

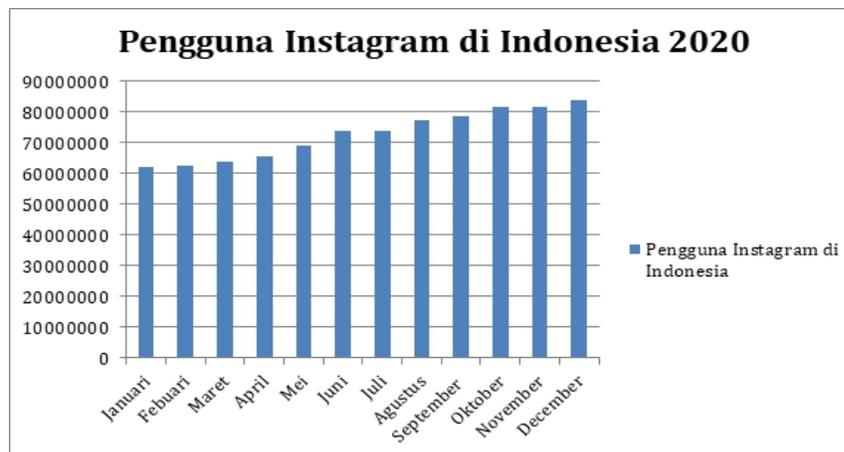
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi, komunikasi dan internet dengan cepat di era globalisasi ini menjadi penyebab perubahan kultur dalam konsumsi media terutama media sosial terhadap kehidupan manusia, saat ini media sosial menjadi media yang digunakan untuk melakukan sebuah komunikasi ataupun menjalankan sebuah bisnis, pelaku bisnis menggunakan media sosial sebagai alat untuk penopang keperluan pemasaran sebuah produk.

Media sosial dimanfaatkan oleh pelaku bisnis seperti memasarkan, mengenalkan dan memberikan sebuah informasi dengan bentuk dalam sebuah teks, gambar ataupun dalam bentuk video terhadap *user* media sosial lainnya terkait dengan produk maupun merk yang dijual oleh pelaku bisnis tersebut.



Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia 2020

(Sumber : <https://napoleoncat.com> diakses pada 14 Januari 2021 15:00)

Berdasarkan data dari NapoleonCat pengguna media Instagram di Indonesia terus meningkat pada setiap bulan pada Tahun 2020, dari yang awal bulan Januari pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 62,2 juta jiwa sampai meningkat hingga bulan Desember 2020 sebanyak 83,7 juta jiwa.

Hal ini membuktikan bahwa setiap bulannya ada pengguna baru yang menggunakan media Instagram sehingga media Instagram banyak digunakan untuk berbagi sebuah informasi baik dalam bentuk teks, gambar ataupun bentuk video.

Instagram merupakan platform berbagi foto dan video dengan cara upload dan dapat mengambil gambar serta video dengan menggunakan filter digital yang disediakan oleh Instagram, dan dapat mengubah tampilan efek pada foto dan dapat langsung di upload ke akun Instagram milik pribadi (Atmoko, 2012:28).

Di era teknologi yang sudah semakin berkembang pesat, media Instagram merupakan platform media yang efektif dalam melakukan promosi penjualan, karena para marketing lebih banyak menjualnya melalui platform media sosial ini dan menurut para marketing media sosial Instagram sangat banyak penggunaannya, dengan cara marketing memasarkan produknya di media sosial Instagram merupakan langkah yang tepat dalam melakukan sebuah pemasaran barang atau jasa.

Selain itu para marketing banyak memanfaatkan media Instagram untuk mempromosikan usaha yang akan mereka jual, dan juga dapat mengenalkan makanan khas dari daerah Cilacap yang dimana jarang diketahui oleh banyak orang. Dengan menggunakan platform Instagram, para marketing dapat mengunggah foto, video dan maps dari tempat kuliner daerah Cilacap dengan mudah, namun pada kenyataannya masyarakat Cilacap masih banyak yang belum mendapatkannya melalui media Instagram.

Cilacap adalah sebuah kabupaten terluas yang terletak di Provinsi Jawa Tengah yang terkenal dengan berbagai objek wisata yang indah dan budaya, namun bukan hanya itu yang terdapat di Kabupaten Cilacap, ada pun kuliner khas Cilacap dan sangat beragam seperti brekecek (ikan kuah kuning), sate martawi, walangan, keripik sukun, gembus, jipang, kerupuk tenggiri dan makanan khas lainnya. (Sumber : <https://www.idntimes.com> diakses pada 14 Januari 2021 15:20).



Gambar 1.2 Media Instagram @kulinercilacap

(Sumber : www.Instagram.com/kulinercilacap diakses pada 14 Januari 2021 16:02)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dijelaskan sebuah akun kuliner yang memanfaatkan instagram untuk mengenalkan kuliner yang ada di daerah Cilacap yaitu akun instagram dengan nama @kulinercilacap yang cukup dikenal oleh para khalayak yang cinta dengan kuliner, akun instagram @kulinercilacap dibentuk sejak tahun 2017 yang dimana akun tersebut memiliki tujuan untuk mempromosikan kuliner yang ada di Cilacap dengan membagikan informasi mengenai tempat kuliner yang berada di Cilacap. Akun @kulinercilacap memiliki follower yang berjumlah 34.600 dan jumlah postingan sebanyak 1.056.

Hal ini menunjukkan bahwa akun instagram @kulinercilacap sebagai akun yang dipercaya dan yang paling banyak dikunjungi oleh para pengguna Instagram yang ingin mengetahui kuliner apa saja yang berada di Kabupaten Cilacap, selain itu akun @kulinercilacap juga memberikan cara memasak makanan dalam bentuk video, sebagai berikut.



Gambar 1.3 Konten Makanan Paling Laris di Instagram @kulinercilacap

(Sumber : www.Instagram.com/kulinercilacap diakses pada 14 Januari 2021 16:12)

Gambar diatas merupakan gambar dari screenshot video pada akun instagram @kulinercilacap yang memberikan informasi makanan yang paling laris di Cilacap dan

juga di dalam video tersebut tercantum letak lokasi dimana minuman tersebut berada. Dengan adanya hal tersebut tentu saja sangat memudahkan masyarakat untuk mengetahui letak makanan tersebut.



Gambar 1.4 Konten Memasak di Instagram @kulinercilacap

(Sumber : www.Instagram.com/kulinercilacap diakses pada 14 Januari 2021 16:20)

Selain itu akun Instagram @kulinercilacap memberikan informasi cara memasak dirumah dan juga terdapat resep dari pembuatan makanan tersebut. Gambar diatas merupakan hasil screenshot dari akun instagram @kulinercilacap.



Gambar 1.5 Media Instagram @kulinerkroyacilacap

(Sumber: www.Instagram.com/kulinerkroyacilacap diakses pada 14 Januari 2021 16:30)



Gambar 1.6 Media Instagram @kulinercilacap.hits

(Sumber: www.Instagram.com/kulinercilacap.hits diakses pada 14 Januari 2021 16:42)

Pada gambar diatas, terdapat akun Instagram yang berisikan kuliner yang ada di Cilacap, akun Instagram @kulinerkroyacilacap memiliki followers sebanyak 1.110 sedangkan akun Instagram @kulinercilacap.hits hanya memiliki 243 followers terlihat bahwa jumlah followers akun pada @kulinercilacap memasuki peringkat pertama dari ketiga akun diatas.

Maka dari itu peneliti memilih akun @kulinercilacap sebagai objek penelitian mengenai pengaruh media Instagram terhadap keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi dari latar belakang, maka dari itu penulis merumuskan seberapa besar pengaruh media Instagram @kulinercilacap terhadap keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui variabel dalam Instagram mana saja yang mempengaruhi keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media Instagram mempengaruhi keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dibuatnya penelitian ini, penulis memiliki keinginan dari penelitian ini dapat digunakan dengan baik secara aspek teoritis dan secara aspek praktis.

a. Manfaat Teoritis

Setelah penelitian ini membuahkan hasil peneliti mengharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk memperbanyak wawasan dan memperbanyak ilmu terutama dalam bidang pengaruh penggunaan media Instagram @kulinercilacap terhadap keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap.

b. Manfaat praktis

Setelah penelitian ini membuahkan hasil peneliti mengharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan masukan bagi akun Instagram @kulinercilacap untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media Instagram yang dilakukan terhadap keputusan pembelian kuliner oleh masyarakat di Kota Cilacap. Dan dapat dijadikan perbandingan serta menjadi referensi bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang sejenis mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram mengenai peningkatan jumlah pembelian kuliner.