

PERAN INSTAGRAM @kulinerggrabag_ DALAM MENDESIMINASIKAN INFORMASI KULINER DI WILAYAH GRABAG MAGELANG

Yofita Anggraeni Utoro¹, Drs Buddy Riyanto, M.Si², Andri Astuti Itasari, S.Sos., M.I.Kom³

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Abstrak

Komunikasi massa secara luas adalah kegiatan di mana satu atau lebih orang menyampaikan pesan melalui media cetak, elektronik, atau digital dengan harapan timbal balik. @kulinerggrabag_ merupakan media online yang populer dan hanya akun tersebut yang menginformasikan kuliner di daerah Grabag. Dengan adanya akun @kulinerggrabag_ sebagai sumber informasi menjadikan anak muda semakin mudah dalam memperoleh berbagai referensi dan informasi kuliner serta dapat membantu pedagang umkm di wilayah Grabag. Oleh karena itu, beberapa followers dan pedagang merasa terbantu hingga dapat meningkatkan hasil penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana peran instagram @kulinerggrabag_ dalam menyampaikan informasi kuliner. Penelitian ini menggunakan Teori *The Circular Model of Some* oleh Regina Luttrell. Jenis penelitian yang dilakukan adalah menggunakan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami masalah dalam lingkungan sosial dan manusia untuk menghasilkan gambaran yang mendalam dan memberikan data rinci dari sumber data yang dapat diandalkan. Objek penelitian ini adalah akun instagram @kulinerggrabag_. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @kulinerggrabag_ berperan penting dalam membantu pedagang untuk mempromosikan produk secara terjangkau dan efisien menggunakan fitur pada instagram untuk membantu menjangkau audiens lebih luas serta berinteraksi dengan audiens untuk menciptakan komunikasi dua arah yang efektif.

Kata Kunci : Komunikasi Massa, Instagram, Informasi Kuliner

THE ROLE OF INSTAGRAM @kulinerggrabag_ IN DISSEMINATING CULINARY INFORMATION IN THE GRABAG MAGELANG AREA

Abstract

Mass communication is broadly an activity in which one or more people convey a message through print, electronic, or digital media with the expectation of reciprocity. @kulinerggrabag_ is a popular online media and only the account informs culinary in the Grabag area. With the existence of @kulinerggrabag_ account as a source of information, it is easier for young people to obtain various references and culinary information and can help MSME traders in the Grabag area. Therefore, some followers and traders feel helped to increase sales results. This study aims to describe how the role of Instagram @kulinerggrabag_ in conveying culinary information. This study uses The Theory of The Circular Model of Some by Regina Luttrell. The type of research conducted is using qualitative descriptive, which is research that aims to

understand problems in the social and human environment to produce an in-depth picture and provide detailed data from reliable data sources. The object of this research is @kulinergrabag_'s Instagram account. The results of the study show that the @kulinergrabag_ account plays an important role in helping merchants promote products affordably and efficiently using features on Instagram to help reach a wider audience and interact with the audience to create effective two-way communication.

Keywords : Mass Communication, Instagram, Culinary Information

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan internet telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi masyarakat. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 215 juta jiwa dari total populasi 275 juta jiwa. Hal ini menandakan semakin besarnya peran media digital dalam kehidupan sehari-hari. Di Indonesia pada tahun ini tingkat presentase internet mengalami peningkatan 1,17 persen, lebih besar dibandingkan periode survei sebelumnya. Ada dua kategori definisi komunikasi massa, yaitu luas dan sempit. Komunikasi massa ini adalah karakteristik utama yang membedakan komunikasi massa dari jenis komunikasi lainnya.

Penerima pesan dalam komunikasi massa ini tidak selalu berada di tempat atau lokasi yang sama. Komunikasi massa ini ditujukan kepada masyarakat awam dan disebarluaskan melalui media massa, sehingga masyarakat luas dapat dengan

cepat memahaminya. Seiring dengan meledaknya penggunaan internet, menjadikan satu hal yang menarik dari penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi massa. Banyak media online bermunculan akibat perkembangan internet dan semakin mendapat populer di masyarakat. Seperti aplikasi instagram yang saat ini banyak digemari masyarakat untuk mencari informasi salah satunya informasi kuliner. Akun @kulinergrabag_ merupakan akun kuliner yang berada di daerah Grabag Magelang.

Ditengah banyaknya akun Instagram, @kulinergrabag_ hadir dengan memberikan konten yang akurat, lengkap, dan terpercaya. Adanya akun @kulinergrabag_ sebagai sumber informasi menjadikan anak muda semakin mudah dalam memperoleh berbagai referensi dan informasi kuliner. Hal ini membuat @kulinergrabag_ dengan followers 11,1 ribu diminati oleh pengguna instagram terutama *followers* yang mengikuti peneliti. Dari beberapa postingan yang telah diposting @kulinergrabag_ ada usaha

makanan rumahan yang penjualannya naik hingga 30-50%. Selain itu ada *stand* minuman juga yang mengakui penjualan meningkat. Dari yang sebelumnya hanya terjual di bawah 30 cup perhari, setelahnya mencapai 100 cup perhari.

Hal ini menjadi ketertarikan peneliti pada bagaimana peran akun instagram @kulinergrabag_ dalam menyampaikan informasi kuliner karena di daerah Grabag hanya akun tersebut yang menginformasikan berbagai macam kuliner. Dengan adanya akun tersebut sangat bermanfaat dalam memberikan informasi kuliner, penyebaran informasi tersebut dapat menjangkau banyak orang yang memerlukan informasi tersebut, membantu pedagang dalam mempromosikan dagangan mengingat peminat kuliner khususnya di daerah Grabag cukup banyak.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami masalah dalam lingkungan sosial dan manusia untuk menghasilkan gambaran yang mendalam dan memberikan data rinci dari sumber data yang dapat diandalkan (Creswel dalam Fitria, 2021). Objek penelitian yaitu akun instagram @kulinergrabag_ yang

menginformasikan kuliner di daerah Grabag Magelang. Jenis data penelitian ini menggunakan data primer dengan wawancara dan sekunder yang didapat dengan dokumentasi dari instagram @kulinergrabag_.

Teknik pengambilan sampel dalam mencari dan menentukan informan dengan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 2 admin akun @kulinergrabag_, 2 followers, dan 2 klien atau pelaku usaha. Wawancara digunakan sebagai prosedur pengumpulan informasi jika peneliti menginginkan pemeriksaan pendahuluan untuk memutuskan masalah yang akan diteliti, namun jika peneliti ingin mengetahui sesuatu dari responden secara mendalam menurut (Sugiyanto dalam Sahbuki, 2023). Serta dokumentasi berupa arsip postingan, komentar, dan pesan yang masuk. Menurut (Sugiyono dalam Yoki, 2019) dokumentasi adalah suatu teknik yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan data berbentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam menguji keabsahan data peneliti melakukan teknik triangulasi data dari sumber, dimana penulis menggunakan beberapa sumber data saat pengumpulan informasi. Triangulasi sumber adalah jenis penelitian dimana data dikumpulkan dari sumber yang berbeda

dengan metode yang sama untuk memancarkan data dengan menggunakan pengecekan data. Pada penelitian ini analisis data menggunakan Miles & Huberman yaitu strategi teknik analisis data interaktif yang terdiri dari empat proses analisis yaitu, pengumpulan data, reduksi data (pengurangan data), penyajian data, dan penarikan Kesimpulan (Zulfirman, 2022,150).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengkaji peran akun instagram @kulinergrabag_ dalam mendesiminasikan informasi kuliner di wilayah Grabag Magelang. Informasi didapatkan melalui wawancara dengan admin akun, *followers*/pengikut, dan klien/pelaku usaha, serta analisis dokumentasi pada konten yang diunggah. Temuan penelitian mengungkapkan dua fungsi utama yang dilakukan oleh akun @kulinergrabag_ yaitu sebagai sarana informasi dan promosi kuliner serta sebagai alat untuk meningkatkan penjualan klien.

Pertama, akun @kulinergrabag_ berperan dalam menginformasikan dan membantu klien mempromosikan kuliner. Akun ini di buat untuk menjadi sarana informasi kuliner di Grabag dan mendukung UMKM dalam memasarkan produk mereka lebih luas. Media yang paling banyak dipakai adalah instagram

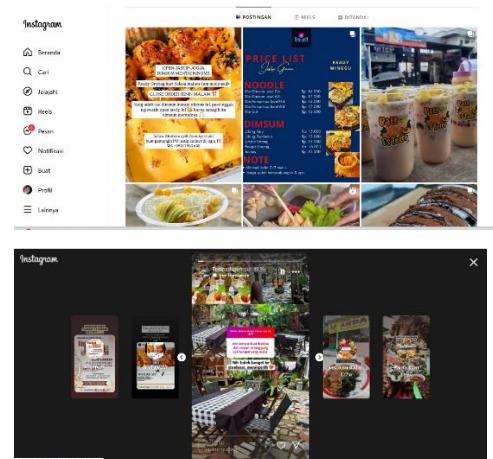
dengan memanfaatkan fitur *feed*, *story*, *highlight*, *hashtag*, serta *mention*. Konten yang dipublikasikan mengedepankan kuliner setempat dengan bahan utama berupa gambar atau video dari pelanggan. Pengelolaan konten dilaksanakan dengan terstruktur melalui penjadwalan unggahan pada waktu tertentu. Proses pengeditan sederhana dengan smartphone dan aplikasi canva, namun tetap menonjolkan keaslian visual sekaligus mengikuti tren kuliner saat ini. Pemantauan juga dilakukan dengan dasbor professional instagram, sedangkan evaluasi diperoleh dari saran klien yang mendorong perbaikan kualitas konten, aktifitas promosi, serta edukasi untuk UMKM. Akibatnya, pengikut merasa terbantu dalam mendapatkan informasi kuliner yang jelas, menarik, dan bermanfaat, sedangkan klien merasakan promosi yang efisien dengan biaya yang terjangkau.

Kedua, akun @kulinergrabag_ berperan dalam meningkatkan penjualan klien. Konsistensi postingan setiap empat kali dalam satu minggu memungkinkan akun ini untuk mempertahankan visibilitas dan engagement akun. Klien mengungkapkan adanya kenaikan signifikan dalam jumlah pengunjung serta penjualan setelah dipromosikan lewat akun ini. Contoh nyata ditunjukkan oleh akun @seblakbestiegrabag yang mengalami kenaikan lebih dari 300 pengikut dalam

waktu tiga bulan serta peningkatan frekuensi pelanggan. Pengikut juga memberikan ulasan baik, seperti merasa terbantu dalam memilih makanan dan mengunjungi Lokasi yang diiklankan. Walaupun begitu, tantangan yang ada adalah interaksi secara realtime yang belum maksimal dan kurangnya kolaborasi dengan *influencer* setempat. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa @kulinergrabag_ telah melaksanakan perannya dengan tepat sesuai fungsi media sosial dalam komunikasi massa, yaitu sebagai sarana informasi, promosi, dan interaksi. Fungsi akun ini dapat dianalisis menggunakan teori *The Circular Model of Some* (Luttrell, 2015) yang terdiri dari empat tahapan : *Share, Optimize, Manage*, dan *Engage*.

Pada tahap *Share*, akun @kulinergrabag_ sukses menyebarkan informasi tentang kuliner dengan memanfaatkan instagram sebagai platform utamanya. Kegiatan berpartisipasi, terhubung, dan membangun kepercayaan tercermin dari pemilihan konten yang asli, pemanfaatan fitur *feed, story, hashtag*, serta interaksi dengan pengikut melalui komentar maupun fitur tanya jawab. Pada tahap *share* ini merupakan tahap yang menonjol dalam peran instagram untuk mendesiminasikan informasi kuliner. Namun, minimnya elemen visual menunjukkan bahwa fase *be authentic* dan

stay true to your brand masih belum maksimal.



Pada tahap *Optimize*, akun @kulinergrabag_ ini telah melaksanakan pengawasan terhadap komentar, pesan, dan masukan dari audiens. Penggunaan fitur jajak pendapat dan kotak pertanyaan mendukung interaksi dua arah. namun, admin belum sepenuhnya memanfaatkan penyebutan untuk menciptakan diskusi yang lebih luas, dan tanggapan masih terbatas pada waktu.

Pada fase *Manage*, akun melakukan pemantauan media lewat dasbor professional instagram, tetapi belum memanfaatkan alat analisis canggih seperti *hootsuite*. Respon terhadap komentar juga belum tampak konsisten dengan prinsip respons cepat. Selain itu, fitur interaksi waktu nyata seperti instagram *live* belum digunakan secara optimal, meskipun memiliki potensi untuk meningkatkan kedekatan dengan audiens.

Pada fase *Engage*, akun @kulinergrabag_ telah menarik perhatian

audiens lewat komentar dan percakapan, namun Kerjasama dengan *influencer* atau tokoh publik setempat masih belum terjalin. Ini menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan lebih lanjut dalam meningkatkan interaksi dan menguatkan peran akun sebagai sumber informasi kuliner utama di Grabag. Temuan penelitian secara keseluruhan menegaskan bahwa akun @kulinergrabag_ berfungsi dengan baik sebagai media informasi kuliner dan alat promosi untuk UMKM, hal ini tercermin dari dampak positif, yang dirasakan oleh audiens serta kenaikan penjualan klien. Meskipun demikian, untuk memperkuat keberadaan dan kelangsungan akun ini, perlu adanya optimalisasi pada identitas visual, peningkatan responsivitas, serta perluasan strategi interaksi dan Kerjasama dengan berbagai pihak luar

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan mengenai fungsi akun instagram @kulinergrabag_ dalam menyebarkan informasi kuliner di daerah Grabag Magelang, disimpulkan bahwa akun ini menggunakan instagram sebagai saluran utama untuk membagikan informasi tentang kuliner lokal. Tahapan *share* menjadi fokus utama dengan pemakaian fitur *feed*, *hashtag*, *story*, kolom komentar, dan *question box* untuk memperbesar

jangkauan audiens disamping itu membangun komunikasi dua arah yang lebih baik.

Namun demikian ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Akun ini masih kekurangan unsur visual yang konsisten disetiap postingan, respons terhadap komentar belum dilaksanakan dengan cepat dan terjadwal,serta penggunaan interaksi langsung melalui fitur instagram *live* masih belum dimaksimalkan. Lebih lanjut, strategi kerja sama dengan *influencer* lokal juga belum dilaksanakan, sementara hal ini berpotensi meningkatkan dan memperluas audiens.

Oleh karena itu, bisa ditegaskan bahwa akun @kulinergrabag_ memiliki peranan yang signifikan sebagai media informasi kuliner dan platform promosi UMKM di Grabag, tetapi perlu adanya pengoptimalan identitas visual, peningkatan respons yang lebih cepat, pemanfaatan fitur interaktif, dan kolaborasi strategis agar peran akun ini menjadi lebih efektif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qodri, M. A. (2023). ANALISIS PENGELOLAAN INSTAGRAM DALAM MENYEBARKAN INFORMASI MENGGUNAKAN TEORI THE CIRCULAR MODEL SOME. *Al-Dyas*, 2(3). <https://ejournal.yasin-alsys.org/alldyas/article/view/1495/1224>

Anonim. (2023, March 10). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono. (2019). KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN DI PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT KEMBANG SERI KECAMATAN TALANG EMPAT KABUPATEN BENGKULU TENGAH. *Professional Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1).
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/839>

Pohan, D. D., & Fitria, U. S. (2021). JENIS JENIS KOMUNIKASI. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studiens*, 2(3).
<https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss/article/view/158/132>

Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis Tentang Teknik

AnalisisData dalam Penelitian Kualitatif:Pespektif Spradley, Miles dan Huberman. *Jurnal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2).
<https://pub.nuris.ac.id/journal/jomaa/article/view/93/20>

Ritonga, S. (2023). REKAPITULASI RATA RATA DATA HASIL WAWANCARA CALON MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU TARBIYAH AL-BUKHARY LABUHANBATU TAHUN 2023. *Tarbiyah Bil-Qalam*, 7(2).
<https://ejurnal.stita.ac.id/index.php/TBQ/article/view/158>

Zulfirman, R. (2022). IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM PENINGKATAN HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI MAN 1 MEDAN. *Jurnal Penelitian, Pendidikan, Dan Pengajaran*, 3(2).
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/JPPG/article/view/11758/7769>