dari perkembangan teknologi informasi tersebut terdapat suatu produk yang dihasilkan yaitu Media sosial. Berkat media sosial, kemajuan teknologi di Indonesia semakin memudahkan kita dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi dengan cepat.

Media sosial mengacu pada komunitas online yang memungkinkan komunikasi dan interaksi antar pengguna, baik melalui tulisan, foto, atau berbagi video. Akses publik real-time akan tersedia untuk semua konten yang dibagikan. Hal ini terjadi karena media sosial merupakan aplikasi yang dibantu internet, artinya konten dapat disebarkan secara instan selama pengguna memiliki koneksi internet yang kuat. Mudahnya akses media sosial yang hanya dengan membuka *gadget*, kita dapat memperoleh banyak informasi dari seluruh penjuru dunia, entah itu yang sedang hangat dibicarakan, atau topik pembicaraan yang diinginkan. Karena sibuk apapun, masyarakat tetap membutuhkan informasi untuk mempermudah pekerjaan maupun tujuan lainnya, seperti keperluan up to date, hiburan, edukasi, dan lain sebagainya. Masyarakat menggunakan platform media sosial untuk mencari berita, informasi, atau peristiwa penting yang akan di bagikan pada sosial medianya agar banyak teman, saudara, maupun khalayak lain yang dapat melihatnya.

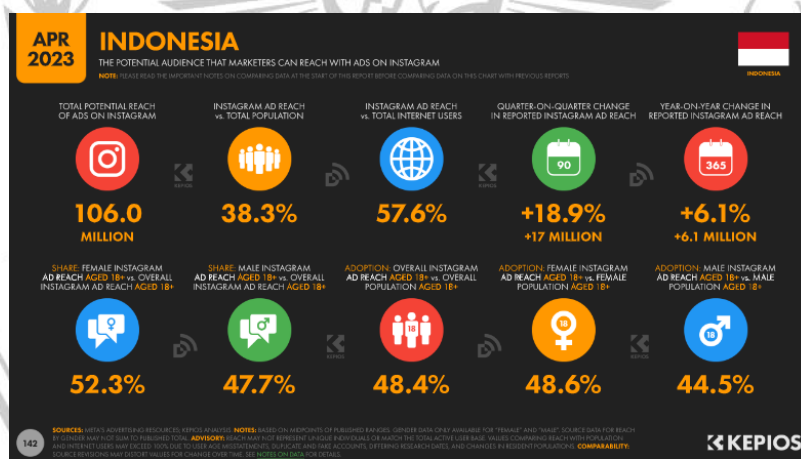
Media sosial saat ini bisa dikatakan menjadi bagian dari gaya hidup, dengan segala fiturnya yang ada, dapat memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi satu sama lain, berinteraksi, berpartisipasi, dan membentuk jaringan online, sehingga mereka dapat dengan bebas menyebarkan konten mereka sendiri. Media sosial mampu menghapus batasan-batasan

manusia dalam berinteraksi satu sama lain, dari ruang hingga waktu, dengan media sosial memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi, kapanpun dan dimanapun berada, tidak peduli seberapa jauh jaraknya.



Gambar 1. Penggunaan Media Sosial Januari 2023

Media sosial banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, menurut data dari Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023, pada bulan Januari menghasilkan bahwa pengguna aktif dari sosial media di dunia mencapai 4,76 milyar dan menghasilkan presentase 59,4%.



Gambar 2. Data Pengguna Instagram April 2023

Indonesia memiliki 106 juta pengguna aktif Instagram dari total populasi sekitar 48,4%. Di Indonesia, pengguna Instagram terbanyak adalah Wanita dengan presentase 48,6% dan Pria dengan presentase 44,5% . Berdasarkan sumber data diatas pengguna Instagram memiliki 106 juta pengguna aktif tahun ini. Jumlah itu meningkat sejak tahun lalu dibandingkan tahun

sebelumnya, yaitu meningkat sekitar 6,95 juta pengguna. Data ini menunjukkan bahwa media sosial sangat diminati dan dibutuhkan pada era saat ini.

Media sosial Instagram pada awalnya merupakan akun sosial milik pribadi yang bersifat personal. Namun, seiring berjalannya waktu esensi dari Instagram ini juga dapat digunakan sebagai wadah untuk menunjukkan diri, bahkan identitas seseorang bisa dilihat melalui akun media sosial Instagramnya. Sehingga tak jarang para pengguna Instagram merasa ada tuntutan untuk merapikan feeds akun Instagramnya. Selain untuk memenuhi kebutuhan pribadi, akun Instagram ini juga bisa digunakan sebagai akun untuk memberikan informasi tentang makanan, barang, jasa, akun untuk berjualan, dan lain sebagainya. Banyak sekali fitur yang disediakan oleh Instagram yaitu postingan yang muncul di halaman beranda atau biasa disebut feeds, fitur Instastory, Direct message, Reels dan lain-lain. Karena banyaknya fitur-fitur yang sangat menarik di Instagram, maka sangat mudah bagi pengguna untuk menerapkan aplikasi Instagram ini untuk memenuhi segala kebutuhannya, baik untuk hiburan, referensi dalam mencari inovasi atau informasi tentang suatu produk.

Peluang pemanfaatan media sosial digunakan oleh akun Instagram @malangfoodies yang berbasis sebagai akun media informasi seputar kuliner di Malang. Ditinjau dari antusiasme orang-orang sebagai pengikut akun tersebut, penyebaran informasi bisa dikatakan menjangkau banyak orang yang memerlukan informasi melalui akun tersebut. Informasi yang diberikan oleh akun Instagram @malangfoodies berpengaruh pada pengambilan keputusan kuliner. Oleh karena itu penting untuk mengkaji mengenai literasi informasi terkait pencarian informasi terhadap pengambilan keputusan kuliner.

Instagram telah berkembang menjadi platform referensi berita terkait makanan, khususnya di wilayah kota Malang. Melalui Instagram masyarakat dapat dengan mudah mengakses berita dan tentunya akan semakin banyak pula masyarakat yang mengakses berita tersebut. Fenomena dalam pencarian Informasi melalui media Sosial Instagram sangat bermanfaat bagi khalayak. Salah satu yang sering dicari adalah kuliner (makanan). Saat ini, siapa pun dapat dengan mudah untuk mengetahui dan mendapatkan informasi seputar kuliner dengan menjelajahi Instagram, sehingga tidak perlu lagi repot mencari di jalan yang belum tentu sesuai dengan apa yang diinginkan.

Perkembangan kuliner kota Malang yang pesat membuat masyarakat sulit untuk memilih tempat makan apa yang akan dituju. Instagram merupakan platform media sosial yang memfasilitasi pencarian konsumen akan informasi kuliner di kota Malang. Saat ini sudah

banyak bermunculan akun Instagram bahkan ada yang memiliki ribuan pengikut yang didedikasikan untuk berbagi foto dan detail mengenai kuliner yang ada di Malang. Jumlah followers suatu akun Instagram memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini pengguna lain tentang akun tersebut. Akun ini secara konsisten menawarkan konten Instagram Reels menarik yang diunggah di lokasi terkemuka untuk menarik minat banyak pengikut. Isinya berkaitan dengan referensi dan informasi kuliner kota Malang.

Peneliti memutuskan melakukan pemilihan akun Instagram @malangfoodies sebagai objek penelitian karena akun tersebut aktif dalam melakukan pengunggahan konten. Setidaknya dalam sehari akun Instagram @malangfoodies dapat mengunggah 2-3 konten, baik berupa foto maupun video. Salah satu akun kuliner di kota Malang dengan followers terbanyak adalah @malangfoodies, dengan jumlah pengikut lebih dari 247.000 followers. Akun ini selalu memberikan informasi seputar kuliner yang ada di kota Malang dengan konten Reels Instagramnya yang menarik dan dibagikan pada wilayah yang jelas sehingga banyak pengikut yang tertarik dengan postingannya tersebut.



Gambar 3. Profil Instagram @malangfoodies

Kini, @malangfoodies memiliki 247.000 followers dan 3.350 unggahan (per tanggal 22 Mei 2023). Setiap unggahan mendapat sekitar 500-2000 likes. Rincian informasi yang diberikan meliputi menu, harga, rasa, lokasi, dan keunikan. Terbukti dari banyaknya komentar yang berupa ajakan (@mention to friends), endorsement, permintaan rekomendasi, bahkan permintaan review kuliner tertentu, membuktikan bahwa para pengikut akun ini cukup aktif memberikan komentar. Keberhasilan akun media sosial Instagram @malangfoodies dalam memperoleh followers menjadi salah satu cara akun tersebut menarik pengunjung. Peralnya, jumlah pengikut yang banyak bisa menjadi cara yang lebih efektif untuk menyebarkan informasi kepada wisatawan atau pengunjung yang masih bingung ingin berwisata kuliner di Kota Malang.

Seseorang dapat memahami berbagai dampak, efek, dan pengaruh media dengan mempelajari studi resepsi dengan khalayak sebagai objeknya. Pengaruh dalam artian bagaimana sebuah media mampu membuat khalayak memiliki cara untuk mendefinisikan dan menafsirkan realitas sosial dalam media tersebut. Hal ini tidak berarti bahwa khalayak dapat mengartikan konten video Reels sesuka hati mereka, namun ada beragam makna dan interpretasi yang dapat dimiliki oleh konten tersebut. Untuk lebih mendukung keunikan penelitian ini, subjek yang dipilih juga dipilih berdasarkan topik media yaitu followers dari akun Instagram @malangfoodies.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dipilih peneliti sebagai subjek penelitian bukan tanpa alasan. Mahasiswa Ilmu Komunikasi dinilai paham tentang bagaimana menganalisis sebuah tulisan, gambar, video, percakapan, dan berbagai pesan-pesan elektronik yang dilihat melalui opini. Pertama, usia mahasiswa adalah usia dimana mereka dapat berpikir dan menafsirkan secara kritis suatu topik. Kedua, karena Ilmu Komunikasi paling dekat dengan media informasi. juga mempelajari bagaimana menghasilkan pesan yang menjadi sarana informasi dan fungsional. Opini yang disampaikan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi ini nantinya akan menggambarkan bagaimana konten Reels akun @malangfoodies apakah efektif dalam memberikan suatu informasi di Instagram. Hal ini dapat memudahkan peneliti dalam memperoleh jawaban-jawaban yang bersifat kritis tanpa terlalu bersifat umum sehingga menyimpang dari pokok bahasan yang sedang dibahas. Pemilihan subjek mahasiswa Ilmu Komunikasi akan dikerucutkan lagi sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang memfollow dan aktif mengikuti konten Reels akun instagram @malangfoodies.



Penonton konten video Reels di media sosial sebagian besar akan diperlihatkan apa yang mereka inginkan, apa yang sering mereka lihat, dan apa yang menarik dan menghibur. *Followers* dan *viewers* akun Instagram @malangfoodies mempunyai latar belakang yang beragam, mulai dari usia, jenis kelamin, tempat tinggal, dan faktor lainnya. Dengan demikian, para pengikut akun Instagram memiliki reaksi berbeda-beda terhadap pesan yang dikirimkan akun tersebut. Analisis resepsi Stuart Hall digunakan untuk mempelajari perbedaan cara khalayak memahami suatu pesan di media. Menurut teori analisis resepsi, persepsi khalayak menentukan makna isi media. Hall menggunakan tiga posisi yaitu dominasi hegemonik, negosiasi, dan oposisi untuk melakukan *decoding* pada pesan media dalam buku ini (Morissan, 2015). Analisis ini mengkaji bagaimana konten media memengaruhi cara masyarakat memandang sesuatu, cara masyarakat memanfaatkan media, dan bagaimana khalayak memandang media.

Menurut Hall, posisi dominasi hegemonik adalah dimana khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media. Dan secara kebetulan, khalayak menyukai apa yang disampaikan media. Kode dominasi budaya adalah bagaimana media menyajikan pesannya dalam hal ini. Pada posisi kedua, yaitu posisi negosiasi, masyarakat secara prinsip mendukung ideologi dominasi namun menolak penerapannya dalam keadaan tertentu. Dalam hal ini, gagasan umum yang mendominasi diterima oleh khalayak. Posisi ketiga adalah posisi oposisi, yang dipegang oleh khalayak yang lebih memilih untuk menggunakan pesan atau kode alternatif sebagai pengganti pesan yang disebarkan oleh media. Hall menyatakan bahwa media menyajikan pesan dengan cara yang dimaksudkan untuk membujuk orang, tetapi khalayak memiliki kemampuan untuk menolak menghindari kemungkinan ditelan oleh ideologi dominasi. Di sisi lain, khalayak terkadang dapat menangkap sinyal persuasi dengan cara yang sangat halus (Morissan, 2015). Pemaknaan yang beragam khalayak pada satu konten atau pesan di media ini membuat peneliti merasa tertarik untuk membuat penelitian tentang studi resepsi terhadap konten reels Instagram dengan judul “Resepsi Khalayak Terhadap Konten Reels Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Seputar Kuliner (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2019 Followers @Malangfoodies)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana resepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2019 followers akun Instagram @malangfoodies terhadap konten Reels Instagram sebagai media penyebaran Informasi Seputar Kuliner?”

## **1.3 Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu ingin mencari tahu dan mendeskripsikan resepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2019 followers akun Instagram @malangfoodies terhadap konten Reels Instagram sebagai media penyebaran Informasi Seputar Kuliner.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan keilmuan khususnya Ilmu Komunikasi dalam kajian penggunaan media sosial sebagai media penyebaran Informasi Seputar Kuliner.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Sebagai wawasan baru bagi peneliti dan mahasiswa lain tentang bagaimana fenomena penggunaan fitur Reels Instagram sebagai media penyebaran Informasi Seputar Kuliner. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi literatur serta acuan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian terkait penggunaan media sosial Instagram.