



**MOTIVASI PEMILIK AKUN INSTAGRAM @KULINER UNTUK  
MEMPERKENALKAN KULINER NUSANTARA**

***SKRIPSI***

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh**

**Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**JAKARTA, 2016**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Suci Zadesfira

NIM : 1106015058

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

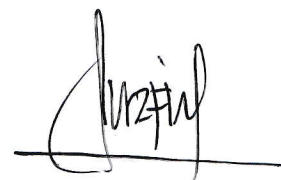
Judul Skripsi : Motivasi Pemilik Akun Instagram @kuliner untuk  
Memperkenalkan Kuliner Nusantara

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan **BUKAN PLAGIAT**. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini adalah **PLAGIAT**, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 6 Febuari 2016

Yang menyatakan,



**SUCI ZADESFIRA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Proposal : Motivasi Pemilik Akun Instagram @Kuliner Untuk  
Memperkenalkan Kuliner Nusantara

Nama : Suci Zadesfira

NIM : 1106015058

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sri Mustika, M.Si.

Windaningsih, S.Sos., M.I.Kom.

Tanggal: 25/1/16

Tanggal: 26/01/2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Motivasi Pemilik Akun Instagram @Kuliner Untuk  
Memperkenalkan Kuliner Nusantara  
Nama : Suci Zadesfira  
NIM : 1106015058  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 6 Februari 2016, dan dinyatakan LULUS.

  
**Eko Digdoyo, S.Pd, M. Hum**

Penguji I

Tanggal: 24-02-2016

  
**Dr. Maryono Basuki, M.Si**

Penguji II

Tanggal: 03-03-2016

  
**Dr. Sri Mustika, M.Si**

Pembimbing I

Tanggal: 3/3/16

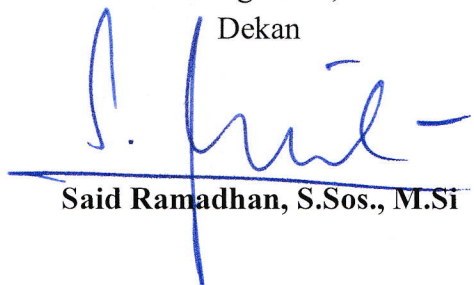
  
**Windaningsih, S.Sos, M. I.Kom**

Pembimbing II

Tanggal: 03/03/16

Mengetahui,

Dekan

  
**Said Ramadhan, S.Sos., M.Si**

## Abstrak

Judul Skripsi : Motivasi Pemilik Akun Instagram @kuliner untuk Memperkenalkan Kuliner Nusantara.  
Nama : Suci Zadesfira  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Halaman : 105

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi pemilik akun Instagram @kuliner untuk memperkenalkan kuliner Nusantara. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menimbulkan motivasi pemilik akun Instagram @kuliner untuk memperkenalkan kuliner Nusantara.

Berhubungan dengan tujuan penelitian, maka teori yang digunakan adalah teori motivasi ERG Clayton Alderfer, dan teori komunikasi dunia maya. Unit analisis penelitian ini adalah motivasi pemilik akun Instagram @kuliner.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian analisis isi kualitatif, di mana peneliti ingin mengetahui motivasi pemilik akun Instagram @kuliner untuk memperkenalkan kuliner Nusantara dengan wawancara mendalam.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa motivasi pemilik akun @kuliner untuk memperkenalkan kuliner Nusantara terbagi dalam tiga kebutuhan. Kebutuhan keberadaan (*Existence Need*) yang meliputi memperkenalkan kuliner Nusantara secara luas, pesan yang informatif, *like* yang banyak, logo di setiap foto yang di unggah, memilih *angle* foto yang baik dan menarik perhatian, tuntutan persaingan, pengikut yang banyak, tagar (#), foto yang diunggah, tawaran *review* yang banyak masuk, serta keeksistensian pemilik akun @kuliner. Kebutuhan berhubungan (*Relatedness Need*) yang meliputi interaksi, komentar, tanggapan, *like*, serta dukungan dari *followers*. Sedangkan kebutuhan berkembang (*Growth Need*) yang meliputi penyaluran hobi atau keterampilan, memperkenalkan makanan lokal sebagai identitas budaya bangsa, mengeksplorasi makanan Nusantara secara luas.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan mahasiswa tentang makanan lokal di Indonesia sehingga dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya untuk menggali lebih dalam persoalan-persoalan makanan lokal di Indonesia.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, puji syukur kehadiran Allah swt yang merestui penulis menyelesaikan skripsi yang berjudul “Motivasi Pemilik Akun Instagram @kuliner untuk Memperkenalkan Kuliner Nusantara”. Skripsi ini dapat selesai berkat adanya doa, dukungan, nasihat dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis. Karenanya, peneliti ingin haturkan terima kasih kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
2. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
3. Dr. Sri Mustika, M.Si. dan Windanngsih, S.Sos, M. I.Kom. Dosen pembimbing yang sangat membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini. Dengan waktu dan kesediannya yang terus menerus diganggu untuk bimbingan, membuat penulis bersemangat dalam penyelesaiannya dan tidak mau mengecewakan beliau-beliau.
4. Seluruh civitas FISIP UHAMKA. Dosen-dosen, khususnya seluruh dosen peminatan Penyiaran yang selama ini memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat berguna serta bermanfaat kepada penulis. Staf sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang selalu membantu dalam administrasi dan proses perkuliahan.
5. Mama, papa, kakak. Terima kasih atas semua doa, dukungan, dan kasih sayang. Saya hanya bisa berdoa, semoga Allah selalu melindungi kalian semua, serta memudahkan segala urusannya. Karena dengan nasehat kalian lah, saya terus menjadi termotivasi untuk menjadi yang lebih baik lagi, dan kalian adalah sang motivator terbaik saya sepanjang masa.

6. Mbak Elfa, bapak William Wongso, dan ibu Hersinta. Termakasih atas waktu luangnya, dan sudah mau menjadi narasumber penelitian saya.
7. Musafirs. Tika, Desi, Aas, Yoga, Bule, Bimo, Ican, Alfi, Elan, Ritter, Latif, Kabak, Joko, Fai, dan Valen. Energi positif serta dukungan moril yang kalian berikan, dan selalu mengatur rencana untuk selalu liburan bersama walaupun jauh, dan kalian selalu membuat saya merasa tidak pernah kesepian. Terimakasih selalu ada di saat saya susah maupun senang.
8. *My 'bundle of joy'*. Kartika Agustiani, Sherlin Gresintawati, Aditya Nugraha, Desi Rifany, Lukman Hakim, Desita, Audina, Farah, Feby, Siti, Dave. Terimakasih selalu menghibur, menemani, membantu, selalu memberi *guyonan-guyonannya* membuat pikiran jadi segar, tertawa, dan merasa lepas dari beban (membuat skripsi) di sementara waktu, dan kata “semangat” yang tak pernah lupa kalian ucapkan.
9. Seluruh teman-teman di FISIP UHAMKA, khususnya Windy, Sarah, Caca, Kikin, Moe, Umami, Miranty, Geng warkop, Geng Rahmat, dan segenap Basis Bekasi. Terimakasih atas pertemanan yang baik, dukungan, dan *support* yang diberikan untuk lulus bersama dan tepat waktu.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi saya dan bisa menjadi acuan bagi teman-teman yang lainnya. Penulis sadar masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat membantu penulis untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, Februari 2016

Suci Zadesfira

## DAFTAR ISI

|                                             |             |
|---------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                  | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT .....</b> | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>     | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>      | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                        | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                 | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                     | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                   | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                  | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                    |             |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....           | 1           |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                | 10          |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                | 11          |
| 1.4. Pembatasan Masalah .....               | 11          |
| 1.5. Kontribusi Penelitian .....            | 11          |
| 1.5.1. Kontribusi Akademis .....            | 11          |
| 1.5.2. Kontribusi Metodologis .....         | 11          |
| 1.5.3. Kontribusi Sosial .....              | 12          |
| 1.6. Sistematika Penulisan .....            | 12          |
| <b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN</b>            |             |
| 2.1. Paradigma Konstruktivisme .....        | 14          |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 2.2. Hakikat Komunikasi .....           | 16 |
| 2.2.1. Definisi Komunikasi .....        | 15 |
| 2.2.2. Fungsi Komunikasi .....          | 19 |
| 2.2.3. Elemen Komunikasi .....          | 22 |
| 2.2.4. Model Komunikasi .....           | 23 |
| 2.3. Komunikasi Massa .....             | 24 |
| 2.3.1. Definisi Komunikasi Massa .....  | 24 |
| 2.3.2. Fungsi Komunikasi Massa .....    | 26 |
| 2.3.3. Ciri-ciri Komunikasi Massa ..... | 29 |
| 2.4. Penyiaran .....                    | 30 |
| 2.4.1. Definisi Penyiaran .....         | 30 |
| 2.4.2. Media Penyiaran .....            | 32 |
| 2.4.3. Sifat Penyiaran .....            | 33 |
| 2.4.4. Sistem Penyiaran .....           | 34 |
| 2.5. Media Baru .....                   | 36 |
| 2.5.1. Karakteristik Media Baru .....   | 36 |
| 2.6. Internet .....                     | 39 |
| 2.8.1. Manfaat Internet .....           | 41 |
| 2.7. Teori Komunikasi Dunia Maya .....  | 42 |
| 2.8. Media Sosial .....                 | 43 |
| 2.8.1 Fungsi Media Sosial .....         | 44 |
| 2.9. Jejaring Sosial .....              | 46 |
| 2.10. <i>Instagram</i> .....            | 47 |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 2.11. Fotografi .....                                         | 47 |
| 2.12. Motivasi .....                                          | 48 |
| 2.13. Teori Motivasi .....                                    | 48 |
| 2.14. Kuliner Nusantara .....                                 | 51 |
| 2.14.1. Kuliner Semarang .....                                | 55 |
| 2.14.2. Kuliner Bogor .....                                   | 57 |
| 2.14.3. Kuliner Makassar .....                                | 58 |
| 2.14.4. Kuliner Surabaya .....                                | 58 |
| 2.14.5. Kuliner Gunung Kidul .....                            | 59 |
| 2.14.6. Kuliner Pontianak .....                               | 60 |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                          |    |
| 3.1. Pendekatan, Jenis Penelitian dan Metode Penelitian ..... | 62 |
| 3.1.1. Pendekatan Penelitian .....                            | 62 |
| 3.1.2. Jenis Penelitian .....                                 | 63 |
| 3.1.3. Metode Penelitian .....                                | 63 |
| 3.2. Pemilihan Media .....                                    | 64 |
| 3.3. Metode Penentuan Informan .....                          | 65 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data .....                            | 67 |
| 3.4.1. Jenis Wawancara .....                                  | 68 |
| 3.4.2. Studi Kepustakaan .....                                | 69 |
| 3.5. Metode Analisis Data .....                               | 69 |
| 3.6. Waktu dan Lokasi Penelitian .....                        | 71 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Instagram .....                                                                                                                         | 72 |
| 4.1.1. Fitur-Fitur Instagram .....                                                                                                           | 74 |
| 4.2. Akun <i>Instagram @kuliner</i> .....                                                                                                    | 78 |
| 4.2.1. Logo <i>@kuliner</i> .....                                                                                                            | 80 |
| 4.3. Hasil Penelitian .....                                                                                                                  | 85 |
| 4.3.1. Motivasi Pemilik Akun <i>Instagram @kuliner</i> untuk Memperkenalkan<br>Kuliner Nusantara .....                                       | 85 |
| 4.3.2. Faktor-faktor yang Menimbulkan Motivasi Pemilik Akun <i>Instagram</i><br><i>@kuliner</i> untuk Memperkenalkan Kuliner Nusantara ..... | 88 |
| 4.4. Pembahasan .....                                                                                                                        | 96 |
| 4.4.1. Motivasi Pemilik Akun <i>Instagram @Kuliner</i><br>untuk Memperkenalkan Kuliner Nusantara .....                                       | 96 |
| 4.4.2. Media Instagram sebagai Tempat untuk Memperkenalkan Kuliner<br>Nusantara .....                                                        | 99 |

## **BAB V PENUTUP**

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan .....          | 101 |
| 5.2 Saran .....               | 102 |
| 5.2.1. Saran Akademis .....   | 102 |
| 5.2.2. Saran Metodologi ..... | 102 |
| 5.2.3. Saran Praktis .....    | 102 |
| 5.2.4. Saran Sosial .....     | 103 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | 104 |
|-----------------------------|-----|

## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Tabel Karakteristik Media Penyiaran .....               | 28 |
| 2.2. Tabel Waktu dan Penelitian .....                        | 65 |
| 2.3. Tabel Perbedaan antara Era Media Pertama dan Kedua..... | 65 |



## DAFTAR GAMBAR

|     |                                                                       |    |
|-----|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1 | Model Komunikasi Wilbur Schramm .....                                 | 24 |
| 2.2 | Gambar <i>Posting-an</i> Mie Kopyok Akun @kuliner.....                | 55 |
| 2.3 | Gambar <i>Posting-an</i> Paimo Leker Akun @kuliner.....               | 56 |
| 2.4 | Gambar <i>Posting-an</i> Sate Beureum Akun @kuliner.....              | 57 |
| 2.5 | Gambar <i>Posting-an</i> Pallubasa Akun @kuliner .....                | 58 |
| 2.6 | Gambar <i>Posting-an</i> Rujak Cingur Akun @kuliner.....              | 59 |
| 2.7 | Gambar <i>Posting-an</i> Oseng Kepompong Ulet Jati Akun @kuliner..... | 60 |
| 2.8 | Gambar <i>Posting-an</i> Kepiting Asap Akun @kuliner .....            | 61 |
| 2.9 | Gambar <i>Posting-an</i> Es Krim Angi Akun @kuliner.....              | 61 |
| 4.1 | Gambar Logo Instagram .....                                           | 72 |
| 4.2 | Gambar Logo Akun @kuliner .....                                       | 80 |
| 4.3 | Gambar <i>Posting-an</i> Piamo Leker Akun @kuliner.....               | 89 |
| 4.4 | Gambar <i>Posting-an</i> Sate Beureum Akun @kuliner.....              | 93 |
| 4.5 | Gambar <i>Posting-an</i> Akun @kuliner .....                          | 94 |

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah salah satu dari kegiatan sehari-hari yang benar-benar terhubung dengan semua kehidupan kemanusiaan, sehingga kadang-kadang kita mengabaikan penyebaran, kepentingan dan kerumitannya. Setiap aspek kehidupan kita di pengaruhi oleh komunikasi kita dengan orang lain, seperti pesan-pesan dari orang yang tidak kita kenal, orang-orang yang jauh dan dekat, hidup dan mati. (Littlejohn 2009, hal : 3)

Fungsi komunikasi ada 4, salah satunya adalah fungsi komunikasi sosial, sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, memupuk hubungan dengan orang lain. Menurut Edward T. Hall (dalam Mulyana, 2007 : 33) bahwa “budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya”. Komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horizontal maupun vertikal. Alfred Korzybsky, menyatakan bahwa kemampuan manusia berkomunikasi menjadikan “pengingat waktu” (*time binder*). Pengikatan waktu (*time binder*) merujuk pada manusia untuk mewariskan pengetahuan dari generasi ke generasi dan dari budaya ke budaya. Kesulitan komunikasi berasal dari fakta

bahwa kelompok-kelompok budaya atau subkultur-subkultur dalam budaya mempunyai perangkat norma berlainan. (Mulyana, 2007: 33)

Seiring berjalannya waktu, dan terutama berkat perkembangan teknologi komunikasi, manusia menjadi lebih mudah dalam berkomunikasi. Jika dahulu manusia sangat terbatas dalam melakukan komunikasi sehingga akan cenderung berada dalam lingkup yang kecil, perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan manusia untuk berhubungan dengan manusia lain di wilayah lain yang dulunya tidak bisa dijangkau.

Salah satu teknologi yang berkembang adalah teknologi komunikasi *mobile*, yaitu alat komunikasi yang bergerak. Dengan alat ini siapa saja bisa berkomunikasi dengan siapa pun, kapan pun dan dimana pun. Perangkat komunikasi bergerak ini antara lain, *smarthphone* (telepon pintar). Telepon pintar muncul karena didukung oleh berkembangnya teknologi internet.

Internet adalah komputer yang terhubung melalui suatu jaringan dan saling berkomunikasi dengan waktu dan wilayah yang tidak terbatas (Burhanudin, 2015:208). Internet merupakan wujud perkembangan teknologi yang semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh dan bertukar informasi dengan cepat. Perkembangannya untuk kemajuan hidup manusia sangat penting, karena internet yang sifatnya tidak terbatas, kita dapat berhubungan dengan siapapun dari seluruh dunia, tidak mengenal jarak dan perbedaan waktu. Kegiatan pertukaran informasi tersebut sangat beragam dan dengan media yang beragam pula, serta dengan anggota yang bermacam-macam.

Dewasa ini, keberadaan internet sebagai tempat untuk pertukaran informasi dan nilai suatu budaya di masyarakat. Hal itu dapat terjadi karena internet yang bersifat sangat bebas dan transparan. Siapapun dapat mengunggah foto atau informasi tentang apapun dan semua orang dapat mengaksesnya. Dari situ pengguna internet dapat mengamati dan mempelajari budaya yang bermacam-macam.

Semakin banyak orang yang menggunakan internet sebagai kegiatan profesional dan sosial, sehingga terdapat makna baru komunikasi, serta tempat atau media untuk berkomunikasi. Internet kemudian menghasilkan suatu bentuk media pertukaran baru, yaitu media sosial. Media sosial lebih diminati karena kegiatan komunikasinya yang bersifat dua arah. Pengguna media sosial dapat memperoleh umpan balik atau komentar langsung dari pengguna lainnya. Banyak sekali jenis media sosial yang pada intinya memberi kemudahan masyarakat menerima informasi dari mana saja. (Smith ,Johnson, 2007: 3)

Proses komunikasi melalui media sosial menyebabkan terjadinya pertukaran faktor-faktor budaya antar individu dengan individu, individu dengan kelompok sosial, dan kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya.( Mitchell, L Charles. 2002 : 1)

Perubahan masyarakat akibat adanya media sosial dirasa cukup signifikan. Kebiasaan masyarakat sudah banyak yang berganti, dan kebiasaan-kebiasaan itu cepat sekali menular dari masyarakat yang satu ke yang lainnya. Banyak yang menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyalurkan hobinya, bahkan

untuk membantu pekerjaannya, berjualan dan berkomunikasi dengan teman-teman.

Terkait hal ini, motivasi sebuah pengguna sosial media dalam mengunggah foto menjadi penting di sebuah sosial media. Karena dapat mempengaruhi kualitas dari foto yang akan dipostingnya. Sosial media yang dibuat berdasarkan motivasi yang kuat dari penggunanya, membuat media tersebut menjadi lebih berkualitas dengan foto yang ditampilkan. Sebaliknya apabila sosial media berjalan tanpa adanya motivasi dari penggunanya, maka sosial media tersebut menjadi tidak jelas dalam tampilan foto yang diunggahnya di media sosial instagram. Walau tetap berjalan tanpa adanya motivasi, bisa saja berdampak negatif pada hasil akhir dan pendapat dari pengguna lainnya. Misalkan seperti, penyampaian pesan yang tidak *efektif*, *followers* yang sedikit, dan lain-lain. Oleh karena itu, motivasi sangat mempengaruhi kualitas dan *followers* (pengikut) pada pengguna akun instagram tersebut, terutama dalam penampilan foto yang diunggah dan eksis keberadaannya di instagram.

Media sosial *instagram* merupakan aplikasi pada *Android* dan *IOS* (sebelumnya *Iphone OS*) adalah sistem operasi perangkat bergerak, yang menyajikan fitur untuk mengunggah foto dan video, mulai dari mengambil gambar, mengedit gambar, memberikan efek pada foto hingga menyebarkannya ke semua pengikut akun tersebut. Instagram juga memberikan fitur *tag people* (penanda dengan seseorang), *geotagging* (check-in di sebuah tempat/lokasi), *link to social* (terhubung dengan sosial media lain) pada setiap foto yang akan diunggah.

Pengguna instagram di dunia dengan jangkauan usia yang bervariasi, para pengguna instagram saat ini berasal dari berbagai usia dan status sosial yang beragam. Hal ini terjadi karena saat ini instagram yang merupakan media sosial yang dapat diakses bebas dan mudah oleh siapapun, dimanapun dan kapanpun tidak memandang jenis kelamin, status sosial dan usia penggunanya.

Instagram yang kini menjadi aplikasi yang digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan, mulai memperlihatkan berbagai tren foto di dalamnya. Media sosial ini sebenarnya bisa disebut sebagai media pribadi, karena setiap akun bebas *share* apapun tentang dirinya di sosial media miliknya. Namun, karena adanya sebuah tren yang saat ini banyak dilakukan, dan tren itu muncul dengan sendiri dari para penggunanya. Awal mulanya dari satu orang yang melakukannya hingga banyak pengguna lain yang mencoba meniru aksi atau tren foto yang dilakukan oleh orang yang dianggap *role model*-nya.

Banyak tren foto yang kini sedang berkembang di dunia instagram, diantaranya adalah tren pemotret makanan di sebuah sosial media dan mengunggah foto makanan mereka dengan baik dan terlihat lebih menarik dengan sajian makanan *Western, Chinese food, Japanese, Thailand, Korean Food*. Tujuan awalnya adalah untuk berbagi informasi dan pengetahuan. Namun, tren foto tersebut membuat kebiasaan baru pada pengguna instagram lainnya, sering kali pengguna Instagram menunjukkan foto makanan-makanan internasional saja. Ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia kurang minat mengunggah foto makanan lokal yang sebenarnya kualitas dan tampilannya tidak kalah dengan

makanan internasional. Namun demikian masih ada beberapa akun Instagram yang mengunggah kuliner Nusantara.

Salah satunya akun instagram *@kuliner*, akun tersebut adalah sebuah akun makanan dengan *followers* 25.000k yang menampilkan atau mengunggah foto makanan kuliner Indonesia. Pemilik akun menginformasikan jenis-jenis makanan daerah, bahan dan cara pembuatannya, kisaran harga makanan, tempat makanan itu berada, serta sedikit sejarah kecil tentang makanan tersebut.

Makanan adalah kebutuhan utama bagi setiap manusia. Kegiatan makan dinilai sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Makanan dibutuhkan untuk memastikan tubuh sehat dan bertenaga untuk menjalani aktivitas kehidupan. Jenis-jenis makanan berkembang dari jaman ke jaman. Pada awalnya manusia hanya makan makanan yang mentah, kemudian berkembang makanan yang dibakar, direbus, diberi bumbu, hingga sekarang semakin bervariasi jenisnya. Mulai dari cara memasaknya, cara penyajiannya, cara memakannya, proses pengawetan makanan, serta komponen-komponen apa saja yang ada di dalam suatu makanan tersebut.

Menurut Soersono (2013:3), dalam buku “Kuliner dalam Serat Chentini” sebenarnya makanan pada dasarnya dapat digunakan sebagai sarana untuk mencapai ketahanan pangan. Mengembalikan pola diversifikasi makanan-makanan yang telah mengakar di masyarakat sebagai kearifan lokal dapat memperluas konsumsi pangan. Keanekaragaman pangan yang merupakan kekayaan budaya Indonesia akan baik untuk menjadi sarana penunjang ketahanan pangan. Keragaman sumber pangan Indonesia, menyebabkan makanan tradisional

Indonesia juga bervariasi rasa. Makan juga merupakan kebutuhan dasar penting dalam kehidupan manusia (Widmar, 2010. Hal: 6).

Perkembangan zaman menghasilkan proses adaptasi yang semakin berkembang dan moderen. Makanan setiap daerah memiliki ciri khasnya masing-masing. Biasanya dari cita rasanya serta bahan dasar yang digunakan. Begitu banyak jenis makanan dari seluruh dunia yang unik. Sehingga makanan pun menjadi sebuah budaya pada masing-masing daerah atau suatu kebudayaan nusantara. Perkembangan makanan nusantara itu sendiri menjadi suatu budaya. Sedangkan budaya pun merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia. Karena budaya adalah suatu pola hidup dan suatu tradisi yang bersifat abstrak dan luas.

Kuliner Nusantara tak hanya sebatas santapan makan yang dihidangkan di atas meja, melainkan lebih dari itu. Kuliner Nusantara merupakan salah satu bentuk kekayaan sejarah, sumber daya alam dan budaya, serta identitas bangsa.

Selain itu, kuliner Nusantara pun dikenal sangat kaya bumbu, citarasa, dan sarat akan nilai-nilai budaya. Hal ini juga sangat dipengaruhi oleh keterlibatan Indonesia di dalam perdagangan dunia, karena berbagai daerah dan sumber daya alamnya yang sangat kaya dan luas, baik pada zaman dahulu maupun hingga saat ini.

Tak hanya itu, teknik memasak bahan makanan asli Indonesia pun berkembang dan dipengaruhi oleh seni kuliner dari berbagai bangsa lain. Begitu pun sebaliknya, terdapat berbagai masakan dari negara-negara lain yang juga dipengaruhi oleh seni kuliner Nusantara.

Bukti sejarah yang menunjukkan bahwa kuliner Nusantara yang memiliki jejak begitu plural ini adalah sebuah potensi bagi kekayaan kuliner Nusantara untuk menjadi selera global. Bahkan dunia Internasional telah mengakui, masakan Indonesia adalah salah satu tradisi kuliner yang paling kaya di dunia dan penuh dengan citarasa yang kuat, serta dianggap sebagai cerminan dan bagian penting keberagaman budaya dan tradisi Nusantara secara umum. (About Indonesia Food, [www.sbs.com.au](http://www.sbs.com.au), diakses pada 18 September 2015)

Oleh karena itu, motivasi pemilik akun instagram @kuliner dalam mengunggah foto makanan ke media sosial instagram, merupakan salah satu cara untuk menumbuhkan kreativitas dan menjadi cara untuk mengenalkan kekayaan kuliner Nusantara. Dari sebuah budaya di Indonesia ke manca negara, dengan melalui akun instagram yang memang khusus mengajak pengguna lainnya yang memposting dengan menggunakan hastagh tertentu. Bukan karena semata-mata bahwa instagram saat ini sedang populer dengan fenomena foto makanan saja, yang menggemari makanan *western, Chinese food, Japanese, Korean food*. Kemudian muncul pertanyaan “Apa motivasi akun instagram @kuliner untuk memperkenalkan kuliner nusantara?”.

Ada beberapa referensi penelitian yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, yang kurang lebih memiliki tema yang sama, antara lain:

1. Motivasi *Facebookers NBL (National Basketball League)* Indonesia Mengakses *Live Streaming* di Website *NBL.Indonesia.com* oleh Hardiyani Azhar Tahun 2013 di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode

penelitian survey, dengan jenis penelitian deskriptif, dan paradigma positivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Motivasi dan Teori *Uses and Gratification*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa skor tertinggi 5555, berada pada motif informasi yaitu responden sangat setuju bahwa dengan mengakses live streaming akan mendapatkan informasi tentang jalannya pertandingan NBL Indonesia. Dan kategori ini berada pada kategori yang sangat tinggi. Dan kategori terendah 314, berada pada pernyataan responden setuju bahwa dengan mengakses live streaming dapat menjalin persahabatan dengan para pengakses.

2. Motivasi Produser Dalam Menyiarkan Program Pemberdayaan Wanita *Tapperware She Can* di Radio Delta 99.1 FM oleh Aliah Septiana Tahun 2011 di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode penelitian yaitu wawancara mendalam dan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan adalah Teori Kesehatan Motivasi.

Hasil penelitian mengungkapkan motivasinya dalam menyiarkan program tapperware she can tidak karena hanya tuntutan pekerjaan dan rating. Tetapi Bondan juga ingin menjadi bagian dalam memberikan pencerahan, pendidikan, dan pemberdayaan bagi wanita Indonesia. Motivasi tersebut juga muncul karena adanya pengalaman masa lalu yang dialami oleh produser, dimana kemampuan perempuan masih dianggap kurang mampu dalam melakukan pekerjaan dibandingkan

kemampuan laki-laki. Oleh karena itu, Bondan berharap, dengan tersiarnya program *Tapperware She Can*, image wanita di masyarakat akan berubah.

Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian sebelumnya meneliti “live streaming” dan “program radio”, sedangkan penelitian ini ingin meneliti akun *@kuliner* yang memperkenalkan kuliner nusantara melalui foto makanan di media baru yaitu instagram.

Hal yang menarik bagi peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Motivasi pemilik akun instagram *@kuliner* untuk memperkenalkan kuliner nusantara. Selain itu, peneliti berharap dapat membantu mengenal tentang kuliner nusantara di dunia instagram.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang tepat untuk penelitian ini adalah “Motivasi pemilik akun instagram *@kuliner* untuk memperkenalkan kuliner nusantara”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi akun instagram *@kuliner* untuk memperkenalkan kuliner nusantara dari foto makanan di akun media sosial instagramnya.

## 1.4 Pembatasan Masalah

Sesuai dengan penelitiannya maka pembatasan masalah adalah motivasi pemilik akun instagram *@kuliner* untuk memperkenalkan kuliner nusantara yaitu dengan melalui foto di instagram.

## 1.5 Kontribusi Penelitian

### 1.5.1 Kontribusi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berpengaruh dan memberikan masukan yang berguna kedepannya bagi kemajuan mahasiswa/i dalam Studi Ilmu Komunikasi, terutama komunikasi massa yang berkaitan dengan media baru terlebih kepada dunia sosial media yaitu instagram.

### 1.5.2 Kontribusi Metodologis

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis isi kualitatif, menggunakan paradigma konstruktivis serta jenis penelitian deskriptif. Diharapkan metode analisis isi kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang juga mengkaji tentang motivasi pengguna media sosial.

### 1.5.3 Kontribusi Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pengetahuan yang membantu para pengguna sosial media, terutama pengguna instagram untuk dapat menggunakan sosial media mereka dengan lebih bijaksana dan bermanfaat bagi masyarakat.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Agar mudah dalam penyampaian data dan pokok-pokok pikiran, penulis menyusun proposal skripsi ini secara sistematis yang dibagi menjadi tiga bab dalam susunan sebagai berikut.

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan yang berhubungan dengan hasil penelitian.

### BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab kedua ini akan diuraikan mengenai paradigma konstruktivisme, hakekat komunikasi, Komunikasi massa, Media baru, Teori komunikasi dunia maya, Teori motivasi ERG dan Kuliner Nusantara.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menjelaskan tentang pendekatan, jenis, metode penelitian, pemilihan media, metode penentu informan, metode pengumpulan data, metode analisis data, dan waktu penelitian.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### BAB V : PENUTUP

sosial, supaya akun-akun khususnya makanan lokal lebih tereksplor secara global dan makanan yang di unggah menjadi terkenal secara luas.



### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Burhanudin. 2015. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Elvinaro, Ardianto. 2014. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi AntarPersonal*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W., dan Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

McQuail, Denis. 2005. *McQuail's Mass Communication Theory (Fifth Edition)*. London: Sage Publications.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta : Prenada Media Grup.

Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online: Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: KOBIS.

Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya.

Riswandi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Graha Ilmu.

Salim, A. 2004. *Teori dan Paradigma Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yoga.

Sujarweni, W. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tamburaka, A. 2013. *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta : P.T. Raja Grafindo.

Wahjudi, Sumarno dan Titi Mufangati. 2014. *Kuliner Jawa Dalam Serat Centhini*. Yogyakarta: BPNB.

Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta. Gramedia.

Werner, J Severin dan James, W Tankard. 2011. *Teori Komuniiasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan Di Dalam Media Massa*.

Yasa, Boga. 2014. *Dapur Indonesia: 300 Resep Masakan Populer Nusantara*. Jakarta : P.T. Gramedia Pustaka Utama.

#### E-Book :

Mitchell, L Charles. 2002. *Knowlage Transfer And The Global Internet Community*.

Smith, S Rachel dan Johnson, F Laurence. 2007. *Social Networkin: The "Thir Place" and The Evolution Of Communication*.

#### Website :

Link About Indonesia Food – [www.sbs.com.au](http://www.sbs.com.au) (diakses pada 18 September 2015).

Macam-Macam Kuliner Nusantara – [www.anneahira.com](http://www.anneahira.com) (diakses pada 18 September 2015).

[www.unsika.ac.id](http://www.unsika.ac.id) (diakses pada 29 September 2015).

