**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

* 1. **KONTEKS PENELITIAN**

*Food* blogger adalah yang mengandalkan materi blognya pada hal di seputar makanan atau kuliner. *Blog niche* (blog khusus) yang mengupas tentang dunia kuliner ini kini memang sedang marak di Indonesia. Meski belum terlalu mendapat perlakuan spesial seperti di negara lain seperti Singapura, namun keberadaan food blogger Indonesia ini tak boleh dianggap sebelah mata. Dengan perkembangan yang cukup pesat, food blogger di Indonesia akan bersiap untuk semakin professional dan menjadi sebuah profesi.

Bukti bahwa food blogger memiliki harapan yang cerah adalah kepopuleran para food blogger yang kini acapkali diundang oleh beberapa resto untuk mempromosikan makanannya. Hal ini memang tak berlebihan, sebab para food blogger telah mampu menghadirkan jumlah pengunjung blog yang fantastis.

Belakangan ini di Bandung sedang menjamur coffee shop, banyak tempat-tempat baru bermunculan. Rata-rata konsepnya mirip, kamu bakal menemukan latte art, manual brew, makanan yang didominasi brunch atau all day breakfast, juga interior yang modern Secara tidak langsung hal ini mendukung masyarakat khususnya kalangan anak muda kota bandung untuk lebih gampang memilih makanan yang disukai.

Perkembangan media social yang cepat dan muda dipahami menjadi salah satu cara komunikasi sebagai jalan pembuka bagi para food blogger untuk lebih kreatif dalam mengambil foto makanan agar menarik dan pengunjung datang ketempat tersebut.

Instagram merupakan salah satu media social yang paling diminati oleh masyarakat umum terutama para pencinta kuliner mereka bisa berkomunikasi dengan siapa pun berbagi seputar kuliner. pada dasarnya instagram merupakan *photo sharing flaytform* selain instagram para pencinta kuliner pun menyukai media lain yaitu blog. Secara singkat blog bisa dikatakan sebagi diary online . para pecinta kuliner yang memiliki blog dinamakan *food blogger*.

Para food blogger dikota bandung memiliki berbagai macam keunikan dalam mengambil gambar makanan namun sejak tahun 2017 Food blogger lagi bumming diberbagai belahan dunia termasuk diindonesia tepatnya dikota bandung yaitu food blogger.

Video blogging atau bisa disingkat vlogging merupakan salah satu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video diatas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama.

Berbagai perangkat seperti ponsel kamera kamera digital dan mirroless bsa merekam video atau kamera yang murah yang dilengkapi dengan mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas video blogging.

Salah satu tokoh fenemologi yaitu Alfred Schrud menjelaskan seputar penampakan yang terjadi didunia social bisa diteliti secara ilmiah begitu pun sebaliknya wawasan bisa dikembangkan ke dalam dunia social. Ia memusatkan perhatian kepada cara orang memahami kesadaran orang lain tetapi hidup dalam aliran kesadaran sendiri Alfred Schutz menggunakan perpektif i*ntersubyektif* yaitu kehidupania meletakan manusia dalam pengalaman subyektif dalam bertindak dan mengambil sikap dalam kehidupan sehari hari terdapat konsep motive yang dibedakan menjadi dua makna yaitu in ordert *motive* dan *because* motive. Makna pertama yaitu order to motive berarti motive yang dijadikan pijakan seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan dimasa mendatang sedangkan makna yang kedua yaitu *because motive* yaitu motive dibalik suatu hal yang telah dikerjakan (masalalu)

Para food blogger pasti memiliki alasan saat memilih tempat lokasi yang akan dituju untuk mengambil gambar makanan yang unik dan berkualitas . tindakan tersebut bisa saja didasari berbagai macam alasan, beberapa diantaranya hanya kertetarikan tempat yang lagi bumming , dan hits yang sedang ramai dikunjungi oleh food blogger lainnya.

Menurut De vito komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan feedback yang langsung. Tanpa disadari para *food blogger* telah melakukan komunikasi interpersonal dalam kehidupan sehari hari terlebih lagi didalam aktivitas dengan kuliner Contohnya saat mereka berinteraksi dengan sesame food blogger lainya berbagi cerita mengenai yang baru dilakukan atau berbagi pengalaman menjadi *food blogger.*

**1.2 FOKUS KAJIAN**

Berdasarkan penunturan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti *fenomena japanese food* dikalangan food blogger kota Bandung sabagai wadah pencinta kuliner dikota bandung

Selain itu juga mengetahui latar belakang food blogger oleh para pecinta kuliner dikota bandung maka peneliti tersebut memberi judul “ **Fenomena  *Food Blogger* diKalangan Remaja Kota Bandung”**

**1.3 Peryantaan Penelitian**

Terdapat dua pertanyaan terkait konteks penelitian yaitu :

1. Bagaimana latar belakang (because motive ) para food blogger dalam memilih makanan japanese food ?
2. Apa tujuan (in order to motive ) dari pemilihan makanan yang unik untuk dimasukan diblogger instagram ?

**1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengetahui fenomena food blogger dikalangan remaja kota Bandung ?
2. Mengetahui latar belakang (because motive ) para food blogger dalam memilih makanan yang unik ?
3. Mengetahui tujuan ( in order to motive ) dalam pemilihan makanan yang unik untuk dimasukan di blogger ?

dijadikan pijakan untuk mengetahui fenomena yang sedang terjadi sesuai dengan topic penelitian yaitu fenomena *food blogger* dikalangan remaja kota bandung.

**1.4 Kegunaan Praktis**

**1.4.1 Kegunaan Bagi peneliti**

Peneliti ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi peneliti mengenai latar belakang (because motive) dan tujuan ( in order to motive ) dari fenomena ( penampakan ) Japanese food yang terjadi dikalangan food blogger dikota bandung dalam kajian studi fenomologi

**1.4.2 Kegunaan Bagi mahasiswa**

Peneliti ini berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan secara umum dan mahasiswa Studi Program ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Mayarakat yang memiliki bidang blogger sealin itu penelitian ini dapat dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dibidang yang sama yaitu fenomena Japanese food dikalangan food blogger kota bandung.

 **1.4.3 Kegunaan bagi masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat yang memiliki rasa ingin tahu terkait dibidang foodbllogger.

**1.5 Kegunaaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh nyata dari penerapan studi fenomelogi Alfred Schutz yang berkatian dengan pembahasan latar belakang (motive) dibalik pemilihan tempat resto yang akan dikunjungi oleh para food blogger sebagai bentuk ekspresi diri dalam kehidupan sehari hari .

Studi fenemologi Alfred Schutz menggunakan perspektif intersubyektif yaitu kehidupan dunia ia meletakan manusia dalam pengalaman intersubyektif dalam bertindak dan mengambil sikap dalam kehidupan sehari hari Alfred schutz juga terkenal dengan konsep motive yang berbagi menjadi dua yaitu because motive dan in order to motive kedua konseop tersebut dapat memilih lokasi resto jepang yang ingin dituju supaya menarik *food blogger* untuk datang ketempat resto tersebut.