

Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial

Widia Widia¹, Mira Hasti Hasmira²

^{1,2}Universitas Negeri Padang

Email: widyasyativa@gmail.com, mirahasti@fis.unp.ac.id

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi. Teori yang digunakan dalam menganalisis penelitian ini adalah teori pendekatan perubahan sosial oleh William F. Ogburn. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian studi kasus dan teknik pemilihan informan *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara (mendalam) yang dilakukan secara tatap muka langsung dan studi dokumentasi. Keabsahan data yang dilakukan dengan triangulasi data. teknis analisis data yang dirujuk melalui pemikiran Miles dan Huberman yaitu: reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi meliputi: (1) berupa tergiurnya masyarakat dengan promosi berupa video, foto, testimoni, (2) banyaknya jumlah followers dari si akun jajanan tersebut, (3) efisiensi waktu, (4) efisiensi tenaga (mager), (5) merasa menjadi manusia modern, (6) kepuasan dalam memakan makanan yang *trend*.

Kata kunci: Masyarakat, Makanan, Media sosial, Perubahan, Teknologi

Abstract

This paper aims to describe the factors that cause changes in obtaining food due to the influence of information technology. The theory used in analyzing this research is the social change approach theory by William F. Ogburn. The research method used in this study is a qualitative approach with the type of case study research and purposive sampling informant selection techniques. In collecting data, it is done by means of observation, interviews (in-depth) which are conducted face to face and documentation study. The validity of the data was done by triangulating the data. technical data analysis referred to through the thoughts of Miles and Huberman, namely: data reduction, data presentation and conclusions. The results show that the factors that cause changes in obtaining food due to the influence of information technology include: (1) the temptation of the public with promotions in the form of videos, photos, testimonials, (2) the large number of followers of the snack accounts, (3) efficiency time, (4) energy efficiency (mager), (5) feeling like a modern human, (6) satisfaction in eating trendy foods.

Keywords: Change, Food, Social media, Society, Technology



Received: November 4, 2020

Revised: November 18, 2020

Available Online: November 19, 2020

Pendahuluan

Secara sosiologis teknologi memiliki makna yang lebih mendalam dari pada peralatan. Jika teknologi suatu kelompok mengalahkan perubahan, maka cara berpikir manusia juga akan mengalami perubahan (Martono, 2012). Di zaman modern saat ini perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat, pengguna internet pun semakin banyak. Sebagian besar dari kegiatan manusia memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi (Mahardhika, 2019). Perkembangan teknologi informasi memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi informasi, seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-education* dan lainnya (Gumilar, 2014). Masyarakat di era global mulai memanfaatkan internet sebagai sarana untuk mencari berbagai informasi (Pamungkas Aji, 2016). Masyarakat Indonesia mengikuti perubahan media, terutama media sosial berupa Instagram mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan zaman serta perilaku generasi muda untuk lebih memilih mengkonsumsi makanan *western food* dibandingkan makanan tradisional sehingga makin tergusurnya makanan tradisional (Gardjito, 2013). Makanan cepat saji (*fast food*) adalah makanan yang disajikan dengan cepat (Soviyati, 2019).

Media online adalah sarana promosi yang tepat (Fatchiya, 2017). Seperti pemilik akun @Jajanan Hitz Padang yang mempromosikan produknya makanannya melalui media sosial yang berupa Instagram, pemilik akun bisnis online menggunakan Instagram sebagai media promosi mereka dengan memanfaatkan beberapa fitur yang dimiliki Instagram seperti foto, video, *instastory* dan IGTV, Mudahnya cara penggunaan aplikasi Instagram membuat pengguna menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya (Ayutiani, 2018). Sehingga untuk mempromosikan produknya lebih efektif yang sekarang dibandingkan yang dahulu (Handika, 2018). Para pemilik akun memposting produk makanan dan minuman dengan varian, bentuk, rasa yang berbeda-beda setiap harinya agar para konsumen tidak bosan dengan makanan yang di posting setiap hari sehingga media sosial memberikan vasilitas untuk berbisnis bagi penggunanya (Dewi, 2019).

Perubahan sosial merupakan fenomena kehidupan yang dialami oleh setiap masyarakat dimanapun dan kapan pun. Apabila kita membandingkan kehidupan sekarang dengan beberapa tahun lalu pasti adanya perubahan-perubahan itu. Baik dalam cara bergaul cara berpakaian, dalam kegiatan ekonomi atau mata pencarian dan seterusnya. Semua yang kita rasakan itu dirasakan oleh orang orang atau masyarakat lain (Suwarsono, 1991).

Masyarakat dalam kehidupan pasti akan mengalami perubahan, penyebab perubahan sosial salah satunya adalah teknologi. Termasuk salah satu perubahan dalam masyarakat yaitu dalam cara memperoleh makanan, seperti zaman dahulu orang jika mau memakan sesuatu harus pergi membeli bahan-bahan makanan sendiri dan memasaknya. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju sekarang tidak perlu repot lagi untuk pergi dan memasak makanan, kita hanya tinggal memesan melalui aplikasi *Gofood*. Perubahan yang berjalan secara konstan terjadi karena memang terikat oleh waktu dan tempat. Akan tetapi karena sifatnya yang berkaitan satu sama lain, maka perubahan terlihat berlangsung terus .(Soekanto, 1990)

Seperti yang terjadi dengan keberadaan jajanan kuliner di Kota Padang menimbulkan perubahan dalam masyarakat. yaitu perubahan dalam cara memperoleh makanan. Dahulu ketika masyarakat ingin memakan Sesuatu pasti pergi kepasar untuk membeli bahan makanan dan memasak sendiri. Dengan adanya teknologi sekarang masyarakat tidak perlu lagi repot-repot untuk memasak, hanyal tinggal menyentuh layar *Handphone* dan memilih makanan apa yang diinginkan. Adanya media sosial maka para pelaku bisnis memanfaatkan keuntungan

dari adanya media sosial ini. Sekarang jika ingin memakan Sesuatu kita hanya tinggal memesan melalui *Gofood* tidak perlu repot-repot untuk memasak sendiri.

Metode Penelitian

Peneliti memilih meneliti Jajanan Hitz Padang yang berada di Kota Padang, yaitu di salah satu *outlet* Jajanan Hitz yang berada di Jalan Doktor Wahidin kecamatan Padang Timur Kota Padang. Jajanan Hitz merupakan jajanan yang memiliki *followers* yang banyak sehingga memiliki keunikan dari pada jajanan yang lain. selain itu setiap harinya akun *Instagram* Jajanan Hitz ini selalu aktif, mereka selalu mempromosikan makanan dan minuman dengan cara mempostingnya atau membuat *story* di akun *Instagram* yang membuat para konsumen menjadi tertarik sehingga ingin membelinya. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif (Bungin, 2012). penelitian kualitatif disebut dengan penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (Sugiyono, 2006). Pendekatan ini dipilih dengan maksud untuk mendapatkan pemahaman tentang perubahan pada masyarakat dalam hal memperoleh makanan akibat munculnya media sosial. Dengan pendekatan tersebut peneliti ingin menemukan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi.

Tipe penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah rancangan penelitian yang mengembangkan analisis mendalam atas suatu kasus (Idrus, 2009). Studi kasus menekankan pada satu atau beberapa kasus secara mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi. Tipe studi kasus yang digunakan adalah tipe studi kasus intrinsik. Studi kasus intrinsik menekankan pada pemahaman (*verstehen*) yang mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi.

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* sangat cocok untuk meneliti penelitian kualitatif. teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, untuk menentukan siapa yang akan menjadi informan sesuai dengan data yang diinginkan (Sugiyono, 2006). Adapun jumlah informan pada penelitian ini yaitu 22 orang yaitu 1 orang pemilik usaha jajanan hitz (*owner*) 2 orang karyawan jajanan hitz 17 orang konsumen. Dan 2 orang yang bukan konsumen. Teknik pengumpulan data yang pertama peneliti lakukan yaitu observasi. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses yang kompleks, dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2017). Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha pengamatan secara langsung datang ketempat penelitian. Observasi umumnya digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data atau untuk mencatat bukti (S. Arikunto, 2006). Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi partisipasi aktif, peneliti datang ketempat kegiatan orang yang akan diteliti dan peneliti terlibat dengan kegiatan orang yang sedang diamati.

Peneliti ikut serta membeli, menikmati makanan di jajanan hitz tersebut. Observasi juga bisa melalui *Instagram* jajanan hitz tersebut. Yang bisa di observasi itu aktor yaitu pemilik jajanan hitz padang, konsumen, karyawan dan masyarakat yang bukan konsumen jajanan hitz padang. Dalam hal ini peneliti secara langsung mengamati informan dan terlibat dalam kegiatan tersebut, selain itu peneliti juga mengamati tingkah laku informan disaat wawancara, selanjutnya yaitu setting dimana situasi pada saat wawancara begitu banyak pelanggan yang datang ke tempat untuk membeli makanan. Dan selanjutnya ada aktivitas, peneliti mengamati bagaimana aktifitas yang terjadi dilokasi penelitian. Dan aktivitas bisa juga di lihat dari

Instagram jajanan tersebut yang setiap harinya si pemilik akun jajanan hitz selalu memposting atau mengunggah video, foto makanannya.

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan (Bungin, 2012). Melalui wawancara mendalam secara tatap muka, maka peneliti akan mendapatkan data mengenai permasalahan yang ingin diteliti. Sebelum melakukan wawancara, peneliti menjalin hubungan baik bersama informan agar tercipta suasana nyaman dalam proses pengumpulan data. Terciptanya hubungan yang baik dan nyaman maka akan mempermudah peneliti mendapatkan informasi mendalam mengenai permasalahan yang diteliti. Selain itu, pertanyaan peneliti di rancang sesuai dengan pedoman wawancara menjelang kelapangan, kemudian jawaban dari informan digali terus menerus dengan mengajukan pertanyaan mendalam. Wawancara dengan informan peneliti lakukan di lokasi jajanan hitz padang yang berada di JL. Wahidin Kota Padang. Waktu ketika penelitian yaitu pada saat jam makan siang dan ketika sore hari. Untuk melengkapi informasi, peneliti juga melakukan foto-foto pada saat wawancara. Hasil wawancara ditulis dibuku harian dan peneliti juga menggunakan alat perekam guna mangantisipasi adanya informasi yang tidak tercatat oleh peneliti. Agar data yang diperoleh selama dilapangan valid dan akurat maka dilakukan dengan teknik triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pengumpulan yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dengan melakukan triangulasi data, peneliti sekaligus sudah menguji kredibilitas data dan dengan melakukan triangulasi data akan lebih meningkatkan kekuatan data yang ditemukan peneliti. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang sama kepada informan yang berbeda yaitu informan yang bukan konsumen jajanan hitz padang dengan tujuan untuk memperoleh data secara akurat dan valid. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman.

Hasil dan Pembahasan

Faktor Faktor Penyebab Terjadinya Perubahan Dalam Memperoleh Makanan Akibat Pengaruh Teknologi Informasi

Berdasarkan temuan di lapangan ditemukan bahwa Akibat teknologi (komunikasi) menghadirkan sosial media, sosial media dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan termasuk *e-commerce*. Ternyata lalu iya membawa perubahan pada masyarakat dalam hal memperoleh makanan. Faktor- faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi meliputi:

Tergiuir Dengan Promosi

Dengan melakukan promosi dimedia sosial memudahkan para pelaku bisnis untuk memberitahukan atau menawarkan produknya dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Akun jajanan hitz mempromosikan produknya melalui, video, foto, testimoni orang. Berbentuk video: video yang muncul di akun Instagram dan *Snapgram* akun jajanan hitz selalu menampilkan video yang menarik tentang makanan dan minuman yang dijual setiap harinya video makanan dan minuman dengan berbagai macam bentuk yang menarik selalu di posting.

Selanjutnya baru beberapa jam saat di poting sudah sekitar 11.022 K orang yang melihat postingan tersebut. Berbentuk foto: foto yang ditampilkan dalam postingan juga semenarik mungkin, membuat para konsumen tergiur ingin mencobanya. Foto yang di posting berupa foto-foto makanan dan minuman yang membuat para palanggan tergiur akan mencoba. Foto

yang diposting ketika baru beberapa jam postingan sudah ada sekitar 3.904 K orang yang melihat dan menyukai postingan tersebut. Testimoni: adalah bentuk kesaksian kepuasan seperti yang disampaikan oleh beberapa akun konsumen jajanan hitz padang yang bernama @Valentiaaaa mengatakan bahwa makanannya enak banget dan bikin nagih, @Mutiatia juga mengatakan makanan disini enak banget gak sama seperti tempat lain dan dia menyesal membeli makanan ditempat yang lain. Karna tidak ada yang seenak di jajanan hitz., @adzkiarahmi juga mengatakan tak menyesal membeli makanan di sini walaupun lama menunggu.

Untuk mengetahui bagaimana perubahan pada masyarakat dalam hal memperoleh makanan akibat munculnya media sosial peneliti mewawancarai salah satu konsumen jajanan hitz padang. Berikut penuturan yang di sampaikan Enora Efendi (22 tahun)

"...kalau menurut awak dengan adonyo promosi ko yo capek wak bergerak mancaliaknyo apolagi promosinyo berbentuk foto video samo testimoni dari akun-akun yang ado di Instagram jajanan hitz tu tergiur wak mancaliaknyo. Promosi nyo tentang makanan lo tu mantap bana ma kak, kalau soal makanan ko para-para cewek capek mengetahui ma. jajanan hitz ko aktif satiok hari mampromosian produknyo kadang wak capek mancaliak tu kalau akun jajanan hitz tu mambuek snapgram di Instagramnyo, makanan yang nyo buek tu lamak se rasonyo kalau minumannyo masukan ka snapgramnyo tergiur bana wak mancaliak apolai hari angek-angek segar bana tu ma". (Wawancara tanggal 28 Agustus 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

"...kalau menurut saya dengan adanya promosi cepat kita bergerak melihatnya apalagi promosinya berbentuk foto, video sama testimoni dari akun-akun yang ada di Instagram jajanan hit itu. Promosinya tentang makanan juga. mantap sekali kan kak, kalau soal makanan ini para-para cewek cepat mengetahui tu. Jajanan hitz ini aktif setiap hari mempromosikan produknya dan saya cepat sekaali melihat kalau akun jajanan hitz itu membuat snapgram di Instagramnya, makanan yang dibuat tu enak juga rasanya apalagi kalau minuman yang di masukan ke snapgram nya tergiur sekali saya melihat apalagi di cuaca yang sangat panas".

Hal yang sama juga di sampaikan Yola Amelia 22 (Tahun)

"...kalau menurut ola makanan yang dijual disini menarik sadolahnyo membuat selera tergiur harga terjangkau juga disaku, dengan adonyo promosi melalui Instagramnyo capek ola bergerak mancaliaknyo apolagi promosinyo berbentuk foto video yang manarik lewat Instagram kan jadi capek orang-orang tau, promosi nyo tentang makanan lo tu mantap bana kak, kalau soal makanan ko para-para cewek capek mengetahuinyo. jajanan hitz ko aktif satiok hari mampromosian produknyo kadang ola capek mancaliak tu kalau akun jajanan hitz tu mambuek snapgram di Instagramnyo, makanan yang nyo buek tu lamak se rasonyo kalau minuman yang nyo masukan ka snapgramnyo tergiur bana ola mancaliak apolai hari angek-angek segar bana tu ma". (Wawancara tanggal 28 Agustus 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...kalau menurut ola makanan yang dijual disini menarik semuanya. Membuat selera tergiur harga terjangkau juga disaku dengan adanya promosi melalui Instagramnya cepat ola bergerak melihatnya apalagi promosinya berbentuk foto, video melalui Instagram jadi cepatorang-orang tau, promosinya tentang makanan juga. mantap sekali kan kak, kalau soal makanan ini para-para cewek cepat mengetahui tu. Jajanan hitz ini aktif setiap hari mempromosikan produknya dan saya cepat sekaali melihat kalau akun jajanan hitz itu membuat snapgram di Instagramnya, makanan yang dibuat tu enak juga rasanya apalagi kalau minuman yang di masukan ke snapgram nya tergiur sekali ola melihat apalagi di cuaca yang sangat panas segar sekali tu”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh kak Kurnia Hamidah (26 tahun) owner jajanan hitz padang

“...satiok harinyo kakak selalu memperbarui konten akun Instagram jajanan hitz ko karna kakak nio para pelanggan jajanan ko ndk bosan karna menu-menu yang ditampilkan itu-itu se mangkonyo satiok hari kak mampromosian makanan jo minuman varian rasa yang berbeda-beda. karna dek postingan Instagram yang satiok hari ditampilkan melalui video atau foto jadi alhamdulillah satiok harinyo makin bertambah banyak masyarakat yang manyukoi makanan disiko karna dek tergiur dengan promosi ko”. (Wawancara tanggal 28 Agustus 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...setiap harinya kakak selalu memperbarui konten akun Instagram jajanan hitz ini karna kakak mau para pelanggan jajanan hitz ini tidak bosan karna menu=menu yang ditampilkan itu-itu aja. Makanya setiap hari kakak mempromosikan makanan sama minuman varian rasa yang berbeda-beda. Karna postingan Instagram yang setiap hari ditampilkan melalui vedio foto jadi Alhamdulillah setiap harinya makin bertambah banyak masyarakat yang menyukai makanan disini karna tergiur dengan promosi”.

Dari penjelasan diatas mengatakan bahwa dengan adanya promosi yang di unggah di akun si jajanan tersebut yang berupa video, foto maupun tertimoni dari orang-orang membuat para konsumen tergiur akan promosi tersebut.

Banyaknya Followers

Followers artinya pengikut akun Instagram kita. Semakin banyak *followers* semakin bagus akun Instagram tersebut. Seperti yang terjadi pada akun jajanan hitz yang memiliki jumlah *followers* begitu banyak di bandingkan akun Instagram jajanan yang lain. yang membuat para konsumen untuk tertarik, melihat jumlah *followers* yang banyak maka manarik konsumen untuk mengkepokan akun tersebut sehingga ingin mencoba dan membelinya.

Berikut penuturan yang di sampaikan Anisa Eka Pratiwi (20 tahun)

“...awal tau nyo jajanan hitz ko waktu tu kalua diberanda Instagram tu aca caliak pengikutnyo banyak juo dek sangking keponyo ba follow akun jajanan hitz ko kan tu di caliak caliak postingan nyo lamo-lamo mambuek pengen mambali pulo menurut ca makanan yang di jual di jajanan hitz ini menarik rasa dan model makanannya banyak harga juga terjangkau makanannya berbeda dengan makanan

rumahan yang sering kita makan sama dengan makanan tradisional makanan lama adanya jajanan hitz ini aca acok mambeli makanan disiko karna makanannya kekinian klau mambeli makanan atau minumannyo aca buek lo story di akun Instagram aca dan aca Tag lo akun jajanan hitz ko bia kyak urang-urang klau bali makanan buek story di Instagramnyo”. (Wawancara tanggal 02 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...awal taunya jajanan hitz ini waktu iru keluar di beranda Instagram lalu aca melihat pengikutnya banyak karna saking keponya lalu di follow akun jajanan hitz ini dilihat-lihat postingannya lala-lama membuat rasa ingin membeli menurut aca makanan yang di jual di jajanan hitz ini menarik rasa dan model makanannya banyak harga juga terjangkau makanannya berbeda dengan makanan rumahan yang sering kita makan sama dengan makanan tradisional makanan lama adanya jajanan hitz ini aca sering mambeli makanan disini karna makanannya kekinian klau mambeli makanan atau minumannyo aca membuat *story* di akun Instagram aca dan aca Tag akun jajanan hitz ini biar kyak orang-orang klau membeli makanan mereka membuat *story* di Instagram”.

Pernyataan yang sama juga disampaikan Desridwi (21tahun)

*“...Adanya makanan-makanan modern kyak jajanan hitz ko mambuek awak tergiur dek nyo makanan nyo yo kekinian bana ndk samo jo makanan yang acok dimakan dirumah itu ka itu se taruih mambuek awak bosan, awal dewi tau makanan ko dari Instagram dek acok mamposting foto makanannya tu dewi penasaran lamak lo mode nyo dewi cari dima lokasinya kan tu sobok awal nyo mancubo ciek lamo-lamo ketagihan lai, tiok dewi mambali pasti dewi suko mambuek *story* makanan ko di akun Instagram dewi biar ala-ala kekinian. Dan man Tag akun jajanan hitz ko dan akun jajanan hitz ko nyo repost baliak”. (Wawancara 02 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)*

Artinya:

“...Adanya makanan-makanan modern seperti jajanan hitz ini membuat kita tergiur dengan makanannya yang kekinian tidak sama seperti makanan yang sering dimakan dirumah yang itu-itu saja membuat kita bosan, awal dewi tau makanan ini dari Instagram karna sering memposting foto makanannya lalu dewi penasaran enak juga bentuknya lalu dewi cari tau lokasinya dan ketemu awalnya mencoba satu lama-lama ketagihan, setiap dewi membeli makanan di jajanan hitz pasti dewi suka membuat *story* makanan ini di akun Instagram dewi biar ala-ala kekinian. Dan meng Tag akun jajanan hitz lalu akun jajanan hitz ini me repost balik”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa karna dengan jumlah *followers* yang banyak meningkatnya minat si pembeli terhadap akun jajanan tersebut karna dengan semakin banyaknya *followers* maka artinya semakin bagus reteng si akun tersebut.

Efisiensi Waktu

Dalam kehidupan modren ini masyarakat perkotaan lebih memilih konsumsi makanan yang cepat saji. Hal ini dikarenakan banyaknya aktivitas atau kegiatan diluar rumah yang

dilakukan masyarakat. Dengan kesibukan yang luar biasa orang-orang sulit untuk memasak makanan yang mereka inginkan. Karna perubahan zaman sekarang masyarakat hanya tinggal memesan makanan melalui aplikasi Gofood. Dari penjelasan tersebut bukan memikirkan tentang waktu orang memikirkan apa yang akan di makan dan apa yang akan dimasak karna sibuk dengan bekerja, tetapi melihat dari faktor-faktor kenapa orang memesan makanan melalui Instagramnya si akun jajanan tersebut dan tinggal memilih apa yang akan dipesan.

Berikut penuturan yang di sampaikan Eko Oksidi (24 tahun)

“...kalau awak iyo suko balanjo makanan-makanan cepat saji ko karna wk sibuk kan karajo tu maleh untuak buek makanan sorang rancak di bali lai capek siap lamak hargo terjangkau lo disaku kadang di pasan lewat gofood kadang datang lo ka kadainyo apolai dek ado media sosial kini kyak Instagram wk capek tau informasi yang terbaru kyak makanan jajanan hitz mancaliak Ig nyo banyak video jo foto yang di upload di Instagram jenis makanan nyo banyak apo se bantuak nyo pasti tergiur mancaliak makanan nyo beda jo makanan tradisional yang raso jo modelnyo itu itu sajo”. (Wawancara tanggal 05 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...kalau saya iya suka belanja makanan-makanan cepat saji ini karna saya sibuk kerja malas untuk membuat makanan sendiri bagus dibeli cepat siap enak harga terjangkau disaku kadang dipesan lewat gofood kadang datang ke kedainya apalagi dengan adanya media sosial seperti Instagram kita cepat tau informasi yang terbaru seperti jajanan hitz ini melihat Ig nya banyak video dan foto yang di upload di Instagram jenis makanannya banyak apa saja bentuknya pasti tergiur melihat makanannya beda dengan makanan tradisional yang rasa dan modelnya itu-itu saja”.

Hal yang sama juga di sampaikan Fatimah Azahra (23 Tahun)

“...Rara iyo suko balanjo jajanan modern ko karna jenis makanannyo banyak cepat saji ndk lamo lo manunggu dari pado makanan-makanan yang tradisional yang biasa se tidak menarik untuk dimakan. Rara karajo kalau karajo ko sibuk maleh untuak mambuek makanan jadi nio yang praktis se lai. dek Adanyo jajanan hitz ko ndk paralu wak panek-panek untuak mambuek makanan bisa di pasan melalui gofood bisa lo langsung datang ka kadainyo hargo makanan nyo murah, lamak lo rasonyo klau rara mambali makanan ko rara suko lo mambuek story rara buek video sadang makan di akun Instagram rara tu rara tag an ka akun jajanan hitz biar ala-ala kekinian”. (Wawancara tanggal 05 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...rara iya suka belanja jajanan modern ini karna jenis makanannya banyak cepat saji tidak lama menunggu dari pada makanan-makanan yang tradisional yang biasa saja tidak menarik untuk dimakan. Rara kerja kalau kerja ini sibuk malas untuk

membuat makanan jadi mau yang praktis saja. Adanya jajanan hitz ini tidak perlu kita capek-capek untuk membuat makanan bisa kalau di pesan melalui gofood bisa langsung datang ke kedainya harga makanannya murah, enak juga rasanya kalau rara membeli makanan ini rara suka membuat story rara buat video lagi makan di akun Instagram rara lalu rara tag ke akun jajanan hitz biar ala-ala kekinian”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bukan melihat tentang waktu orang memikirkan apa yang akan di makan dan apa yang akan dimasak karna sibuk dengan bekerja, tetapi melihat dari faktor-faktor kenapa orang memesan makanan melalui Instagramnya si akun jajanan tersebut dan tinggal memilih apa yang akan dipesan.

Efisiensi Tenaga (Mager)

Ketika seseorang menginginkan suatu makanan yang mereka inginkan tetapi malas untuk bergerak membuat makanan tersebut. dengan kehadiran media sosial yang sekarang sudah canggih apa saja bisa kita cari melalui Instagram, makanan yang kita mau tinggal dicari dan bisa di pesan melalui aplikasi gofood tidak perlu datang ke tempat untuk membelinya. Makna dari penjelasan di atas mengatakan bahwan tidak perlu lagi repo-repot untuk membuang.

Berikut penuturan yang di sampaikan Melani Putri (20 tahun)

“...awak acok mambali makanan di jajanan hitz ko melalui Gofood. Zaman kini kan lah canggih kak ndk paralu wk panek-panek datang mambali lai do tingga pasan jo gofood se, manunggu ndk lo lamo kan. makanan yang dijua disiko menarik sadolahnyo di bandingkan outlet makanan yang lain, kalau yang lain tu ndk sesuai lo makanan yang dipasan jo yang di foto do, hargonyo maha lo ndk lo lamak”.
(Wawancara tanggal 07 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...saya sering membeli makanan di jajanan hitz ini melalui Gofood. Zaman sekarang sudah canggih kak tidak perlu kita capek-capek datang membeli. Tinggal pesan melalui gofood saja, menunggu nya tidak lama pula. Makanan yang dijual disini menariksemuanya dibandingkan outlet makanan yang lain, kalau yang lain itu tidak sesuia dengan makanan yang datang dipesan dengan yang foto, harganya mahal juga ndk tidak enak.

Hal yang sama juga di sampaikan Yolla Suarsa (20 tahun)

“...awak acok bana mambali makanan di jajanan hitz ko melalui gofood. Zaman kini kan lah canggih ndk paralu awak panek-panek datang ka tampek mambali lai do tingga pasan jo gofood se, manunggu ndk lo lamo kan. makanan yang dijua disiko menarik sadolahnyo di bandingkan outlet makanan yang lain, kalau yang lain tu ndk sesuai lo makanan yang dipasan jo yang di foto do, hargonyo maha lo ndk lo lamak”.
(Wawancara tanggal 07 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...saya sering sekali membeli makanan di jajanan hitz ini melalui gofood. Zaman sekarang sudah canggih tidak perlu kita capek-capek datang membeli ke tempat

tinggal pesan melalui gofood saja, menunggu nya tidak lama pula. Makanan yang dijual disini menarik semuanya dibandingkan outlet makanan yang lain, kalau yang lain itu tidak sesuai dengan makanan yang datang dipesan dengan yang foto, harganya mahal juga ndk tidak enak”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tidak perlu lagi repo-repot untuk membuang energi dengan datang ke tempat jajanan tersebut kita hanya tinggal menunggu dirumah saja.

Merasa Menjadi Manusia Modern

Dengan perkembangan zaman dan teknologi, maka semakin berkembang penerapan gaya hidup di dalam kehidupan masyarakat perkotaan sehari-hari. Seperti dalam cara memperoleh makanan contohnya tidak mau lagi memakan makanan yang kuno atau tradisional masyarakat lebih memilih memakan makanan seperti *fast food*. Makna dari penjelasan diatas mengatakan bahwa perubahan pola dari gaya hidup masyarakat terutama dalam makanan lebih memilih memakan makanan yang praktis (*fast food*) dibandingkan makanan yang kuno.

Berikut penuturan yang disampaikan oleh Putri Cantika (21 tahun)

“...makanan tradisonal atau konvensional tu makanan yang kuno urang tuo yang suko makanan model itu apolai makanan nan nyo biaso se ndk menari untuak dicobo klau di zaman kini lah cangih model makanan jo minuman zaman kini menarik tergiur bana urang dibueknyo, jenisnyo banyak lo wk tinggal pasan makanan yang ma katuju makanan yang modern ko cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukai salah satu nyo kyak putri ko”. (Wawancara tanggal 15 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Makanan tradisional atau konvensional itu makanan yang kuno orang tua yang suka makanan seperti itu apalagi makanan nya biasa saja tidak menarik untuk dicoba kalau dizaman sekarang sudah canggih model makanan dan minuman zaman sekarang menarik dan membuat seseorang tergiur untuk mencoba. Jenis makanannya juga banyak kita tinggal pesan makanan apa yang kita mau makanan modern ini cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukainya salah satunya seperti putri”.

Hal yang sama juga disampaikan Nesya Ariesta (22 tahun)

“...makanan tradisonal itu makanan yang kuno urang tuo yang suko makanan-makanan model itu apolai makanan nan nyo biaso se ndk menari untuak dicobo kalau di zaman kini lah cangih model makanan jo minuman zaman kini menarik tergiur bana urang dibueknyo, jenisnyo banyak lo wak tinggal pasan makanan yang ma katuju makanan yang modern ko cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukai makanan modern ko”. (Wawancara tanggal 15 September 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Makanan tradisional itu makanan yang kuno orang tua yang suka makanan-makanan seperti itu apalagi makanan nya biasa saja tidak menarik untuk dicoba kalau dizaman sekarang sudah canggih model makanan dan minuman zaman sekarang menarik dan membuat seseorang tergiur untuk mencoba. Jenis makanannya juga banyak kita tinggal pesan makanan apa yang kita mau makanan modern ini cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukai makanan modern ini”.

Hal yang sama juga disampaikan Siti Azizah (17 tahun)

“...makanan tradisonal atau konvensional tu makanan yang kuno urang tuo yang acok memakan makanan model itu apolai makanan nan nyo biaso se ndk menari untuak dicobo klau di zaman kini lah canggih model makanan jo minuman zaman kini menarik tergiur bana urang dibueknyo, jenisnyo banyak lo wak tinggal pasan makanan yang ma katuju makanan yang modern ko cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukainya”. (Wawancara tanggal 08 Oktober 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Makanan tradisional atau konvensional itu makanan yang kuno orang tua yang suka memakan makanan seperti itu apalagi makanannya biasa saja tidak menarik untuk dicoba kalau dizaman sekarang sudah canggih model makanan dan minuman zaman sekarang menarik dan membuat seseorang tergiur untuk mencoba. Jenis makanannya juga banyak kita tinggal pesan makanan apa yang kita mau makanan modern ini cenderung banyak anak-anak remaja yang menyukainya salah satunya seperti putri”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa perubahan pola dari gaya hidup masyarakat terutama dalam makanan lebih memilih memakan makanan yang praktis (*fast food*) dibandingkan makanan yang tradisional seperti onde-onde, ubi-ubian, dan lainnya.

Kepuasan Karna Memakan Makanan Yang Trend

Setiap remaja yang sering membeli suatu makanan atau minuman yang sedang memboming pada saat ini pasti masing-masing memiliki ciri khas sendiri untuk mengomentari atau mengapresiasi kepuasan mereka dalam berbelanja apalagi suatu produk yang mereka beli sangat membuat mereka begitu puas dengan hasil yang didapatkan makna dari penjelasan di atas menyatakan adanya suatu kebanggaan pada seseorang karna memakan sesuatu yang sedang trend dan diposting melalui sosial media *Instagram* lalu dikomen dengan “mengatakan makanannya menarik membuat saya puas dengan rasanya yang enak” dan di like oleh banyak orang dan menjadi suatu kebanggaan pada saat memposting.

Berikut penuturan yang di sampaikan Alya Putri (19 tahun)

“...satiok mambali makanan di jajanan hitz ko pasti alya suko mambuek story makanan ko di akun *Instagram* alya karna alya puas dengan makanan yang Alya bali tu, biar ala-ala kekinian juga kan kan dan bia urg tau lo dek mancaliak

postingan alya pasti urg tu pengen mancubo oh lamak lo mode nyo ma pasti urg tu batanyo dan menguntungkan lo untuak si pemilik jajanan hitz tu batambah banyak konsumennyo kalau alya mambuek story di Instagram Dan alya ndk lupu man Tag akun jajanan hitz ko dan akun jajanan hitz ko nyo repost baliak postingan alya”. (Wawancara tanggal 20 Oktober 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya

“...setiap membeli makanan di jajanan hitz ini pasti Alya saka membuat story makanan ini di akun Instagram alya karna alya puas dengan makanan yang Alya beli ini, biar ala-ala kekinian juga kan kak, dan biar orang tahu juga karna melihat postingan Alya pasti orang itu pengen mencoba oh enak juga bentuknya pasti orang itu bertanya dan menguntungkan juga untuk si pemilik jajanan hitz itu bertambah banyak konsumennya. Kalau Alya membuat story alya tidak lupa meng Tag akun jajanan hitz lalu akun jajanan hitz merepost balik postingan Alya”.

Hal yang sama juga di sampaikan Tari Oktavia (18 tahun)

“...kalau wak mambali makanan di jajanan hitz wak acok lo mambuek story di Instagram wak. Karna wak puas dengan makanan yang dibeli itu. harga, rasanya enak dan tampilannya sesuai juga dengan yang difoto. Zaman kini kalau mambali makanan yang sedang trend pasti urang-urang langsung mambuek story di akun Instagram nyo masing-masing itu lo gaya kini kan. Bia urang tahu kalau wak sedang makan lamak. Makanan yang wak makan tu mambuek wak pueh lo karna rasonyo lamak. Kalau awak mambuek story awak pasti man Tag akun jajanan hitz dan akun itu marepost baliak story yang wak buek”. (Wawancara tanggal 03 November 2020 Dalam Bahasa Minangkabau)

Artinya:

“...Kalau saya membeli makanan di jajanan hitz saya sering juga membuat story di Instagram saya. Karna saya puas dengan makanan yang dibeli itu. Harga, rasa, rasanya yang enak dan tampilannya sesuai juga dengan yang difoto. zaman sekarang kalau membeli makanan yang sedang trend pasti orang-orang langsung membuat story di aku Instagram mereka masing-masing. Itu gaya zaman sekarang, Biar orang tahu kalau saya sedang makan enak dan makanan yang saya makan juga sangat membuat saya puas karna rasanya yang enak Kalau saya membuat *story* saya pasti men Tag akun jajanan hitz dan akun itu merepost balik *story* yang saya buat”.

Makna dari penjelasan di atas menyatakan adanya suatu kebanggaan pada seseorang karna memakan sesuatu yang sedang trend dan diposting melalui sosial media Instagram lalu dikomen dengan “mengatakan makanannya menarik membuat saya puas dengan rasanya yang enak” dan di like oleh banyak orang dan menjadi suatu kebanggaan pada saat memposting.

Berdasarkan semua penuturan yang telah dijelaskan di atas jika dikaitkan menggunakan menggunakan pendekatan teori perubahan sosial dari William F. Ogburn, karena dalam teori tersebut menjelaskan bahwa manusia senantiasa diperbarui oleh teknologi dengan kemunculan teknologi sekarang manusia lebih cepat mengalami perubahan. Kini telah terjadi perubahan sosial akibat teknologi, termasuk cara memperoleh makanan. Pada zaman dahulu cara orang memperoleh makanan dengan cara memburu hewan memakan umbi-umbian, dedaunan, buah-buahan di hutan dan mengumpulkannya untuk dimakan dan juga dahulu seseorang memperoleh

makanan dengan cara pergi ke pasar membeli bahan-bahan makanan, atau pergi ke ladang untuk mencari bahan makanan lalu baru diolah di dapur selama beberapa jam dan baru bisa dimakan.

Dan pada zaman yang modern sekarang seseorang hanya tinggal memencet layar *Handphone* mereka berbeda dengan zaman dahulu dan itu lah yang terjadi perubahan akibat teknologi tersebut. Teknologinya yaitu berupa media sosial Instagram, di sosial media banyak para pelaku bisnis untuk berjualan online, dan para pelaku bisnis bekerja sama dengan ekspedisi angkutan online seperti *Gofood* (oleh gojek), *Grab*. dibagian pengantaran yang sedang trend dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu *Gofood*. Dengan adanya *Gofood* masyarakat hanya tinggal memesan makanan melalui aplikasi tersebut apa yang kita cari dan mau ada semua di aplikasi tersebut kita tidak perlu repot-repot lagi untuk memasak makanan apa yang kita inginkan. Dari memperoleh makanan cara pandang masyarakat pun akhirnya berubah. Masyarakat pada zaman sekarang lebih menyukai makanan *fast food* dibandingkan makanan tradisional.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai “faktor faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi”. Dapat disimpulkan sebagai berikut akibat teknologi (komunikasi) menghadirkan sosial media, sosial media dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, termasuk e-commerce. Ternyata hal ini membawa perubahan pada masyarakat dalam memperoleh makanan.

Faktor faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi meliputi: (1) Tergiur akan adanya promosi, promosi yang berbentuk video ataupun foto. (2) Banyaknya jumlah followers dari akun yang berjualan online, karna dengan banyak nya jumlah followers Instagram si akun tersebut makan semakin bagus reteng dari si akun tersebut yang membuat masyarakat penasaran akan mencobanya. (3) Efisiensi waktu dengan latar belakang masyarakat yang sibuk bekerja atau berkegiatan diluar rumah jika tidak sempat untuk memasak suatu makanan yang diinginkan sekarang bisa tinggal dipesan melalui aplikasi gofood. (4) Efisiensi tenaga ketika seseorang menginginkan suatu makanan yang mereka inginkan tetapi malas untuk bergerak membuat makanan tersebut. dengan kehadiran media sosial yang sekarang sudah canggih apa saja bisa kita cari melalui *Instagram*, makanan yang kita mau tinggal dicari dan bisa di pesan melalui aplikasi *Gofood* tidak perlu datang ke tempat untuk membelinya. (5) Merasa menjadi manusia modern dengan perkembangan zaman dan teknologi, maka semakin berkembang penerapan gaya hidup di kehidupan masyarakat. Seperti dalam cara memperoleh makanana contohnya tidak mau lagi memakan makanan yang kuno atau tradisional masyarakat lebih memilih memakan makanan seperti *fast food*. (6). Kepuasan karna memakan makanan yang trend Setiap remaja yang sering membeli suatu makanan atau minuman yang sedang membuing pada saat ini pasti masing-masing memiliki ciri khas sendiri untuk mengomentari atau mengapresiasi kepuasan mereka dalam berbelanja apalagi suatu produk yang mereka beli sangat membuat mereka begitu puas dengan hasil yang didapatkan

Daftar Pustaka

- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas*, 3(1), 39-59.
- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Aktualiasasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

- Dewi, G. C. (2019). Dampak Pemakaian Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Makanan Kaki Lima). *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 3(1), 1-11.
- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas website dan instagram sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451-466.
- Gardjito. (2013). *Pangan Nusantara Karakteristik dan Prospek Untuk Percepatan Diversifikasi Pangan*. Jakarta:Kencana Prenada Media Grup.
- Gumilar, G., & Zulfan, I. (2014). Penggunaan media massa dan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi oleh pengelola industri kecil dan menengah di bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 2(1), 85-92.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mahardhika, W. B., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13-27.
- Martono, N. (2012). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- S. Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekanto, S. (1990). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soviyati, E., & Nurjannah, S. (2019). Hubungan Pengetahuan Makanan Cepat Saji (Fast Food) Dengan Kejadian Dismenorrhoe Pada Siswi Kelas VII di SMPN 2 Jalaksana Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan Tahun 2018. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada: Health Sciences Journal*, 10(1), 28-33.
- Sugiyono, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarsono, S. (1991). *Perubahan Sosial dan Pembangunan di Indonesia*. Jakarta: LP3S.