



## Penggunaan Media Sosial Instagram @Makanansmr Sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda

Yunita Sari<sup>1</sup>, Kadek Dristiana Dwivayani<sup>2</sup>, Annisa Wahyuni Arsyad<sup>3</sup>,  
Silviana Purwanti<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Mulawarman

---

### Abstract

Received: 28 April 2024  
Revised : 08 Mei 2024  
Accepted: 12 Mei 2024

*The research titled "Utilizing the Instagram Account @makanansmr as a Culinary Information Platform for Samarinda City" aims to investigate how the owners of the @makanansmr Instagram account and their followers utilize the account as a source of culinary information in Samarinda. Media users actively employ media to fulfil their needs, and the motives behind their media usage play a significant role in comprehending the relationship between users and the media they engage with. In this study, Uses and Gratification theory was applied, with a specific focus on three motives that drive social media use: information, educational, and entertainment motives. This research employs a qualitative approach with a descriptive methodology. The findings reveal that the @makanansmr account serves as an effective conduit for culinary information due to the presence of information, educational and entertainment motives. Beyond serving as a culinary information in making informed decisions about visiting recommended establishments.*

**Keywords:** Social Media, Instagram, Information Media, Culinary

(\*) Corresponding Author: [yunitaa1234@gmail.com](mailto:yunitaa1234@gmail.com)

**How to Cite:** Sari, Y., Dwivayani, K. D., Arsyad, A. W., & Purwanti, S. (2024). Penggunaan Media Sosial Instagram @Makanansmr Sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11183670>

---

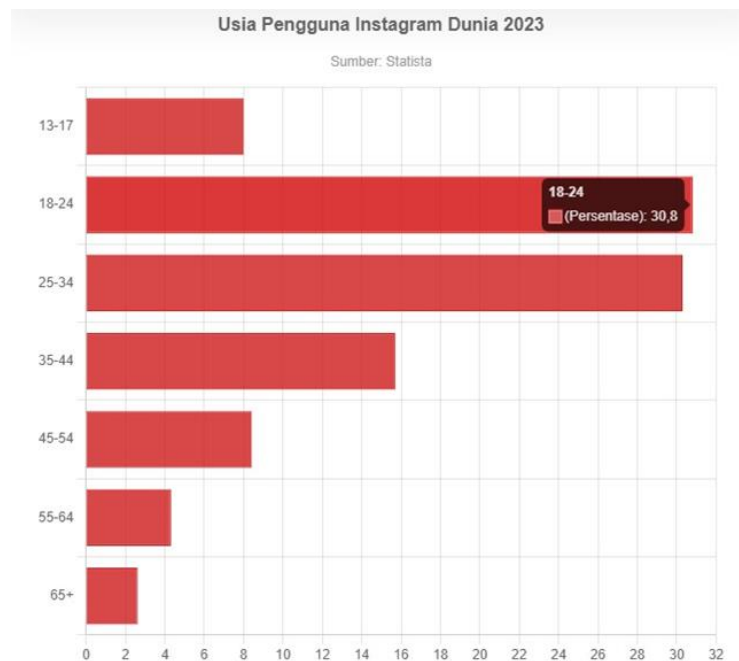
## PENDAHULUAN

Munculnya internet sebagai kemajuan teknologi telah menandai kuatnya perkembangan komunikasi manusia melalui kelahiran media. Sebagai sarana, hasil dalam kehidupan sehari-hari masyarakat difasilitasi untuk mendapatkan informasi dan melakukan kegiatan komunikasi. Kehadiran internet sebagai media baru dalam komunikasi ini berperan sebagai penyebar informasi dengan mudah dan cepat kepada publik. Penggunaan internet digunakan oleh pengguna untuk banyak kegiatan, seperti pencarian hiburan, pencarian informasi, bisnis dan kegiatan lainnya. Didapatkan data dari laporan We Are Social, pengguna internet di Indonesia per-Januari 2023 sebesar 212,9 juta orang.

Media sosial mudah diakses untuk mendapatkan informasi dari seluruh dunia hanya dengan membuka *smartphone* yang kita miliki. Media sosial adalah platform sosial yang tersedia di internet, yang dapat digunakan untuk mengekspresikan diri dan juga berinteraksi, bekerja sama satu sama lain atau menjalin komunikasi dengan pengguna lain secara jarak jauh (Nasrullah dalam Puspitarini dan Nuraeni, 2019).

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Hasil data yang diperoleh dari dataindonesia.id, dengan 89,15 juta pengguna aktif per-Januari 2023, Indonesia menempati posisi keempat.

Angka ini menempatkan Indonesia di urutan keempat dunia, di belakang India, Amerika Serikat, dan Brasil. Mayoritas pengguna Instagram pada tahun 2023 30,8 %, sebagian besar adalah remaja dan dewasa muda berusia 18-24 tahun (Goodstats, 2023).



**Gambar 1.** Pengguna Instagram berdasarkan rentang usia tahun 2023

Pengguna aktif Instagram di Indonesia kebanyakan memanfaatkan fitur yang tersedia di Instagram untuk membagikan informasi atau sekedar memamerkan kehadiran mereka di media sosial. Instagram memiliki fitur yang membuatnya mudah digunakan untuk berbagi aktivitas sehari-hari yang terkait dengan pengguna lain atau memposting informasi. Kemudahan penggunaan aplikasi Instagram mendorong pengguna untuk menggunakannya sebagai sumber informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Beberapa akun Instagram saat ini menggunakan akunnya untuk memberikan informasi kepada pengikutnya, sebagai contoh akun edukasi memasak, akun kesehatan, akun kuliner dan akun yang mengangkat topik seperti pendidikan, informasi pemerintahan, olahraga. Akun yang memberikan informasi tentang beberapa faktor ini sangat populer di kalangan pengguna Instagram Indonesia karena keragaman konten dan menjadi sumber referensi bagi masyarakat untuk mencari informasi terbaru.

Terdapat salah satu akun Instagram yang aktif memberikan informasi terkait kuliner di kota Samarinda yaitu akun @makanansmr. Akun tersebut memberikan informasi lengkap mengenai restoran, warung makan, cafe, dan UMKM di bidang kuliner yang dapat dijadikan sebagai panduan kuliner bagi masyarakat Samarinda atau luar Samarinda.

Kegiatan yang dilakukan akun @makanansmr membantu pengikut atau pengguna Instagram lainnya dengan mudah memilih dan menemukan informasi mengenai makanan atau minuman yang menarik dan populer saat ini.

Informasi yang didapatkan dari @makanansmr kemudian digunakan sebagai basis referensi yang menjadikan akun tersebut sebagai sumber terpercaya dan untuk mempertimbangkan berbagai alternatif sebelum melakukan pembelian.

Di kota Samarinda juga memiliki akun lain yang juga membagikan informasi mengenai kuliner yaitu, @smrfoodies dan @foodxism. Dari tabel diatas dapat dilihat akun @makanansmr terbentuk pada tahun 2018, walaupun termasuk akun yang baru dibuat tetapi akun @makanansmr mendapatkan jumlah pengikut tertinggi dan juga *engagement rate* yang diatas rata-rata. Hal tersebut menandakan bahwa akun @makanansmr aktif dalam merespon dan berinteraksi dengan pengikutnya.

**Tabel 1.1** Tiga akun foodies yang ada di Samarinda

<b>Nama Akun</b>	<b>Tahun Terbentuk</b>	<b>Jumlah Pengikut</b>	<b>Engagement Rate</b>	<b>Ranges</b>
@smrfoodies	2015	107,271	1,36%	1,7%
@foodxism	2017	7,403	2,74%	4%
@makanansmr	2018	110,145	1,91%	1,7%

Sumber: hasil olahan peneliti per 05 Juli 2023

Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* untuk mengetahui penggunaan media sosial Instagram @makanansmr sebagai media informasi kuliner. Dari teori ini, akan diketahui alasan penggunaan dan tingkat kepuasan saat menggunakan akun @makanansmr sebagai penyedia informasi kuliner di kota Samarinda. Penelitian ini mengangkat judul **“Penggunaan Media Sosial Instagram @makanansmr sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda”** berdasarkan penjelasan diatas.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan tujuan mendapatkan informasi yang dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Penelitian ini memfokuskan pada tiga (3) motif yang mendorong khalayak menggunakan media yang dikemukakan Siregar dan Pasaribu yang termasuk dalam teori *Uses and Gratification*. Adapun sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber kedua seperti buku, naskah penelitian, atau internet. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik analisis data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Penggunaan Media Sosial Instagram @makanansmr Berdasarkan 3 Motif**

Penelitian ini memfokuskan pada 3 motif penggunaan media oleh Ashadi dan Pasaribu dalam teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui tujuan dari

penggunaan media sosial Instagram @makanansmr sebagai media penyedia informasi kuliner kota Samarinda. Motif dapat mempengaruhi bagaimana seseorang menggunakan media, motif yang dimaksud yaitu motif informasi, motif pendidikan dan motif hiburan. Setelah mengetahui motif dari penggunaan media maka dapat memberikan wawasan tentang kebutuhan dan harapan individu dari media tertentu, sehingga dapat membantu dalam mengembangkan media yang lebih memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut oleh pengguna.

Motif informasi adalah penggunaan media yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini, motif informasi ialah penggunaan akun @makanansmr untuk mendapatkan informasi kuliner di kota Samarinda. Penggunaan akun @makanansmr sebagai penyedia informasi kuliner menunjukkan bahwa pemilik akun menggunakan akun Instagram @makanansmr memiliki motif informasi. Penggunaan akun Instagram @makanansmr juga digunakan oleh pengikut untuk selalu *update* akun kuliner di Samarinda. Hal ini juga didukung oleh pemilik akun yang secara teratur mengunggah konten kuliner pada akun @makanansmr.

Akun @makanansmr kini dijadikan oleh pengikutnya sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan karena dapat memberikan solusi saat ingin mencari kuliner. Hadirnya akun seperti @makanansmr ini membantu pengguna dalam mencari dan menemukan informasi kuliner yang harus dicoba dari hasil rekomendasi pemilik akun. Maka dapat dikatakan, motif informasi berpengaruh dalam penggunaan media karena mendorong pengguna untuk mencari informasi melalui media tertentu, media yang dimaksud disini yaitu akun Instagram @makanansmr.

Motif pendidikan pada penggunaan media sosial @makanansmr didapatkan dari unggahan konten yang dapat meningkatkan penampilan dalam interaksi sosial. Pemilik akun Instagram @makanansmr memanfaatkannya untuk membagikan informasi yang dapat membantu *followers* atau pengikutnya meningkatkan penampilan dalam pergaulan sosial. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengunggah konten tutorial cara memesan makanan atau minuman di tempat baru yang belum pernah dikunjungi oleh masyarakat Samarinda. Hal ini bertujuan agar para pengikutnya tidak kebingungan saat ingin mengunjungi tempat tersebut.

Penggunaan akun Instagram @makanansmr juga memiliki motif hiburan, dikatakan memiliki motif hiburan jika penggunaan media digunakan untuk mencari informasi yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan pribadi. Motif hiburan yang terdapat pada akun @makanansmr yaitu digunakannya akun tersebut untuk memanfaatkan waktu luang dengan berinteraksi antara sesama pengikut dan juga pemilik akun. Penyampaian informasi pada akun @makanansmr yang dikemas dengan bahasa yang santai dan terkesan ramah juga menjadi salah satu alasan akun ini memiliki motif hiburan.

### **Penggunaan dan Kepuasan Media Sosial Instagram @makanansmr sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda**

Penelitian terkini dalam *Uses and Gratification* (penggunaan dan kepuasan) tidak hanya berkaitan dengan motivasi sebagai variabel independen yang sama, yaitu individu menggunakan media karena motif tertentu. Namun, penelitian ini juga menggali apakah audiens puas dengan media yang mereka gunakan atau dapat dikatakan, sejauh mana kepuasan audiens setelah menggunakan media tersebut.

Konsep pengukuran kepuasan ini dikenal dengan istilah *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). GS mengacu pada kepuasan yang dicari atau diinginkan saat mengonsumsi jenis media tertentu, sedangkan GO menggambarkan kepuasan yang sebenarnya diperoleh oleh individu setelah menggunakan media tersebut (Kriyantono, 2020).

Kesimpulan dari wawancara dengan keempat informan pendukung menunjukkan bahwa mereka mencari kepuasan atau *gratification sought* melalui penggunaan akun @makanansmr, dengan tujuan mencari informasi kuliner di Samarinda yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk berkumpul dan bersantai bersama teman atau keluarga. Hasilnya, mereka berhasil meraih *gratification obtained* atau kepuasan yang diharapkan dengan mendapatkan referensi kuliner yang sesuai melalui akun @makanansmr. Akun ini menjadi solusi utama bagi mereka dalam pencarian kuliner di Samarinda.

Dengan membandingkan *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO), dapat disimpulkan bahwa semua informan merasa puas dengan penggunaan akun @makanansmr sebagai sumber informasi kuliner. Hal ini mencerminkan kesesuaian yang kuat antara apa yang mereka cari dan apa yang mereka dapatkan.

### **Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi Kuliner**

Dengan segala keunggulan yang dimilikinya, penggunaan media sosial bisa memberikan sejumlah keuntungan bagi para penggunanya. Meskipun demikian, penggunaan media sosial harus dilakukan secara bijak dan etis untuk menghindari dampak negatif bagi diri sendiri dan orang lain (Rohmadi, 2016).

Media informasi berperan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun informasi agar berguna bagi para penerima informasi. Orang dapat memperoleh informasi dan berinteraksi satu sama lain melalui media informasi (Jogiyanto dalam Sasmita, 2015).

Menurut definisi tersebut, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengikut akun @makanansmr memperoleh manfaat dari informasi kuliner tentang Samarinda yang diunggah dengan visualisasi menarik. Mereka tidak hanya sekedar memperoleh informasi, tetapi juga mengunjungi tempat-tempat yang direkomendasikan oleh akun tersebut setelah melihat postingannya. Selain itu, mereka juga berbagi informasi tersebut kepada teman atau keluarga mereka.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa akun @makanansmr, sebagai media informasi kuliner, memberikan manfaat sebagaimana yang dijelaskan oleh Sutanta dalam Judhita (2017), yaitu meningkatkan wawasan penerima informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

### **KESIMPULAN**

Penggunaan akun Instagram @makanansmr sebagai sarana informasi kuliner di Samarinda sesuai dengan temuan dalam penelitian yang mendasarkan pada teori *uses and gratification*. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis motif yang mendasari penggunaan akun @makanansmr pada media sosial. Dari hasil penelitian tersebut, teridentifikasi tiga motif penggunaan media sosial, yaitu motif informasi, motif pendidikan, dan motif hiburan. Pada akhirnya, kepuasan yang diperoleh melalui pemanfaatan akun @makanansmr sebagai sumber informasi

kuliner di Samarinda tercermin dalam manfaat yang dirasakan pengikutnya yaitu merasa terbantu dengan adanya akun tersebut.

#### **CONFLICT OF INTEREST**

Concerning the research, authorship, and publication of this paper, the author(s) reported no potential conflicts of interest.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Kadek Dristiana Dwivayani, S.Sos., M.Med.Kom selaku pembimbing yang telah membimbing dengan sabar dan mengarahkan penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Selanjutnya, Saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Annisa Wahyuni Arsyad, S.IP., MM selaku dosen penguji I dan Ibu Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M. Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan banyak masukan dan saran dalam penyempurnaan skripsi ini.

#### **REFERENSI**

- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas, Vol. 3 No. 1* 2018.
- Billah, Suhar & Muyasaroh, S. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @jakulpandaan Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner di Pasuruan. *Jurnal Socia Logica, Vol.3, No. 2* 2023.
- Dr. Humaizi, M. A. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Juditha, Christiany. (2017). Akses Pencarian dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi dan Informatika oleh Masyarakat di Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, Vol. 21 No. 1*.
- Kriyantono, Rachmat. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Jakarta : K E N C A N A PRENADAMEDIA GROUP.
- Nur, Alya, & Tutisari, R. P. (2022). Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, Vol. 8, No. 2, hlm 871-884*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common, 3*(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023*. (n.d.). Retrieved March 11, 2023, from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>
- Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. (n.d.). Retrieved March 11, 2023, from <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023*. *data.goodstats.id*. Retrieved September 23, 2023, from

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>

- Rohmadi, Arif. (2016). *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Rickyawan, Angga. (2020). Pemanfaatan Akun Instagram @jktfoodbang Sebagai Media Penyampaian Pesan Tentang Kuliner di Jakarta. *PANTAREI, Vol. 4 No. 03 2020*.
- Safira, N. W, & Zuran, I. (2022). Pengaruh Terpaan Media Instagram @pekanbarukuliner Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 11, No. 2, Hal 77-85*.
- Sasmita, Gian Gusli. (2015). A Design of Media Information of Bus in Purwokerto Android Based. *Bachelor Thesis*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.