

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana peneliti ingin menggunakan judul “Kepuasan Ibu Rumah Tangga Dalam Mengakses Instagram @resepmasakanibuu” sebagai judulnya. Salah satu teori yang sering diterapkan dalam penelitian penggunaan media adalah U&G yang menggabungkan GS dan GO, menurut buku *Communication Research Techniques*, Palmgreen (1985) karya Kriyantono. Teori ini mengkaji bagaimana khalayak berinteraksi dengan media. Banyak perkembangan telah dilakukan terhadap teori yang awalnya dirumuskan oleh Kazt dan Gurevic, khususnya yang berkaitan dengan gagasan gratifikasi.

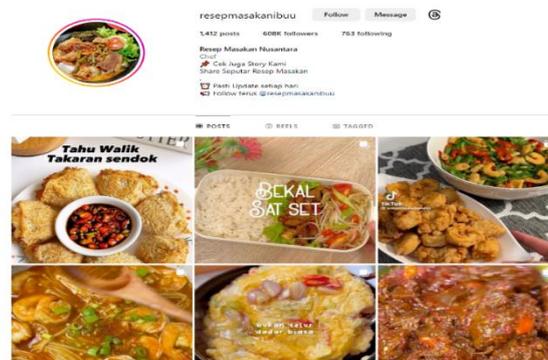
Gratification Sought sebagai motif meng-konsumsi media. Namun, rasa kepuasan sebenarnya yang dialami seseorang setelah mengonsumsi jenis media tertentu dikenal sebagai Gratification Obtained. Untuk motif biasa dikatakan pengguna yang memiliki motif informasi, motif Identitas biasa dikatakan pengguna yang memiliki motif identitas pribadi, Motif untuk interaksi dan integrasi umumnya dikatakan bahwa pengguna memiliki motif hiburan ketika ingin lepas dari masalah, namun, jika mereka ingin mempelajari lebih lanjut tentang empati sosial dan motif hiburan.

Kepuasan sendiri untuk bisa di katakana kepuasan ketika memiliki kepuasan informasi, apabila dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, kepuasan informasi apabila dapat mengetahui berbagai

peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, kepuasan identitas pribadi apabila dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri, kepuasan integrasi dan interaksi apabila memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial dan kepuasan hiburan apabila dapat melepaskan diri dari permasalahan.

Berdasarkan gap atau jarak antara hasil GS dan GO, kepuasan penonton dapat diamati. Dengan kata lain, kesenjangan kepuasan antara skor GS dan GO setelah mengonsumsi media tertentu disebut dengan kesenjangan kepuasan (gratification discrepancy). (Kriyantono, 2006) Peneliti ingin membahas tentang kepuasan ibu rumah tangga sebagai audiens yang mengolahnya di media sosial Instagram dalam penelitian kali ini. Mengapa peneliti memilih @resepmasakanibuu di karenakan akun tersebut lebih terpercaya dibandingkan akun yang sejenis lainnya dari segi followers, dengan jumlah follower 798.000 Followers, dibandingkan akun sejenis yang lainnya di mulai dari @resepmasakanharian yang berjumlah 347.000 Followers, @resep.menu.masakan yang berjumlah 110.000 Followers, dan @idemasakharianku yang berjumlah 221.000 Followers.

Gambar I.1. Akun Instagram @resepmasakanibuu



Sumber: Instagram

Lalu yang membuat beda akun @resepmasakanibuu adalah di ambil dengan kualitas video yang bagus dan lebih tertata rapi di bandingkan dengan yang lain. Dengan kemampuan dan kekonsistensian akun tersebut dalam membuat resepnya sendiri, akan tetapi lambat laun akun tersebut hanya menjadi konten *re-uploader* dari video-video pembuat konten lainnya hanya dengan memberikan sumber yang tertera pada video. Di sini peneliti ingin mengetahui apakah dengan akun tersebut mengalami perubahan yang berdampak signifikan dengan para *followers* yang terus bertambah dari akun @resepmasakanibuu dalam menerima sebuah pesan dari akun tersebut, atau tidak mengalami perubahan yang signifikan. Audiens secara aktif memilih dan menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti ketika mereka membutuhkan hiburan, dan ada media tertentu yang dapat memuaskan pengguna tersebut. (Rivaldi et al., 2021).

Boyd menjelaskan media sosial adalah software atau perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk terhubung, membagi, berinteraksi dan, dalam situasi tertentu, bekerja sama atau bersenang-senang bersama. Media sosial memiliki kekuatan konten buatan pengguna, di mana orang, bukan editor, seperti di lembaga media massa tradisional, dapat membuat konten. Informasi diatur dalam satu sistem di media sosial. Informasi sekarang menjadi komponen kunci dari media sosial. Karena pengguna media sosial membangun representasi identitasnya, membuat konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi yang tersedia, tidak seperti pengguna media online lainnya. Media sosial lebih banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi karena kemampuannya dalam memberikan informasi terkini (Miranda, 2017).

Informasi menjadi sangat penting dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Karena belajar tentang manusia akan memungkinkan seseorang untuk belajar tentang hal-hal yang dapat membantu manusia memahami satu sama lain. Informasi disediakan oleh berbagai media, termasuk radio, televisi, surat kabar, dan sumber online. Informasi yang mencakup aspek gaya hidup, olahraga, ekonomi, dan hiburan, antara lain. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi saat ini membuat proses komunikasi menjadi mudah dan lancar (Misnawati, 2020).

Media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknik penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur (Prihatiningsih, 2017). Sosial Media didefinisikan secara berbeda lintas disiplin termasuk hubungan masyarakat, ilmu informasi, dan media massa serta dalam bidang komunikasi. Media sosial biasanya didefinisikan sebagai platform digital yang memberikan penekanan kuat pada keterlibatan pengguna. Waktu, lebih sedikit anonimitas, perasaan keintiman, respons cepat, dan fleksibilitas untuk menggunakan jejaring sosial kapan pun nyaman bagi setiap anggota individu.

Media online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten (Herlanti, 2014, p.32). Terdapat berbagai macam media sosial contohnya antara lain blog, jejaring sosial, wiki, forum dan youtube sebagai media sosial. Media sosial memiliki sifat berbagi dan kolaboratif, menghasilkan interaksi dan umpan balik. Media sosial yang populer di Indonesia antara lain Instagram, Facebook dan Youtube. Seperti yang kita ketahui bersama,

perusahaan sekarang memiliki media sosial sendiri, yang digunakan sebagai media promosi dan publikasi.

Beberapa media sosial yang terkenal adalah Facebook yang merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan seseorang untuk berinteraksi secara tatap muka dengan orang lain dalam suatu komunitas (grup Facebook), online, tertulis atau multilog, Instagram. Youtube merupakan salah satu website video yang cukup terkenal dan dapat dijadikan sebagai tempat berkumpulnya para pecinta video online (Herlanti, 2014.p.35). Menurut (Prihatiningsih, 2017) Masyarakat yang dihadapkan pada berbagai media yang berisi informasi memiliki kebutuhan yang besar terhadap media sosial, sehingga banyak kebutuhan yang dapat dikemukakan.

Aplikasi berbagi foto bernama Instagram menggunakan filter digital untuk menyempurnakan foto sebelum diposting ke sejumlah platform media sosial. (Miranda, 2017). Kata “telegram” berasal dari kata “gram” yang digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain secara cepat. Fungsinya mirip dengan Instagram yang memungkinkan pengguna mengunggah foto melalui jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan cepat diterima. Instagram dibuat dengan menggabungkan kata "instan" dan "telegram" sebagai hasilnya.

Khalayak dapat melacak tagar atau orang lain di halaman penelusuran. Selain itu, Instagram dibuat untuk terhubung dengan platform platform media sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, dan lainnya, untuk memungkinkan pengguna mengirimkan foto ke platform tersebut dari Instagram.

(Miranda, 2017) mengklaim bahwa Instagram menawarkan sejumlah fitur kepada penggunanya. Yang pendukung Fitur pengikut adalah profil yang melacak aktivitas media sosial kita dan memposting pembaruan tentang apa yang kita posting di Instagram, mengunggah gambar untuk dibagikan dapat menggunakan fungsi ini untuk menambahkan gambar dan video ke akun Instagram Anda sehingga dapat diposting di jejaring sosial lainnya.

Terdapat keterangan foto (*caption*) Pengguna Instagram memposting gambar dan video, dan fitur *caption* memungkinkan mereka untuk menyebutkan atau DM atau *Direct Message* pengguna lain, lalu *mention*, arti dari mention adalah menyebutkan, Dengan menggunakan (@) dan nama akun yang mention, pengguna bisa mention pengguna lain di kolom komentar.

Instagram khususnya menggunakan hashtag untuk membuat gambar dan video lebih dikenal luas, sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan gambar dan video yang mereka cari. Geotag dan tempat Pengguna dapat memanfaatkan fungsi ini untuk menemukan di mana gambar dan video yang diunggah berada. Terdapat *like* Di Instagram, dapat memanfaatkan fitur "suka" untuk menunjukkan dukungan terhadap gambar dan video yang diunggah pengguna, lalu komentar (*comment*), pengguna dapat memberi kritikan dan saran mengenai konten yang sudah diberikan oleh konten *creator*.

Salah satu platform media sosial adalah Instagram, di mana kita dapat memilih siapa yang kita ajak untuk menjadi teman kita. (Prihatiningsih, 2017). Kebahagiaan internet, pemenuhan sosial dan emosional, pemenuhan informasi,

pemenuhan lingkungan, dan pemenuhan kebiasaan adalah contoh kepuasan. (Sondak, 2019).

Mereka yang tidak puas bisa langsung beralih ke perusahaan lain. Karena itu, perusahaan harus menyadari apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan layanan mereka serta faktor lain seperti kenyamanan pengguna, koneksi yang dipersonalisasi, elemen sosial interaktif di situs web mereka, dan lain lain. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Kriyantono. (dalam Yuwono et al., 2013) Dia menegaskan bahwa kesenjangan atau kesenjangan antara gratifikasi yang dicari dan gratifikasi yang diterima dalam teori kegunaan dan gratifikasi dapat digunakan untuk mengukur kebahagiaan pengguna dengan suatu media.

Seorang ibu rumah tangga adalah anggota kunci rumah tangga. Kita semua akrab dengan kata "ibu rumah tangga", tetapi kita belum pernah mendengar "bapak rumah tangga". karena ibu biasanya menangani semua pemeliharaan dan kebutuhan rumah tangga. Ibu menyediakan makanan dan minuman. Fakta bahwa wanita yang sudah menikah dan mengasuh anak menyiapkan makanannya sendiri, tanpa bantuan orang lain, adalah tandanya. (pembantu). Orang tua memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan anak-anak mereka dalam hal gizi, seperti ayah bekerja untuk mendukung keluarga dan perempuan menyiapkan makanan dan minuman untuk anak-anak.

Ibu rumah tangga kini bisa lebih mudah mendapatkan berbagai jenis informasi kuliner berkat platform media sosial bernama Instagram. Salah satunya adalah akun makanan @resepmasakanibuu yang memiliki 674.000 pengikut. Resep

Masakan Ibu yang kekinian dan lezat menjadi inspirasi bagi para pengikutnya, khususnya para wanita yang hobi memasak. Setiap harinya, @resepmasakanibuu memposting informasi resep masakan di Instagram. Detail resep yang diberikan di postingan oleh @resepmasakanibuu ini cukup lengkap. Misalnya jumlah yang harus dicampur saat membuat adonan yang baik dan benar. Informasi yang diberikan berupa pembuatan video tutorial yang di unggah di feed Instagram dan menunjukkan komunikasi non-verbal. Alat yang dipakai komunikasi non-verbal adalah tubuh. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan gerakan mata digunakan untuk menyampaikan ide dan emosi. (Samsinar, 2017).

Penelitian sebelumnya mengenai kepuasan member Instansantara Surabaya dalam memanfaatkan media sosial Instagram dilakukan oleh Teguh Husada Putra, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penelitian ini berfokus pada kepuasan pengguna Instagram, khususnya terhadap layanan yang diberikan program media sosial Instagram kepada anggota komunitas fotografi Instansantara Surabaya. Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya mengenai kepuasan follower terhadap konten akun Instagram @resepmasakanibuu, penelitian Teguh Husada Putra menggunakan Instagram dan akun @instansantarasurabaya, namun, penelitian sebelumnya tidak menggunakan online survei sebagai metodologinya.

Penelitian Theo Samuel, tentang mengamati kepuasan pengikut terhadap konten akun Instagram @Inijie. Selain itu, penulis juga mengacu pada penelitian sebelumnya, khususnya yang dilakukan oleh Helena Novita Widhiasanti dan Cinthya Ellida Dewidita, yang mengamati kepuasan pengikut kota Surabaya dan

penggunaan Idntimes.com, sebuah platform media online oleh remaja. Penelitian saat ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, penulis tertarik untuk mengetahui seberapa puaskah follower terhadap kemampuannya mencari resep masakan di Instagram @resepmasakanibuu untuk kebutuhan sehari-hari.

Karena teknologi komunikasi berkembang begitu pesat, maka penelitian mengenai kebahagiaan pengikut dengan konten akun Instagram @resepmasakanibuu menjadi hal yang penting. Dalam hal ini, konten mengacu pada konten akun Instagram, termasuk seluruh aspek unggahan Instagram serta keterlibatan atau interaksi antara penyedia konten dan pengikut. Indikator yang diperoleh dari penelitian kepuasan follower terhadap konten akun Instagram @resepmasakanibuu semoga dapat menjadi acuan bagi para pembuat konten di bidang food blogger lainnya di Instagram. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat eksplanatif. Untuk mengetahui kepuasan terhadap materi yang diminta oleh follower yang mengunjungi akun @resepmasakanibuu menggunakan GS (Gratification Sought), sedangkan kepuasan dapat diperoleh dengan menggunakan GO (Gratification Obtain). Pendekatan studi yang digunakan adalah survey secara online melalui kuesioner. Jika telah mengukur GS dan GO, baru akan mengetahui kepuasannya.

I.2 RUMUSAN MASALAH

Penulis mendefinisikan masalah sebagai berikut sesuai dengan topik yang ditentukan.:

Bagaimana kepuasan ibu rumah tangga dalam mengakses instagram

@resepmasakanibuu.

I.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui kepuasan ibu rumah tangga dalam mengakses Instagram, apakah pesan yang di terima dari ibu rumah tangga mudah di terima atau tidak di dalam akun Instagram @resepmasakanibuu.

I.4 BATASAN PENELITIAN

Objek Penelitian : Kepuasan ibu rumah tangga dalam mengakses Instagram

@resepmasakanibuu.

Subjek Peneltian : Ibu rumah tangga yang mengakses instagram

@resepmasakanibuu.

I.5 MANFAAT PENELITIAN

I.5.1 Manfaat Akademis :

Untuk memberi Ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Pengetahuan yang bermanfaat dan menjadi rujukan Mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kepuasan pencarian informasi dalam bidang resep masakan sehari-hari di rumah.

I.5.2 Manfaat Praktis :

Diharapkan bisa memberikan pengetahuan pada masyarakat mengenai Kepuasan Followers Dalam Pencarian Informasi resep masakan di Instagram @resepmasakanibuu.

I.6 METODE

Metode yang ingin dilakukan dalam penelitian ini adalah survei dengan cara membagikan kuesioner.