



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pola hidup sehat sudah menjadi tren dan dilakukan oleh masyarakat saat ini. Kesadaran masyarakat dalam menjalankan pola hidup sehat memiliki pengaruh terhadap kualitas hidup seseorang (Makarim, 2019, para. 1). Kondisi tersebut berdampak pada salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Food & Beverage*. Gorry Gourmet merupakan perusahaan jasa makanan sehat. Gorry Gourmet memanfaatkan Instagram untuk memasarkan makanan sehat. Umumnya makanan sehat tidak menarik dan harganya yang relatif mahal.

Gorry Gourmet yang menyajikan konten secara menarik dengan foto *design* makanan yang elegan. Harga yang diberikan oleh Gorry Gourmet relatif lebih murah dan sangat bersaing jika dibandingkan dengan jasa makanan sehat lainnya. Konten yang disajikan oleh Gorry Gourmet sangat menarik, yaitu: fakta-fakta menarik seputar kesehatan dan cara menjaganya, hitungan kalori dari makanan yang dikonsumsi, promo menarik dan *giveaway*, *tips* untuk diet, dan foto dari makanan sehat yang disajikan untuk konsumen Gorry Gourmet.

Gambar 1.1 Konten Data Instagram @gorrygourmet



Sumber: Akun Instagram @gorrygourmet

Sasaran konsumen akun @gorrygourmet adalah perempuan dan pria. Seiring terjadinya penjualan, perempuan mendominasi terhadap daya beli makanan sehat. Hal tersebut dapat terlihat melalui konten yang diunggah oleh akun @gorrygourmet. Konten tersebut memperlihatkan representasi dari perempuan yang mendominasi foto dan video di dalam akun @gorrygourmet.

Gambar 1.2 Konten Data Pola Makan *Millennials*



Sumber : Akun Gorry Gourmet

Menurut data tersebut, sebanyak 63% generasi *millennial* di Indonesia tidak melakukan sarapan di pagi hari, 67% melakukan aktivitas mengonsumsi makanan saat malam hari, 47% menyukai makanan cepat saji untuk sarapan, 53% melakukan mengonsumsi makanan ringan setelah makan malam, dan 75% generasi *millennial* tidak memilih makanan sehat sebagai pilihan makan mereka. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa 88% orang Indonesia menginginkan pilihan makanan yang lebih sehat.

Hal menarik adalah masyarakat Indonesia sudah menyadari risiko bahaya jika tidak menjaga kesehatan. Masyarakat Indonesia terutama di daerah perkotaan memiliki tantangan untuk menjalankan pola hidup sehat. Berdasarkan data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) oleh Kementerian Kesehatan, hal

tersebut didukung oleh riset bahwa sebanyak 58% masyarakat perkotaan Indonesia juga memiliki keinginan untuk melakukan olah raga lebih banyak.

Kesadaran untuk menjalankan pola hidup sehat sudah berubah menjadi gaya hidup, berlaku untuk pria maupun perempuan. Masalah kesehatan dan berat badan dapat terjadi pada umur tertentu. Menurut Riskesdas 2018 proporsi berat badan lebih (*overweight*) dan *obese* pada dewasa usia lebih 18 tahun ke atas pada tahun 2007-2018 adalah 8.6 persen pada 2007, naik menjadi 11.5 persen pada 2013, dan naik menjadi 13.6 persen pada 2018. (Kiwari, 2019, para. 3). Menurut informasi dari US National Health and Nutrition Examination Survey menyebutkan untuk individu penyandang obesitas (30 sampai lebih dari 35 kg/m²), sulit bertambah usia satu hingga enam tahun. Sementara mereka yang sangat obesitas (35 kg atau lebih/m²) diperkirakan usianya menjadi berkurang lebih dari delapan tahun. Individu dengan usia 20-39 tahun paling banyak terkena dampaknya (Armandani, 2014, para. 12). Hal tersebut terlihat dari konten yang diunggah oleh akun Instagram @GorryGourmet menunjukkan data-data mengenai kesehatan.

Teknologi semakin berkembang diikuti dengan berbagai macam jenis aplikasi untuk menunjang teknologi itu sendiri, salah satunya Instagram. Instagram merupakan perpaduan dari kata “*instant*” dengan “*gram*” yang berasal dari kata “*telegram*” yang berarti memberikan informasi dengan cepat dan instan (Pratama, 2018, para. 6). Aplikasi media sosial Instagram sangat mudah diakses dan penggunaanya dari semua umur, baik muda maupun tua.

Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial yang memiliki fungsi untuk membagikan foto atau video kepada pengguna lain (Linachke, 2011, h.11). Instagram menampilkan konten secara visual sehingga memiliki daya Tarik bagi penggunaanya. Konten foto dan video diunggah dengan berbagai macam tema mulai dari foto diri, makanan, gaya hidup, hobi, dan pemandangan.

Instagram menjadi sangat populer karena fitur yang diberikan Instagram sangat menarik, seseorang dapat mengunggah video dan foto. Fitur *comment* dan *like* berfungsi memudahkan seseorang untuk berkomunikasi dan mengapresiasi

konten yang diunggah. Instagram memiliki sistem *following* (orang yang diikuti) dan *follower* (pengikut) sehingga pengguna dapat mengetahui dan mengontrol *timeline*.

Instagram juga memiliki manfaat positif dan negatif. Hal positifnya adalah media sosial menjadi sarana berinteraksi. Adapun hal negatif dari media sosial Instagram dapat dimanfaatkan untuk tindak kejahatan. Hal positif dari media sosial Instagram adalah mengutamakan visualisasi konten yang baik melalui foto dan video. Instagram dimanfaatkan sebagai media promosi oleh perusahaan. Visual dari Instagram mampu membuat konten terlihat menarik. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Gorry Gourmet untuk memasarkan produk makanan sehat di media sosial Instagram karena efektif dan efisien.

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan, Gorry Gourmet mengomunikasikan mengenai kesadaran untuk menjalankan pola hidup sehat melalui konten media sosial Instagram. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Cathering makanan sehat Gorry Gourmet mencoba memenuhi pola hidup sehat konsumennya. Pola hidup sehat memberikan kontribusi bagi strategi pesan untuk mengomunikasikan tentang akun @Gorrygourmet melalui konten di media sosial. Hal tersebut mendorong perilaku konsumen dalam menjalankan pola hidup sehat, seperti memilih makanan sehat untuk dikonsumsi. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen dan seberapa besar pengaruh konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat dijabarkan pertanyaan penelitiannya sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen?
2. Seberapa besar pengaruh antara konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh antara konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh konten media sosial Instagram @gorrygourmet terhadap minat beli konsumen.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan konten *marketing communication* melalui media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan tinjauan lebih lanjut oleh para praktisi mengenai dampak yang dihasilkan dari konten media sosial Instagram. Penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan untuk para praktisi mengenai konten media sosial Instagram dan minat beli.