

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kuliner telah mengalami transformasi yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi, cara orang menikmati dan mengeksplorasi kuliner pun berubah. Kuliner tidak lagi hanya dipandang sebagai kebutuhan dasar untuk bertahan hidup, tetapi telah berkembang menjadi simbol gaya hidup, identitas budaya, dan bahkan menjadi sarana untuk menunjukkan status sosial.

Salah satu perubahan terbesar dalam dunia kuliner adalah bagaimana orang berinteraksi dengan makanan melalui media sosial. Platform-platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah mengubah cara orang menemukan, menikmati, dan berbagi pengalaman kuliner mereka. Media sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan komunitas pecinta kuliner yang luas, berbagi rekomendasi, dan bahkan mengulas restoran atau produk makanan. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi kebiasaan makan individu, tetapi juga menciptakan tren kuliner baru yang sering kali viral dalam waktu singkat.

Kuliner, dalam konteks ini, melampaui sekedar konsumsi makanan; ia mencakup seluruh pengalaman yang melibatkan pencarian tempat makan, pengenalan cita rasa baru, hingga berbagi pengalaman dengan orang lain. Tempat-tempat makan unik, sajian dengan tampilan menarik, hingga konsep tempat yang inovatif sering kali menjadi sorotan dan viral di media sosial. Ini

menciptakan tren di mana makanan dan tempat makan tertentu menjadi populer, bukan hanya karena kualitasnya, tetapi juga karena ulasan dan pembicaraan yang meluas di kalangan pengguna media sosial.

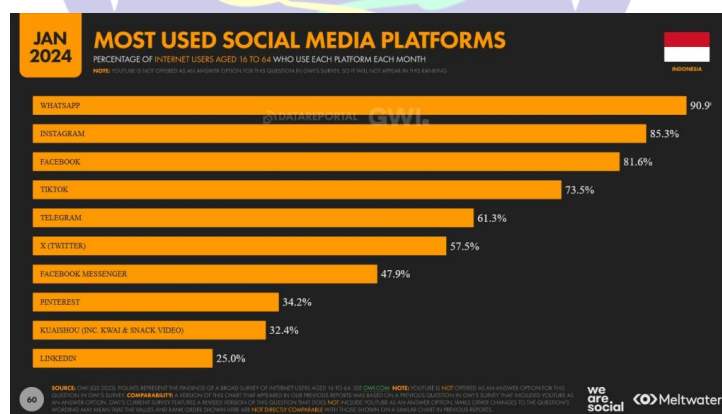
Pesatnya pertumbuhan internet dan penggunaan media sosial telah membawa banyak perubahan di berbagai bidang kehidupan manusia. Media online memainkan peran penting dalam memastikan masyarakat selalu mengetahui informasi faktual. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi melalui media online karena aksesnya yang sangat cepat dan mudah. Dengan berkembangnya internet, siapa pun kini dapat mencari beraneka macam informasi darimanapun serta kapan saja. Karena kecepatan dan aksesibilitasnya, banyak orang saat ini lebih memilih menggunakan media online untuk mendapatkan informasi terbaru. Fungsi media online adalah menyebarkan informasi baik berupa berita maupun informasi lainnya. Dalam bahasa media online harus benar-benar mengikuti kaidah bahasa Indonesia, dan harus memperhatikan setiap kalimatnya, baik maknanya maupun yang lain. Instagram adalah salah satu contohnya. Instagram adalah salah satu platform jejaring sosial yang paling banyak digunakan, terutama di kalangan anak muda.

Instagram adalah platform aplikasi media digital yang ramah untuk perangkat mobile yang dapat dilihat dan diunduh melalui internet. Instagram juga menjadi media sosial yang populer di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Negara kita Indonesia juga mempunyai jutaan pengguna dari berbagai jenis media sosial termasuk Instagram.



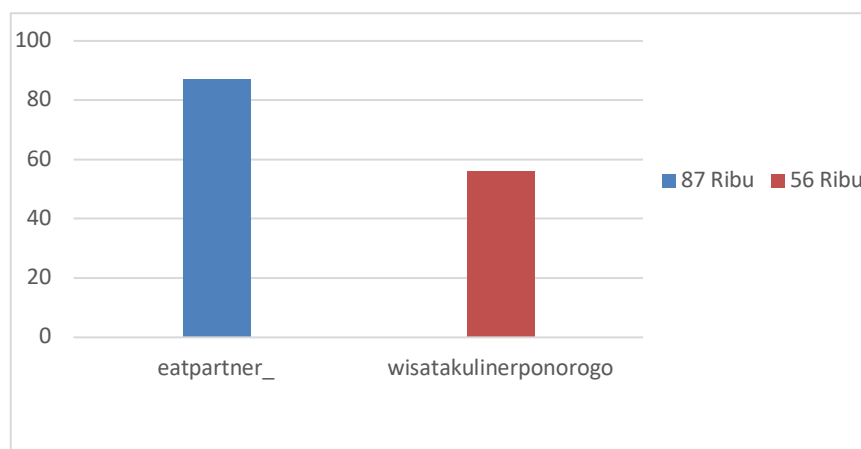
Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Dan Media sosial di Indonesia Tahun 2024

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pengguna internet dan media sosial yang sangat pesat. Menurut data Hootsuite (We Are Social) dalam Indonesian Digital Report 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 tercatat mencapai 276,4 juta orang, dengan pengguna media sosial yang diperkirakan mencapai 167 juta orang. Di antara platform media sosial, Instagram menempati posisi kedua dengan angka 85,3% dari total pengguna media sosial di Indonesia, menunjukkan betapa pentingnya platform ini dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.



Gambar 1. 2 Data Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024

Berdasarkan data diatas penggunaan media sosial di Indonesia tertinggi yaitu pengguna *WhatsApp* dengan angka 90,9%, kemudian *Instagram* dengan angka 85,3% dari jumlah pengguna, kemudian yang ketiga *Facebook* dengan angka 81,6% dan yang keempat *Tiktok* dengan angka 73,5%. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat diperlukan di zaman sekarang ini. Dikutip dari atrikel (Fani Syaifillah, 2023).



Tabel 1 Akun Instagram Kuliner Sejenis

Sumber: Instagram @eatpartner\_, @wisatakulinerponorogo 2024

Berdasarkan Tabel diatas ada 2 akun Instagram yang menginformasikan seputar kuliner di Kabupaten Ponorogo dan peneliti memilih akun Instagram @eatpartner\_ karena akun tersebut akun yang banyak di ikuti oleh masyarakat dan aktif dalam menyebarkan informasi kuliner di Kota Ponorogo. Akun ini cukup aktif dalam menyampaikan informasi kuliner dengan memiliki 87 ribu follower yang setiap harinya bertambah, sehingga menjadi sumber informasi tentang kuliner bagi masyarakat Ponorogo ataupun luar Ponorogo.

Ponorogo, sebagai salah satu daerah di Jawa Timur, memiliki kekayaan kuliner yang unik dan menarik. Kuliner khas Ponorogo, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan pecinta kuliner. Namun, dengan banyaknya informasi yang tersebar di media sosial, diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami bagaimana respon netizen terhadap postingan-postingan tentang kuliner Ponorogo.

Komentar-komentar netizen di akun Instagram @eatpartner\_ telah menjadi salah satu pendorong utama dalam perkembangan kuliner di Ponorogo, membentuk tren dan mempengaruhi minat publik terhadap sajian lokal. Analisis komentar netizen pada postingan Instagram dapat memberikan wawasan penting mengenai persepsi dan preferensi masyarakat terhadap kuliner Ponorogo. Komentar-komentar ini mencerminkan opini publik, yang dapat digunakan oleh pelaku usaha kuliner, pemerintah daerah, dan pihak-pihak terkait untuk meningkatkan kualitas dan mengenalkan kuliner Ponorogo.

Pentingnya penelitian bertujuan untuk menganalisis dan memahami pola komentar, serta topik-topik yang paling banyak dibicarakan oleh netizen Pada periode Januari- Mei 2024 dan memilih 12 postingan untuk diteliti dan dianalisis, karena jumlah like dan komen pada postingan ini lebih banyak dari postingan yang lainnya. Berdasarkan hal itulah peneliti tertarik membuat skripsi yang berjudul ***“ANALISIS KOMENTAR NETIZEN PADA POSTINGAN TENTANG KULINER PONOROGO DI @EATPARTNER\_ (PERIODE JANUARI - MEI 2024)”***.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas menjadi dasar rumusan masalah yang akan dikaji, yaitu:

1. Bagaimana analisis komentar netizen di @eatpartner\_ pada postingan kuliner di Ponorogo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana analisis komentar netizen di @eatpartner\_ pada postingan kuliner di Ponorogo.

## **D. Batasan Masalah**

Penulis memilih objek penelitian akun Instagram @eatpartner\_ sebagai sumber informasi kuliner. Untuk waktu pengamatan peneliti mengambil jangka waktu 5 bulan, yaitu bulan Januari sampai Mei 2024.

## E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap bahwa akan memberikan manfaat setelah menyelesaikan penelitian, yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat membantu pemikiran ilmiah dalam pengembangan ilmu komunikasi dalam program jurnalistik, terkhususnya mengenai bentuk interaksi sosial dan integrasi sosial netizen di Instagram @eatpartner\_ terhadap penerapan jalan satu arah di wilayah Ponorogo periode Januari - Mei 2024.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai Instagram, Teori New Media dan Analisis komentar netizen.

