

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Individu memiliki kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, mulai dari kebutuhan ekonomi, sosial, serta kebutuhan yang paling penting yaitu kebutuhan pokok. Makanan merupakan kebutuhan pokok yang sangat diperlukan bagi seluruh manusia. Kegiatan mengkonsumsi makanan dinilai sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Mengkonsumsi makanan dibutuhkan dalam menjaga kesehatan tubuh dan untuk menjaga stamina agar bertenaga dalam menjalankan aktivitas. Indonesia sendiri memiliki beranekaragam makanan, mulai dari makanan tradisional sampai yang modern sekalipun.

Jenis-jenis makanan selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pada awalnya manusia hanya mengkonsumsi makanan mentah, kemudian berkembang makanan yang diolah secara sederhana dengan peralatan masak yang sederhana pula, hingga pada akhirnya saat ini jenis makanan sangat bervariasi karena didukung oleh adanya peralatan masak yang memadai dan bahan makanan pun sekarang sangat mudah untuk didapatkan. Selain itu, perkembangan makanan juga dipengaruhi oleh adanya selera dan kreativitas manusia yang semakin berkembang.

Ketergantungan antar manusia dengan manusia lainnya berdampak pada kebutuhan akan interaksi sosial dan pemenuhan tujuan kehidupan. Agar manusia dapat

menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan

Perubahan yang relevan dalam lingkungan mereka. Perubahan yang terjadi di dalam lingkungan disebabkan oleh interaksi yang terjadi antar manusia. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, alat telekomunikasi menjadi pesat. Hal tersebut dikarenakan konsumsi masyarakat terhadap teknologi semakin tinggi sehingga dalam era globalisasi segala informasi yang terjadi di seluruh belahan dunia dapat diketahui melalui teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi sedemikian cepat menyebar ke seluruh sendi masyarakat.

Aplikasi perangkat lunak (*social network : Line messages, Line group, Facebook, Twitter*), piranti komunikasi (*smart phone, tablet*) serta ketersediaan akses internet menjadi komponen utama agar dapat terkoneksi setiap saat dan menghasilkan masyarakat digital. Digital merupakan sebuah metode kompleks namun fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital juga selalu berhubungan dengan media online karena media ini adalah sesuatu yang terus dan selalu berkembang”.<sup>1</sup>

Perilaku individu ini tidak hanya dipengaruhi oleh motivasinya sendiri seperti kegunaan yang dirasakan, tetapi juga oleh anggota lain dan masyarakat. Hal lain terkait dengan pencarian informasi adalah melalui jaringan sosial. Penelitian jaringan sosial

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Hal. 75.

ditandai dengan fokus pada sifat struktural dari hubungan timbal balik antara kolektif entitas sosial.

Masyarakat di era digital merupakan masyarakat yang mampu mengaplikasikan teknologi informasi ke dalam kehidupan sehari-harinya. Tanda yang signifikan dalam masyarakat era digital saat ini adalah perkembangan dan perubahan yang sangat cepat pada sektor ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai masyarakat digital, individu terus berusaha menyetarakan atau mengikuti perkembangan zaman akan perkembangan teknologi di dunia, karena perkembangan serta pertumbuhan teknologi dan informasi sangat pesat. Masyarakat harus meningkatkan kreatifitasnya dalam dunia teknologi agar dapat mengikuti perkembangan zaman yang sekarang ini dalam kondisi yang serba mutakhir. Perkembangan teknologi komunikasi juga menghadirkan pola baru dalam berinteraksi yaitu melalui media sosial.

Media sosial merupakan sebuah wadah atau tempat dimana manusia dapat berkomunikasi dengan sesama secara tidak langsung dan dibutuhkan koneksi internet untuk dapat melakukan komunikasi ini.<sup>2</sup> Media sosial menjadi suatu sarana dalam jaringan dengan para penggunanya agar dapat dengan mudah ikut serta dan menghasilkan isi seperti jaringan sosial, instagram, whatsapp, blog dan lain sebagainya.

Media sosial memberikan fasilitas agar pengguna media sosial memiliki akses untuk berbagi informasi berupa, kejadian, berbagi gambar, dan dapat juga untuk

---

<sup>2</sup> Briggs, A dan Burke, P. (2006). *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg sampai Internet*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Hal.97

menambah pengetahuan serta bisa juga sebagai ajang untuk mencari atau menambah teman. Internet merupakan salah satu aspek penting dalam berhubungan dalam aplikasi sosial media, internet telah merangkul dunia yang memegang peran manusia dalam kehidupan manusia. Internet bisa dikatakan menjadi rekan manusia untuk berkomunikasi dalam sosial media, melalui internet manusia dapat berbagi informasi, melakukan kegiatan bisnis, melakukan kegiatan belajar, serta dapat menjalin hubungan sosial antar sesama manusia dengan menggunakan sosial media. Salah satu sosial media yang dinstagramunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram yang fokusnya pada berbagi foto aktivitas penggunanya.

Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video yang sangat diminati oleh berbagai kalangan, bahkan dapat menciptakan selebgram yang mana merupakan sebutan untuk selebriti khusus di media sosial instagram.<sup>3</sup> Seseorang dikatakan sebagai selebgram karena memiliki kreativitas yang dapat membuat ketertarikan pada masyarakat pengguna instagram lain. Hal tersebut terlihat dari jumlah *followers* serta like yang didapat saat *mem-posting* foto atau video. Salah satu konten yang sering dibagikan oleh selebgram yaitu foto-foto makanan. Selebgram bahkan banyak yang menjadikan makanan sebagai sumber ekonomi bagi mereka, melalui *endorsement*.

Instagram memiliki banyak fitur salah satunya berbagi foto. Jenis foto yang dibagikan dalam instagram salah satunya foto makanan yang menarik secara visual.

---

<sup>3</sup> Sakinah. (2018). Selebgram: Meraih Popularitas Melalui Dunia Maya, *Jurnal Etnografi Indonesia*, Vol.3, No.1, ISSN: 2548-9747, Hal. 49.

Makanan yang memiliki daya tarik visual dan dibagikan melalui aplikasi media sosial Instagram disebut makanan *Instagramable*. Makanan *instagramabel* menjadi salah satu jenis foto yang sering dibagikan melalui aplikasi Instagram. Makanan *instagramable* menarik bagi pengikut di media sosial baik untuk direkomendasikan atau sekedar diulas.

Saat ini makanan telah menjadi sebuah tren dimana fenomena sosial tersebut menjadi daya tarik dan juga menggambarkan gaya hidup yang mengonsumsinya. Masyarakat urban khususnya, sangat menyukai makanan-makanan yang unik karena mereka dapat mempublikasikannya melalui media sosial miliknya. Salah satu media sosial yang saat ini sangat banyak penggunanya yaitu instagram. Masyarakat urban berlomba-lomba untuk menciptakan foto atau video yang unik untuk di publikasikan agar akun instagramnya terlihat menarik. Saat ini pengguna instagram sering kali membagikan foto makanan *instagramable* di akun instagramnya. Kata *instagramable* merupakan gabungan dari dua kata yaitu instagram dan able, instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial, sedang able berarti bisa, sanggup, atau mampu. Jadi *instagramable* merupakan sesuatu yang bisa atau layak untuk dibagikan melalui instagram baik dalam bentuk foto atau video.<sup>4</sup>

*Postingan* yang dibagikan melalui media sosial mempengaruhi status dan peran dalam struktur sosial masyarakat. Struktur sosial adalah tatanan sosial dalam kehidupan masyarakat yang didalamnya terdapat hubungan timbal balik antara status dan peran

---

<sup>4</sup> Diva Nurhasna Ayutiani. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner, *Jurnal Profesi Humas*, Vol. 3, No.1. ISSN: 2528-6927. Hal. 39-59.

dengan perangkat unsur-unsur sosial yang mengacu pada suatu keteraturan perilaku di dalam masyarakat<sup>5</sup>. Struktur Sosial membuat sebuah bangunan sosial yang tersusun atas pelbagai unsur pembentuk masyarakat. Unsur unsur itu saling berhubungan satu dengan yang lainnya secara fungsional.

Makanan *instagramable* bukan hanya sebagai simbol yang memiliki nilai estetika saja, namun juga sebagai simbol yang penuh beragam makna dan dipertukarkan secara simbolik di media sosial. Bagi mahasiswa khususnya, makanan memiliki makna yang sangat beragam dan terus bertumbuh seiring dengan interaksi di media sosial. Melalui postingan foto dan video makanan *instagramable* di media sosial instagram akan membentuk atau berdampak status sosial mahasiswa peminat makanan *instagramable* di dunia digital.

## 1.2 Permasalahan Penelitian

Individu dalam hal ini mahasiswa menggunakan media sosial sebagai salah satu ranah mereka berinteraksi dan mendapatkan status sosial dari lingkungan pertemanannya. Status sosial dalam media sosial atau dunia digital akan dilihat dari komposisi dan simbol yang mereka tampilkan atau posting di media sosial. Permasalahan yang akan diangkat penulis yaitu mengenai makna konsumsi makanan *instagramable* bagi mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Bagi mahasiswa, makanan bukan hanya menjadi kebutuhan pokok yang harus terpenuhi, melainkan juga

---

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto. (2000). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, Hal. 135.

memiliki makna tersendiri. Mahasiswa berusaha mengkonstruksi status sosial dengan cara mempublikasikan apa yang mereka konsumsi di media sosial instagram.

Oleh karena itu, dari hasil pemaparan diatas, pertanyaan penelitian yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu,

1. Faktor apa yang mendorong tujuh mahasiswa mengkonsumsi makanan *instagramable*?
2. Dampak sosial apa yang dirasakan oleh informan dalam mengkonsumsi makanan *instagramable*?
3. Apa makna makanan *instagramable* bagi tujuh mahasiswa yang mengkonsumsi makanan *instagramable*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor apa yang mendorong tujuh mahasiswa meminati makanan *instagramable*.
2. Untuk mendeskripsikan dampak sosial apa yang dirasakan oleh informan dalam mengkonsumsi makanan *instagramable*.
3. Untuk mendeskripsikan makna makanan *instagramable* bagi tujuh mahasiswa yang mengkonsumsi makanan *instagramable*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Secara Akademis**

Manfaat secara akademis yang diharapkan adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penulis lain terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama khususnya dalam kajian makna makanan instagramable pada perspektif sosiologi. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberi wawasan keilmuan dan memperkaya kajian tentang konstruksi makna terhadap suatu objek yang dalam hal ini yaitu makanan.

### **1.4.2 Secara Praktis**

Manfaat secara praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai makna pemilihan konsumsi makanan bagi mahasiswa. Selain itu juga mampu memberikan dampak pada seorang mahasiswa serta gaya hidup. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian ilmiah terutama dalam rangka penelitian lebih.

### **1.4.2 Secara Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian makna sosial dalam pemikiran George Herbert Mead mengenai teori interaksionisme simbolik. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi pada kajian sosiologi makanan. Penelitian ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru tentang makna sosial dalam mengonsumsi makanan instagramable.



### 1.5 Tinjauan Pustaka Sejenis

Pertama, Jurnal yang ditulis oleh Yoka Pramadi dan Retasari Dewi berjudul “*Fenomena Mengunggah Foto Makanan Di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi mengenai Fenomena Mengunggah Foto Makanan pada Akun Instagram @sinstagramerfoodies Lampung)*”. Penelitian ini bertujuan melihat motif *followers* akun Instagram @sinstagramerfoodies dalam kegiatan mengunggah foto makanan di Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Adapun data diperoleh dari studi literatur sejumlah jurnal dan buku mengenai fenomena mengunggah foto makanan di media sosial serta wawancara mendalam dengan *followers* aktif dari akun @sinstagramerfoodies. Penelitian ini menemukan bahwa motif *followers* akun Instagram @sinstagramerfoodies yang mengunggah foto di media sosial yaitu sebagai food diary, mendokumentasikan self creations, special occasions, food art, momen makan bersama, dan resensi menu makanan atau restoran.

Kedua, Jurnal yang ditulis oleh Bimo Mahendra yang berjudul “*Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai eksistensi remaja pengguna instagram. Pada jurnal ini diuraikan hasil penelitian mengenai fenomena media sosial instagram dalam eksistensi sosial pada remaja di Jakarta. Kenyataan yang terjadi di kalangan remaja Jakarta bahwa remaja memang sangat memerlukan eksistensi diri tetapi harus dilakukan secara baik dan bijaksana tidak secara berlebihan.

Ketiga, Jurnal ini ditulis oleh Khoirun Nisak yang berjudul “*Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh food photography terhadap eating out masyarakat Sidoarjo di media instagram. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner/angket kepada responden yang berkunjung di café / restoran Mie akhirat, Kedai Kopi Medan, Wong Solo, dan Dapur M’riah yang berlokasi di Jalan Raya Ponti GOR Sidoarjo. Sampel diambil melalui teknik random sampling. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial yang banyak dipilih untuk mengunggah foto makanan (*food photography*) adalah instagram. Hal ini karena karakteristik instagram ialah hanya berisi aliran karya fotografi dari para penggunanya. Dominasi Instagram mendedikasikan produk ini secara khusus untuk menjalin relasi digital dengan lewat karya fotografi.

Keempat, Jurnal yang ditulis oleh Bulan Cahya Sakti dan Much Yulianto dengan judul “*Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram oleh remaja, dalam pembentukan identitas diri mereka. Remaja memanfaatkan Instagram sebagai sarana dalam mencari jati diri. Remaja yang menggunakan media sosial Instagram, memanfaatkan berbagai macam fasilitas yang dimiliki oleh Instagram untuk mengkonstruksi identitas dirinya, dan sebagai wadah untuk unjuk diri. Pembentukan identitas diri dalam media sosial Instagram tersebut dipengaruhi oleh pikiran, pengalaman, dan masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, disarankan dalam memanfaatkan media sosial Instagram dapat dimanfaatkan dengan bijak, dan sesuai dengan norma budaya yang ada di Indonesia. Remaja dapat menggali lebih dalam

potensi dirinya, dan mencari berbagai macam informasi dalam Instagram untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam hal positif.

Kelima, Jurnal yang ditulis oleh Hurry Mega Isani yang berjudul “*Analisis Konsumsi Pangan Remaja dalam Sudut Pandang Sosiologi*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebiasaan makan pada remaja sebelum dan sesudah penelitian dalam sudut pandang sosiologi. Penelitian ini menggunakan quasi experimental with control group pre-post test desinstagramn yang melibatkan 101 subjek remaja di SMAN 15 Bandung, SMA Pasundan 2 Bandung, dan SMA Pasundan 8 Bandung. Data konsumsi pangan diperoleh dengan menggunakan food frequency questionnaire dan menghasilkan kesimpulan bahwa pangan yang paling sering dikonsumsi adalah nasi, telur, kangkung, mangga, dan bala-bala. Rata-rata tingkat kecukupan energi dan zat gizi subjek kelompok ceramah meningkat secara signifikan dibandingkan kelompok website dan kontrol terutama pada energi, karbohidrat, kalsium, dan besi. Konsumsi pangan remaja relatif rendah dan belum memenuhi anjuran kementerian kesehatan. Pendidikan gizi dapat meningkatkan pengetahuan gizi, namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap kebiasaan makan remaja.

Keenam, jurnal yang ditulis oleh Kate Ginsberg dengan judul “*Instabranding: Shaping the Personalities of the Top Food Brands on Instagram*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis konten foto yang digunakan oleh suatu merek dan bagaimana hal itu membantu untuk mengekspresikan serta membentuk identitas mereknya dengan memanfaatkan instagram. Instagram adalah platform media sosial yang berkembang dengan menyediakan sarana ekspresi diri dan komunikasi melalui

visual kreatif. Para pebisnis merespons tren ini dengan menggunakannya sebagai alat pemasaran yang hemat biaya. Platform ini menghadirkan cara yang efektif dan menarik bagi merek untuk menjangkau konsumen.

Ketujuh, yaitu jurnal internasional yang ditulis oleh Frank Ellis dengan judul “*Adolescent’ Food Communication in Sosial Media – A Theoretical Inquiry of the Why and How*”. Penelitian dalam jurnal ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan yang terkait antara makanan, remaja, dan media sosial. Berdasarkan jurnal tersebut penulis mengatakan bahwa Media sosial memberikan kesempatan unik untuk mempelajari komunikasi makanan remaja dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang apa arti makanan bagi remaja. Sebuah meta-analisis oleh van Meer et al. (2015) menunjukkan bahwa komunikasi makanan, seperti gambar makanan, mempengaruhi area otak yang berhubungan dengan nafsu makan. Fungsi lain makanan Selain untuk meningkatkan kesehatan, juga bisa dijadikan untuk ajang berdiskusi dan berinteraksi dengan orang lain.

Hasil penelitian dalam jurnal ini adalah, teman sebaya diyakini menjadi pengaruh yang sangat kuat bagi remaja terhadap keputusan ketika ingin mengkonsumsi suatu makanan. Dalam jurnal ini dikatakan bahwa merek makanan dianggap sangat penting bagi anak remaja, karena produk makanan yang berlabel sangat lazim dalam gambar makanan yang *diposting* oleh remaja di akun instagram. Gagasan tentang makanan sebagai penanda status bukanlah hal baru. Bourdieu membahas secara kritis bahwa preferensi kita untuk makanan tertentu tercermin oleh posisi sosial kita, dan itu sendiri

adalah tindakan positioning sosial. Namun yang baru, adalah langkah dan sarana makanan yang dikomunikasikan hari ini. Makanan tidak lagi dipandang penting bagi tubuh, karena pada dasarnya makanan lebih dipentingkan untuk meningkatkan status sosial remaja.

Kedelapan, yaitu jurnal nasional yang ditulis oleh Nurudin yang berjudul “*Media Sosial Baru dan Munculnya Draggadocian Behavior di Masyarakat*”. Jurnal ini berfokus pada perilaku dan kebiasaan baru masyarakat dalam media sosial. Perilaku masyarakat berubah dalam menggunakan media sosial karena perkembangan teknologi komunikasi. Apayang terjadi pada media komunikasi itu membawa konsekuensi perubahan pada masyarakat. Konsekuensi itu kemudian membentuk sebuah ciri khas yang berbeda dengan kenyataan masyarakat sekarang.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah media sosial telah menentukan sikap dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial merupakan dunia kepura-puraan yang tidak semua masyarakat memahaminya. Masyarakat memanfaatkan media sosial untuk personal branding. Personal branding ini bukan senyatanya yang terjadi tetapi rekayasa sosial. Artinya seseorang membangun personal branding dengan cara membohongi diri. Media sosial telah nyata menciptakan sebuah kebohongan di masyarakat dan itu terus dilakukan oleh pada penggunanya.

**Tabel 1.1**  
**Tinjauan Pustaka Sejenis**

No.	Nama Penulis (Tahun)	Jenis dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan
1	Yoka Pramadi dan Retasari Dewi (2016)	Jurnal Nasional. (Jurnal Balai Penelitian Tekno logi mineral – Lembaga Ilmu pengetahuan Indonesi, Vol 1) 2017	Fenomena Mengunggah Foto Makanan Di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi mengenai Fenomena Mengunggah Foto Makanan pada Akun Instagram @sinstagramerfoodies Lampung).	Kualitatif; Wawancara dan Observasi	Meneliti foto makanan yang diunggah melalui aplikasi Instagram.	Makanan dalam penelitian penulis dikaitkan pada struktur sosial penggunaanya
2	Bimo Mahendra	Jurnal Nasional. (Jurnal Marketing Communication Garda Perdana Security, Vol.16 No. 1) 2017	Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi).	Kualitatif; Wawancara dan Observasi	Lingkup penelitian adalah aplikasi Instagram dan Eksistensi diri penggunaanya	Penelitian penulis akan lebih terfokus pada makanan <i>Instagramable</i> dalam struksur sosial penggunaanya
3	Khoirun Nisak	Jurnal Nasional. (Jurnal ilmu komunikasi- Universitas Muhamadiyah Sidoarjo, Vol.6 No.1) 2017	Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram	Kuantitatif (random Sampling)	Estetika Makanan dan Media Sosial Instagram	Lokasi penelitian di Sidoarjo, metode kuantitatif
4	Bulan Cahya Sakti dan Much Yulianto	Jurnal Nasional. (Jurnal Ilmu komunikasi – Universitas Diponogoro, Vol.1 No.1) 2017	Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja	Diskriptif Kualitatif. (Indepth Interview)	Media Sosial dan teori interaksionalis simbolik	penggunaan Instagram oleh remaja, dalam pembentukan identitas diri
5	Hurry Mega Isani	Jurnal Nasional (Jurnal Pendidikan Sosiologi-	Analisis Konsumsi Pangan Remaja dalam Sudut Pandang Sosiologi.	Kuantitatif, food frequency questonnair	Sosiologi Makanan dan subjek remaja	Makanan lebih terfokus pada makanan <i>Instagramable</i>

No.	Nama Penulis (Tahun)	Jenis dan Tahun Publikasi	Judul Penelitian	Metode	Persamaan	Perbedaan
		Universitas Pendidikan Indonesia, Vol.9 No.1) 2019				dan <i>diposting</i> pada aplikasi Instagram
6	Kate Ginsberg	Jurnal Internasional. (The Elon Journal Of Under Graduate Research in Comunication, Vol.6 No.1) 2015	“Instabranding: Shaping the Personalities of the Top Food Brands on Instagram”	Kualitatif, Observasi dan analisis framing	Kesamaan platform dan makanan yang menjadi focus penelitian	Makanan <i>Instagramable</i> yang dibagikan melalui aplikasi Instagram dalam kaitannya dengan struktur sosial pengguna
7	Frank Ellis	Jurnal Internasional. (Journal Encyclopedia of Information Science and Technology, Vol.4 No.1) 2017	Adolescent’ Food Communication in Sosial Media – A Theoretical Inquiry of the Why and How	Kualitatif, Wawancara dan Observasi	Interaksi makanan remaja melauai sosial media	Penelitian ini akan lebih focus pada media sosial Instagram dan makanan yang <i>Instagramable</i> .
8	Nurudin	Jurnal Komuniti Vol. 10, No. 1 Tahun 2018	Media Sosial Baru dan Munculnya Braggadocian Behavior di Masyarakat	Kualitatif, Observasi, Deskriptif	Membahas perilaku dan kebiasaan masyarakat dimedia sosial	Penelitian ini fokus pada perilaku masyarakat dalam media sosial tanpa terfokus pada makanan <i>instagramable</i>

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2020.

## 1.6 Kerangka Konseptual

### 1.6.1 Makna Sosial

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan lingkungan masyarakat. Intisari dari interaksi simbolik adalah aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna di dalamnya. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendiri yang menentukan perilaku manusia. Makna akan dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan perannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial.<sup>6</sup>

Menurut teori interaksional simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya merupakan interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, teori ini fokus pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran simbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Dedi Mulyana. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, Hal. 68–70.

<sup>7</sup> Artur Asa Berger. (2004). *Tanda-Tanda Dalam Kebudayaan Kontemporer*. Yogyakarta: Tiara Wacana, Hal. 14.



Teori Interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut:<sup>8</sup>

1. Respon individu terhadap suatu situasi simbolik, mereka merespon lingkungan sekitar termasuk obyek fisik (benda) dan obyek sosial (perilaku manusia) berdasarkan media yang terdapat dalam komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada obyek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya obyek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran obyek fisik, tindakan atau peristiwa itu) namun juga gagasan yang abstrak.
3. Makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Menurut Mead dalam Elvinaro dkk, Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik yaitu *Mind*, *Self*, dan *Society*.<sup>9</sup> Tiga konsep itu dan hubungan di antara ketiganya merupakan inti pemikiran Mead, sekaligus *key words* dalam teori

---

<sup>8</sup> Alex Sobur. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya, Hal. 199.

<sup>9</sup> Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Hal. 136.

tersebut. Interaksionisme simbolis secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi sosial dan reflektivitas.

#### A. Mind (pikiran)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan. Itulah yang kita namakan pikiran. Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir. Mead juga melihat pikiran secara pragmatis. Yakni, pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> George Ritzer dan Douglas J. Goodman. (2007). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana, Hal. 280.

Berfikir menurut Mead adalah suatu proses dimana individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan mempergunakan simbol-simbol yang bermakna.<sup>11</sup> Melalui proses interaksi dengan diri sendiri itu, individu memilih yang mana diantara stimulus yang tertuju kepadanya itu akan ditanggapinya. Simbol juga digunakan dalam (proses) berpikir subyektif, terutama simbol-simbol bahasa. Hanya saja simbol itu tidak dipakai secara nyata, yaitu melalui percakapan internal.

#### B. Self (Diri)

Diri adalah konsep yang sangat penting bagi teoritis interaksionisme simbolik. Rock menyatakan bahwa “diri” merupakan skema intelektual interaksionis simbolik yang sangat penting. Seluruh proses sosiologis lainnya, dan perubahan di sekitar diri itu, diambil dari hasil analisis mereka mengenai arti dan organisasi.<sup>12</sup> Diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain, atau masyarakat. Tapi diri juga merupakan kemampuan khusus sebagai subjek. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas interaksi sosial dan bahasa. Menurut Mead, mustahil membayangkan diri muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Karena itu ia bertentangan dengan konsep diri yang soliter dari *Cartesian Picture*. The self juga memungkinkan orang berperan dalam percakapan dengan orang lain karena adanya *sharing of symbol*.<sup>13</sup> Artinya, seseorang bisa

---

<sup>11</sup> Loc. Cit.

<sup>12</sup> Ambo Upe. (2010). *Tradisi Aliran Dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik Ke Post Positivistik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, Hal. 295.

<sup>13</sup> Loc. Cit.

berkomunikasi, selanjutnya menyadari apa yang dikatakannya dan akibatnya mampu menyimak apa yang sedang dikatakan dan menentukan atau mengantisipasi apa yang akan dikatakan selanjutnya.

### C. Society (Masyarakat)

Masyarakat (society) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk “aku” (me). Masyarakat mempengaruhi individu, memberi mereka kemampuan melalui kritik diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri.

“Mead dengan hati-hati mengemukakan bahwa pranata tak selalu menghancurkan individualitas atau melumpuhkan kreativitas. pranata sosial yang “menindas, stereotip, ultrakonservatif” yakni, dengan kekakuan, ketidak lenturan, dan ketidak progresifannya menghancurkan atau melenyapkan individualitas. Menurut Mead, pranata sosial seharusnya hanya menetapkan apa yang sebaiknya dilakukan individu dalam pengertian yang sangat luas dan umum saja, dan seharusnya menyediakan ruang yang cukup bagi individualitas dan kreativitas. Mead menunjukkan konsep pranata sosial yang sangat modern, baik sebagai pemaksa individu maupun sebagai yang memungkinkan mereka untuk menjadi individu yang kreatif.”<sup>14</sup>

Pada tingkat kemasyarakatan yang lebih khusus, Mead mempunyai sejumlah pemikiran tentang pranata sosial (sosial institutions). Secara luas, Mead

---

<sup>14</sup> *Ibid*, Hal. 287–288.

mendefinisikan pranata sebagai “tanggapan bersama dalam komunitas” atau “kebiasaan hidup komunitas”.

### 1.6.2 Masyarakat Digital

Revolusi dalam bidang teknologi ditandai dengan adanya produksi massal, penggunaan telepon selular, serta penggunaan internet yang membawa dampak pada perubahan pola hubungan dan interaksi, baik antar warga maupun warga dengan pemerintah. Informasi pada saat ini merupakan hasil dari revolusi pada bidang teknologi yang masih berlanjut sampai saat ini. Era informasi ini membawa perubahan signifikan pada pola perubahan komunikasi antar manusia dan lebih luasnya lagi pada *landscape* masyarakat. Masyarakat informasi tidak hanya membawa dampak pada nilai – nilai dalam masyarakat, namun juga pada babak baru salah satunya komunitas dalam masyarakat.

Komunitas online terdiri dari anggota berbagi kepentingan bersama. Mereka berinteraksi satu sama lain untuk mendiskusikan topik, bertukar pikiran dan mencari dukungan. “Digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital juga selalu berhubungan dengan media online karena media ini adalah sesuatu yang terus dan selalu berkembang”<sup>15</sup>. Dengan demikian, perilaku individu anggota ini mungkin tidak hanya dipengaruhi oleh motivasinya sendiri seperti kegunaan yang dirasakan, tetapi juga oleh anggota lain dan masyarakat. Hal lain terkait dengan pencarian

---

<sup>15</sup> Onong Uchjana Effendy. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Hal. 75.

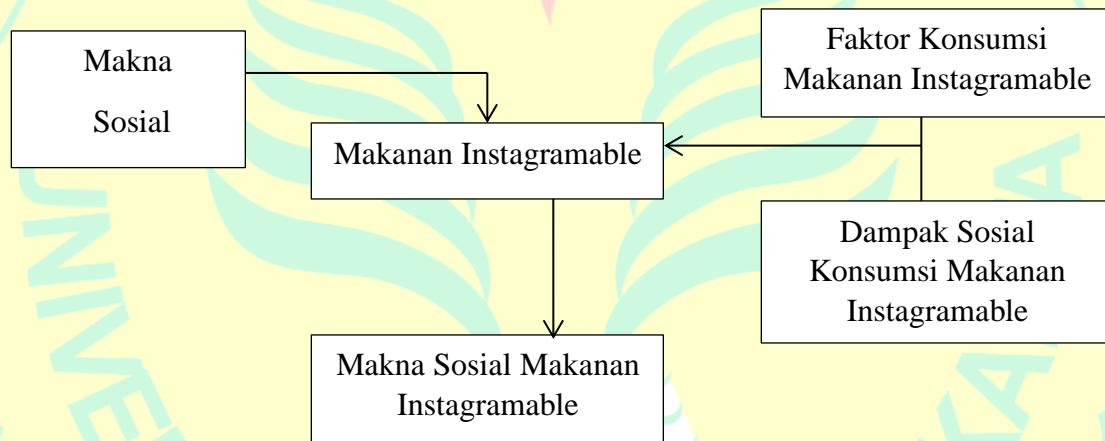
informasi adalah melalui jaringan sosial. Penelitian jaringan sosial ditandai dengan fokus pada sifat struktural dari hubungan timbal balik antara kolektif entitas sosial.

Berdasarkan uraian di atas, ketergantungan manusia dengan manusia lainnya berdampak pada kebutuhan akan interaksi sosial dan pemenuhan tujuan kehidupan. Agar dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang relevan dalam lingkungan mereka. Perubahan yang terjadi di dalam lingkungan disebabkan oleh interaksi yang terjadi antar manusia. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, alat telekomunikasi menjadi pesat. Hal tersebut dikarenakan konsumsi masyarakat terhadap teknologi semakin tinggi sehingga dalam era globalisasi segala informasi yang terjadi di seluruh belahan dunia dapat diketahui melalui teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi sedemikian cepat menyebar ke seluruh sendi masyarakat. Aplikasi perangkat lunak (*social network : Line messages, Line group, Facebook, Twitter*), piranti komunikasi (*smart phone, tablet*), serta ketersediaan akses internet menjadi kebutuhan utama konsumen agar dapat terkoneksi setiap saat dan menghasilkan masyarakat Digital.

Masyarakat digital merupakan masyarakat yang mampu mengaplikasikan teknologi informasi ke dalam kehidupan sehari-hari. Tanda yang signifikan dalam masyarakat era digital saat ini adalah perkembangan dan perubahan yang sangat cepat pada sektor ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai masyarakat digital individu harus berusaha menyetarakan atau mengikuti perkembangan zaman akan perkembangan teknologi dunia, karena perkembangan teknologi dan informasi sangat pesat.

Masyarakat harus meningkatkan kreatifitasnya dalam dunia teknologi agar dapat mengikuti perkembangan zaman yang sekarang ini dalam kondisi yang serba mutakhir.

**Skema 1.1**  
**Kerangka Konsep**



Sumber: Diolah Oleh Penulis, 2020

## 1.7. Metodologi Penelitian

### 1.7.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Afifuddin, “penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna”.<sup>16</sup> Dimana penelitian ini tidak terdapat penghitungan secara kuantitas

<sup>16</sup> Afifuddin. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka, Hal. 59.

melainkan analisis data dan interpretasi objek kajian yang diteliti. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang, dan dilakukan secara terus-menerus. Masalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul.<sup>17</sup> Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data secara kualitatif dan melakukan reduksi data. Sedangkan metode yang dinstagramunakan penulis ialah metode deskriptif. Tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dengan menggunakan kata-kata dan angka serta untuk menyajikan profil (persoalan), klasifikasi jenis, atau garis besar tahapan guna menjawab pertanyaan seperti siapa, kapan, dimana, dan bagaimana, selain itu penelitian deskriptif juga menyajikan gambaran yang spesifik mengenai situasi, penataan sosial, dan hubungan<sup>18</sup>.

Reduksi data yang dilakukan karena dari hasil wawancara dan pengamatan pada mahasiswa untuk diperoleh data yang banyak sehingga perlu dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih tajam untuk menggambarkan hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan berupa makna sosial konsumsi makanan *instagramable* bagi tujuh mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Setelah direduksi, data tersebut disajikan dalam bentuk deskriptif yang melalui analisis, berisi mengenai uraian seluruh fokus

---

<sup>17</sup> Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, Hal. 20.

<sup>18</sup> John W. Creswell. (2014). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset (edisi ke 3)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. Hal. 44.



penelitian dari gambaran umum mahasiswa dan makanan *instagramable* hingga proses terakhir adalah kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dari pihak dalam memaknai pilihan konsumsi makanan *instagramable*.

Jenis penelitian ini adalah yaitu pengambilan data di lapangan yang sifatnya kualitatif. Pada penelitian ini penulis melakukan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh penulis sehingga mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Dengan menggunakan beberapa narasumber agar data yang yang didapatkan tidak timpang dan mendapatkan data yang fakta. Selain menggunakan teknik wawancara mendalam dengan narasumber, penulis juga menggunakan kajian kepustakaan yang menggunakan berbagai sumber bacaan seperti buku, jurnal, dan sebagainya.

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian hampir sama dengan populasi, dimana subyek ini akan dijadikan sebagai informan. Melalui informan penulis dapat lebih mudah untuk menganalisis masalah yang akan diteliti. Setiap informannya harus mengetahui dan berperan dalam masalah yang sedang diteliti. Subjek dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Jakarta yang berjumlah tujuh orang. Lalu, untuk mendapatkan data tambahan sebagai data pelengkap, maka penulis juga melakukan wawancara sesuai dengan butuhan data yang terkait dengan permasalahan penelitian.

**Tabel 1.2**  
**Subjek Penelitian**

<b>Nama ( Nama Akun)</b>	<b>Followers</b>	<b>Peran dalam Penelitian</b>
Reny Nur Hidayati @serenyteaa	1128	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
Vera Bacheta @verabacheta	712	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
Zahra Khairalita @zahrakhrlt	620	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
Alifia Rizka Nanda @alifia_rn	1340	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
shinta kusuma @sntakusuma	816	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
Astika mara nur Fatima @astikamr	6611	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .
Rachmy Savira @rachmy1	1100	Memberikan Informasi mengenai latar belakang, motif, tujuan, dampak mengkonsumsi serta memosting makanan <i>Instagramable</i> .

Sumber: Hasil olah Penulis, 2020.

### 1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara Mendalam

Wawancara memungkinkan penulis mengumpulkan data yang beragam dari para informan dalam berbagai situasi dan konteks. Penulis menggunakan wawancara tidak terstruktur dalam penelitian ini. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana penulis tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara

sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara ini hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara mendalam bersifat lentur dan terbuka, tidak terstruktur ketat tetapi dengan fokus pertanyaan yang semakin terfokus dan mengarah pada kedalaman informasi. Penulis memberikan keleluasaan kepada informan untuk memberikan penjelasan secara aman sehingga informan tidak merasa tertekan. Penulis mewawancarai alasan-alasan yang menjadi faktor mahasiswa memilih mengonsumsi makanan *instagramable*.

#### **b. Observasi**

Penulis melakukan pengamatan secara langsung dengan cara mengamati aktivitas makan mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Selain observasi pada kegiatan makan mahasiswa, penulis juga melakukan pengamatan langsung pada akun media sosial Instagram mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Observasi dilakukan demi melihat langsung realita yang terdapat di lapangan dan mampu menganalisis penelitian berdasarkan wawancara dan juga hasil temuan berdasarkan pengamatan langsung.

#### **c. Dokumentasi dan Studi Kepustakaan**

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Pen mengambil segala macam bentuk data pendukung penelitian, berupa gambar, profil informan, hasil rekaman dan fieldnote. Hal ini dilakukan untuk menjadi data pendukung laporan penelitian selain hasil

wawancara dengan mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Dokumentasi dalam penelitian ini yang berhubungan dengan penelitian seperti profi instagram mahasiswa peminat makanan *instagramable* dan aktivitas makan mereka.

### **1.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang diperkaya dengan studi literatur yang ekstensif. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari informan baik yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi yang sudah dilakukan dalam catatan lapangan maupun dari dokumen yang sudah ada, akan dianalisis oleh penulis dengan cara diinterpretasi ke dalam suatu abstraksi dan kerangka pemikiran tertentu. Hasil wawancara dan observasi merupakan data primer yang akan dianalisa dan didukung oleh data sekunder yang berasal dari buku. Analisa dilakukan dengan menggunakan konsep kelas sosial serta konsep-konsep yang sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan.

### **1.9 Triangulasi Data**

Penulis perlu menggunakan triangulasi data untuk memperkuat data dari temuan lapangan. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data yang bersangkutan.<sup>19</sup> Triangulasi data dimaksudkan untuk

---

<sup>19</sup> Farida Nugrahani. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, Hal. 115.

dapat memahami kebenaran data penelitian yang dilihat dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Untuk mengkroscek data, penulis melakukan wawancara mendalam kepada Food Vlogger.

Teknik Triangulasi dalam penelitian ini dengan jenis data dan informasi yang dibutuhkan dari hasil penelitian yang telah dipenuhi. Setelah itu penulis melakukan pengecekan terhadap data-data yang telah diperoleh apakah valid atau tidak. Dalam penelitian ini triangulasi penelitian dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumen terkait.

**Tabel 1.3**  
**Triangulasi Data**

<b>Nama (Nama Akun)</b>	<b>Followers</b>	<b>Peran dalam Penelitian</b>
Chiho @kokogembul	99k	Memberikan Informasi mengenai tujuan dan makna mengkonsumsi serta <i>memposting</i> makanan <i>instagramable</i> di Instagram.
Akmal Fauzy @localtasteid	17.6k	Memberikan Informasi mengenai tujuan dan makna mengkonsumsi serta <i>memposting</i> makanan <i>instagramable</i> di Instagram.
Widya @widya98	40.7k	Memberikan Informasi mengenai tujuan dan makna mengkonsumsi serta <i>memposting</i> makanan <i>instagramable</i> di Instagram.

Sumber: Hasil olah Penulis, 2020.

Data yang digunakan untuk triangulasi bersumber dari Food Vlogger sebagai informan triangulasi data. *Food Vlogger* merupakan *influencer* media sosial yang sering mereview makanan di media sosial Instagram. *Food Vlogger* dipilih sebagai

informan triangulasi data karena dinilai memiliki kapabilitas mengenai makanan *instagramable* dan pengaruhnya terhadap konstruksi kelas sosial di media sosial.

### **1.10 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi kedalam lima bagian. Bab satu merupakan pendahuluan, dimana penulis memulai dengan tahap latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan literatur sejenis, kerangka konsep, dan metodologi penelitian. Pada bab dua, penulis menjelaskan tentang latarbelakang mahasiswa peminat makanan *instagramable* serta tipe-tipe mahasiswa peminat makanan *instagramable*. Selain itu di dalam bab ini juga menjelaskan karakteristik instagram sebagai media sosial dan karakteristik masyarakat digital.

Pada bab tiga, penulisan skripsi ini berisi tentang faktor yang melatarbelakangi mahasiswa memilih makanan *instagramable* dan dampak sosial yang dirasakan. Kemudian juga membahas mengenai makna sosial atas makanan *instagramable* bagi mahasiswa.

Pada bab empat, penulisan skripsi ini akan menjelaskan tentang analisis sosiologi mengenai makanan *instagramabel*.

Pada bab lima, penulisan skripsi ini berisikan penutup yang terdiri dari dua bagian yaitu kesimpulan dan saran. Kesimpulan ini mencangkup hasil dari semua penelitian yang telah dibahas dan membuktikan makna konsumsi makanan *instagramable*.