

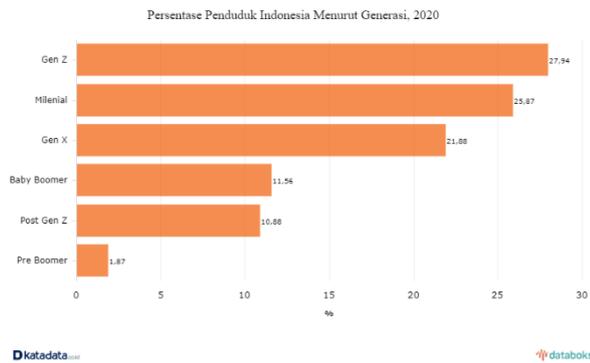
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Masyarakat modern saat ini kehidupannya tak terlepas dengan teknologi. Digitalisasi perlahan-lahan menjadi hal yang normal dipakai untuk memudahkan segala aktivitas manusia. Hal tersebut dikarenakan pertumbuhan dan perkembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) yang semakin pesat. Hal ini dirasakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan di Indonesia. Kalangan anak muda yang produktif dan lebih adaptif terhadap perubahan sosial yang ada lebih cepat beradaptasi dengan adanya berbagai kecanggihan teknologi yang ditawarkan saat ini. Kalangan anak muda tersebut sekarang memiliki istilah yang sudah seringkali didengar, yakni generasi milenial.

Generasi milenial sendiri merupakan salah satu diantara lima generasi yang ada di Indonesia. Generasi yang pertama ialah generasi *pre boomer* ialah penduduk yang telah lahir sebelum tahun 1945. Lalu, generasi *baby boomer* ialah penduduk yang lahir mulai dari tahun 1946 sampai 1964. Kemudian, generasi X ialah penduduk yang lahir mulai dari tahun 1965 sampai 1980. Selanjutnya generasi milenial ialah penduduk yang lahir mulai dari tahun 1981 sampai 1996. Lalu, generasi X ialah penduduk yang lahir mulai dari tahun 1997 sampai 2012. Generasi yang paling terakhir ialah generasi Z yang merupakan penduduk kelahiran mulai dari tahun 2013 hingga seterusnya (Iman, M., 2020).



Gambar 1. 1 Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi Tahun 2020

(Sumber: databoks,katadata.co.id (2021)/diunduh 10 November 2021)

Sensus Penduduk yang dilakukan pada tahun 2020 menunjukkan hasil bahwa generasi terbanyak yang ada di Indonesia ialah generasi Z dengan prosentase sebanyak 27,94% atau setara dengan 74,93 juta penduduk di Indonesia. Kemudian, posisi selanjutnya ditempati oleh generasi milenial dengan prosentase sebanyak 25,87% atau setara dengan 69,38 juta penduduk di Indonesia. Setelah itu posisi berikutnya diikuti oleh generasi X. Lalu, ada generasi *pre boomer* yang memiliki komposisi penduduk paling sedikit (Jayani, D.H., 2021).

Pada era globalisasi seperti saat ini, teknologi dan informasi memiliki peran yang penting. Masyarakat yang menggunakan teknologi cepat atau lambat kehidupannya akan terpengaruh dalam berbagai aspek. Salah satu teknologi yang tak lepas dari masyarakat modern yakni internet. Dengan menggunakan internet maka bisa mengakses segala sesuatu yang dibutuhkan tak terkecuali mengakses media sosial. Berdasarkan Fathia (2020) media sosial ialah tempat yang berfungsi sebagai media untuk berinteraksi antar individu maupun kelompok. Macam dari

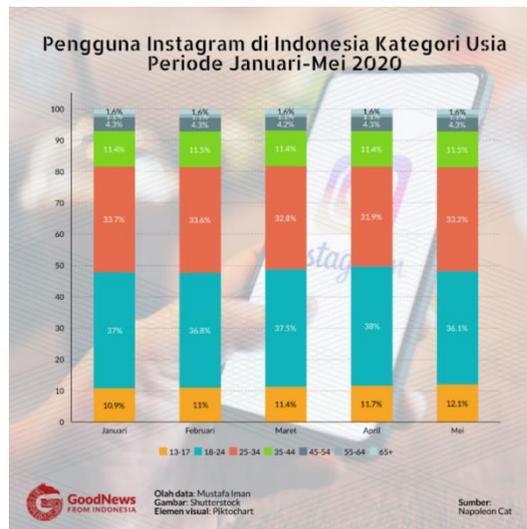
media sosial sangatlah beragam mulai dari whatsapp, twitter, facebook, Instagram dan lain sebagainya.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dengan berbagai fitur yang disediakan bagi para penggunanya untuk mengambil sebuah foto. Lalu, pengguna juga bisa menerapkan filter secara digital guna memperindah atau mempercantik foto yang telah diambil. Kemudian, pengguna bisa membagikan melalui fitur *posting* ataupun *snap* supaya para *follower* atau pengikut di akun instagramnya dapat melihat hasil foto dari penggunanya. Setelah itu, ada juga fitur *comment* dan *like* sebagai tempat dan bentuk tanggapan dan apresiasi dari *follower* untuk penggunanya (Fathia, 2020).

Pengguna Instagram terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan individu dalam masyarakat *modern* saling berlomba untuk menjadi *up to date* dan beradaptasi dengan segala perkembangan teknologi yang ada saat ini. Golongan masyarakat yang banyak menggunakan media sosial Instagram ialah para generasi milenial. Hal ini diakrenakan mereka merupakan generasi yang lebih cepat dan mudah serta adaptif dengan kemajuan serta kecanggihan teknologi yang ada di masa sekarang.

Menurut Iman. M. (2020) Generasi milenial yang merupakan golongan usia produktif mendominasi penggunaan Instagram. Hal tersebut dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa generasi milenial dengan rentang usia 18-24 tahun mendominasi di angka 38% atau setara mencapai 25 juta pengguna instagram. Selanjutnya generasi milenial dengan rentang usia 25-34 tahun berada

pada angka 33% atau setara mencapai 21 juta pengguna instagram. Hal ini dapat dilihat pada gambar yang ada dibawah ini.



Gambar 1. 2 Pengguna Instagram di Indonesia Kategori Usia Periode Januari-Mei 2020

(Sumber: goodnewsfromindonesia.id (2020)/diunduh 10 November 2021)

Dengan adanya data yang menunjukkan bahwa generasi milenial yang mendominasi pengguna Instagram tersebut juga tak terlepas dari adanya sebuah fenomena sosial yang secara sadar maupun tidak banyak dilakukan yakni *foodstragamming*. Menurut Huynh (2016) fenomena *foodstragamming* merupakan fenomena dimana orang ketika mau makan mengunggah terlebih dahulu ke media sosial yakni instagram. *Trend* untuk mengupload foto makanan mulai bermunculan pada tahun belakangan ini.

Menurut Wright & Antonio (1997:40) dengan kehadiran perkembangan teknologi mengakibatkan adanya perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat.

Hal ini tak terkecuali juga berlaku untuk budaya makan pada masyarakat. Sekarang ini makan tak hanya memiliki nilai fungsional untuk memenuhi kebutuhan fisik manusia secara jasmani semata, melainkan makanan dan kegiatan makan telah berubah menjadi sebuah gaya hidup yang baru dan diikuti oleh masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil sebuah penelitian dari Suhaeb dan Kahfi (2016) menunjukkan hasil bahwa masyarakat saat ini ialah masyarakat konsumsi tanda yang kehidupannya melekat dengan teknologi dan informasi salah satunya berupa media sosial. Dengan adanya *foodstragaming* maka akan merepresentasikan kehidupan yang dimiliki oleh seorang individu. Namun, hal tersebut juga memiliki sisi lain yakni sebuah hiperrealitas, karena merupakan salah satu bentuk manipulasi dari kehidupan seorang individu melalui makanan yang ia posting di Instagram.

Berdasarkan penelitian sebelumnya maka kebaruan yang ada didalam penelitian ini ialah peneliti ingin mengkaji fenomena *foodstragaming* menggunakan teori fenomenologi dan objek penelitian yang akan digunakan ialah kalangan generasi milenial yang memang sebagai pengguna yang mendominasi media sosial Instagram.

Selain itu, peneliti juga memilih tempat penelitian yang berbeda yakni di Kaliwungu, Kabupaten Kendal. Dengan begitu maka penelitian ini penting dan menarik untuk dilakukan karena peneliti ingin melakukan pengkajian dan menganalisis lebih dalam lagi dengan menggunakan teori fenomenologi terhadap

fenomena *foodstragaming* yang dilakukan oleh generasi milenial, khususnya di Kaliwungu.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan pada latar belakang diatas, maka peneliti mengambil fokus penelitian pada “bagaimana fenomena *foodstragaming* di kalangan generasi milenial” dengan menggunakan teori dan metode fenomenologi sebagai alat dan dasar pelaksanaan penelitian ini.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut maka pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana motif dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu?
- 2) Bagaimana interaksi dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu?
- 3) Bagaimana makna dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu?

1.3 Tujuan dari Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian serta pertanyaan penelitian yang telah dijelaskan maka tujuan peneliti mengadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui motif dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu.
- 2) Untuk mengetahui interaksi dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu.
- 3) Untuk mengetahui makna dari *foodstragaming* yang terjadi di kalangan generasi milenial yang ada di Kaliwungu.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, pernyataan masalah serta tujuan penelitian tersebut maka kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian fenomena *foodstragaming* yang ada di dalam kalangan generasi milenial ini diharapkan akan menyumbang dalam keilmuan komunikasi khususnya pada eksplorasi lebih dalam terkait teori fenomenologi.

2) Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberi pengetahuan baru serta manfaat untuk beberapa pihak antara lain sebagai berikut:

- 1) Generasi Milenial

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi informasi serta pengetahuan baru, khususnya bagi para kalangan generasi milenial yang ada di masyarakat karena menjelaskan mengenai fenomena *foodstragaming* dari sudut pandang kajian fenomenologi.

2) Universitas Pasundan

Hasil dari penelitian yang mengambil studi fenomenologi di Kaliwungu ini harapannya memberi pengetahuan baru mengenai fenomena *foodstragaming* yang dapat digunakan sebagai referensi kajian untuk bidang keilmuan komunikasi.