

**PERUBAHAN PADA MASYARAKAT DALAM HAL MEMPEROLEH
MAKANAN AKIBAT MUNCULNYA MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Jurusan
Sosiologi FIS UNP*



Widia

16058134/2016

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2020

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat
Munculnya Media Sosial**

Nama : Widia
BP/NIM : 2016/16058134
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial
Program : Sarjana (S1)

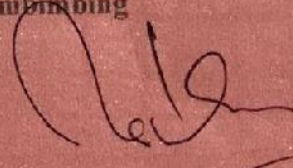
Padang, November 2020

**Mengetahui,
Dekan FIS UNP**



Dr. Siti Fatimah, M.Pd., M.Hum
NIP. 19610218 198403 2 001

**Disetujui oleh,
Pembimbing**



Mira Hasti Hasmira, S.H., M.Si
NIP. 19790515 200604 2 003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Sosiologi, Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
Pada Hari Selasa, 16 November 2020

Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat
Munculnya Media Sosial

Nama : Widia
BP/NIM : 2016/16058134
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial
Program : Sarjana (S1)

Padang, November 2020

TIM PENGUJI

NAMA

TANDA TANGAN

1. Ketua

Mira Hasti Hasmira, S.H., M.Si

2. Anggota

Drs . Ikhwan., M.Si

3. Anggota

Mohammad Isa Gautama, S.Pd., M.Si

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Widia
BP/NIM : 2016/16058134
Program Studi: Pendidikan Sosiologi
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial
Program : Sarjana (S1)

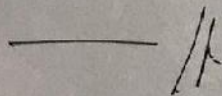
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial”** adalah benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil plagiat dari hasil karya ilmiah orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim. Apabila ada sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi Universitas Negeri Padang maupun masyarakat dan negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

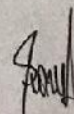
Padang, November 2020

Diketahui oleh,
Ketua Jurusan Sosiologi

Saya yang menyatakan



Dr. Eka Vidya Putra, S. Sos., M.Si
NIP. 19731202 200501 1 001



Widia
NIM. 16058134

ABSTRAK

Widia.2016/16058134 “Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial”

Penelitian 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: (perubahan, masyarakat, media sosial, makanan, teknologi)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atau berkah, rahmat dan hidayah-Nya senantiasa disampaikan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul: ***“Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial”*** Shalawat beserta salam juga penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah sampai kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta memberikan pedoman hidup kepada umat manusia yakni Al-Qur'an dan Hadits.

Dalam menyusun skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus dan ikhlas kepada yang terhormat:

1. Orang tua tercinta. Ayahanda (Arifil) dan Ibunda (Fatmawati) dan kakak yang selalu memberikan do'a, memberikan semangat, memberikan motivasi serta dukungan moral dan materil dari awal perkuliahan hingga terselesainya tugas akhir skripsi ini.
2. Rektor Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan studi dari awal hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah memberikan izin penelitian.

4. Bapak Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si selaku Ketua jurusan, dan Ibu Erda Fitriani, S.Sos., M.Si selaku sekretaris Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang yang telah memberikan ilmu pengetahuan sekaligus memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama mengikuti studi.
5. Ibu Mira Hasti Hasmira, S.H., M.Si selaku pembimbing penulis, mengucapkan terimakasih dan penghargaan sebesar-besarnya atas segala waktu serta ilmu yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan ketelitian hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Drs. Ikhwan., M.Si dan Bapak Mohammad Isa Gautama, S.Pd., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Mira Hasti Hasmira. S.H., M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dari masa kuliah hingga terselesainya tugas akhir skripsi.
8. Bapak dan ibu dosen staf Pengajar Jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan di Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Selanjutnya Staf administrasi Jurusan Sosiologi yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan, penelitian dan penyusunan skripsi ini.
9. Semua informan yang telah memberikan informasi dan membantu penulis selama penelitian
10. Jeffri Eko Pratama yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan mendengarkan segala keluhan dalam menyelesaikan tugas perkuliahan serta skripsi ini.
11. Teman tercinta (Odading mang ole) Enora Effendi, Yolla Amelia Gultom, Desridwi yang selalu memberikan semangat dan mendengarkan segala keluhan selama penyelesaian skripsi ini.

12. Teman tercinta (Wisuda Sebentar Lagi) Resa betari, Hafifah Soniya, Janatul Aini, Fiona Oktavia, Zulkhairani yang selalu memberikan support untuk penulis.
13. Teman Tercinta (Skuteng Squad) Sri Gusma Ningsih, Yana Aliya, Fiona Oktavia, Resa Betari yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Rekan-rekan Jurusan Sosiologi angkatan 2016 yang selalu memberikan motivasi.
15. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu tercapainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dalam rangka penyempurnaan isi skripsi ini penulis mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritik dan saran yang bermanfaat serta membangun dari berbagai pihak. Harapan penulis semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca serta bisa dijadikan bahan untuk studi penelitian relevan.

Semoga atas semua bimbingan, dukungan dan do'a tersebut menjadi pahala dan diberikan imbalan yang setimpal oleh Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu saran dan krtitik yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Wassalamu'alakum Wr. Wb

Padang, November 2020

Widia

NIM.16058134

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Kerangka Teori	14
F. Batasan Konseptual.....	15
1. Media Sosial.....	15
2. Ciri-ciri Media Sosial.....	16
3. Instagram.....	16
4. Perubahan Sosial.....	17
G. Kerangka Berpikir.....	19
H. Metode Penelitian	19

1. Lokasi Penelitian.....	19
2. Pendekatan dan Tipe Penelitian	20
3. Informan Penelitian.....	21
4. Metode Pengumpulan Data.....	21
a. Observasi.....	21
b. Wawancara Mendalam.....	22
c. Studi Dokumentasi	23
5. Validitas Data.....	24
6. Analisis Data.....	25
a. Reduksi Data	25
b. Penyajian Data	26
c. Penarik Kesimpulan	26

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kota Padang	28
B. Sejarah Perkembangan Usaha Jajanan Hitz Padang	31
C. Tujuan di Buat Akun Jajanan Hitz Padang	31
D. Perbandingan Dengan Online Shop Lain.....	32
E. Makanan Cepat Saji Sebagai Trend.....	34
F. Pengguna Instagram.....	36

BAB III PERUBAHAN PADA MASYARAKAT DALAM HAL MEMPEROLEH MAKANAN AKIBAT MUNCULNYA MEDIA SOSIAL

1. Tergiur Dengan Promosi.....	38
2. Banyaknya Followers.....	45
3. Efisiensi Waktu.....	47
4. Efisiensi Tenaga(<i>Mager</i>)	49
5. Merasa Menjadi Manusia Modern.....	50
6. Kepuasan Karna Memakan Makanan Yang Trend.....	52

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Akun Instagram yang Mempublikasikan Kuliner di Padang.....	5
2. Beberapa Tanggapan Konsumen	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Menu Jajanan Hitz Padang.....	7
Gambar 1.2 Produk Jajanan Hitz Padang	7
Gambar 1.3 Profil Jajanan Hitz Padang.....	8
Gambar 2.1 Profil Instagram Mienarko Official.....	32
Gambar 2.2 Profil Instagram Minuklir	32
Gambar 2.3 Profil Instagram Bananayummy	33
Gambar 2.4 Profil Instagram Jajanan Hitz Padang.....	33
Gambar 2.5 Juara 1 Lomba Foodiskon(Jajanan hitz padang).....	34
Gambar 3.1 Foto yang di Tampilkan di Instagram	39
Gambar 3.2 Foto yang di Tampilkan di Instagram	39
Gambar 3.3 Foto yang di Tampilkan di Instagram	39
Gambar 3.4 Foto yang di Tampilkan di Instagram	40
Gambar 3.5 Foto yang di Tampilkan di Instagram	40
Gambar 3.6 Foto yang di Tampilkan di Instagram	40
Gambar 3.7 Bukti Testimoni Konsumen	41
Gambar 3.8 Bukti Testimoni Konsumen	41
Gambar 3.9 Bukti Testimoni Konsumen	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Pedoman Wawancara
2. Pedoman Observasi
3. Data Informan Peneliti
4. Surat Penelitian
5. Dokumentasi

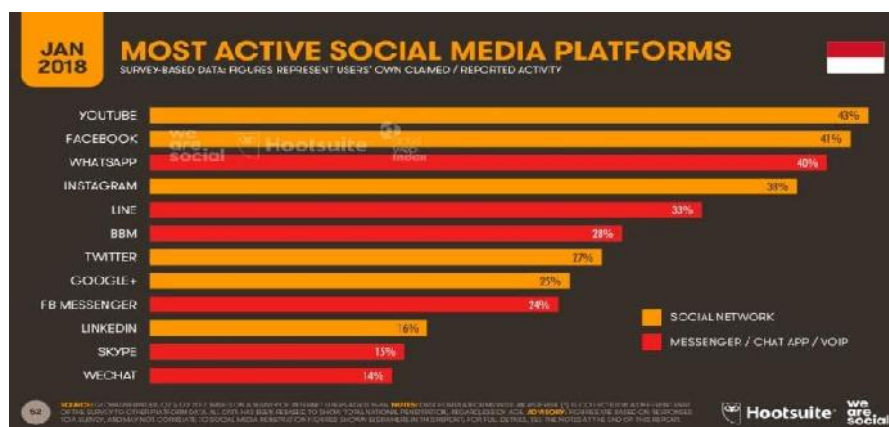
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modren saat ini perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat. Dengan berkembangnya teknologi pengguna internet pun semakin banyak, berdasarkan laporan *Wearesocial.net* diantaranya adalah tentang jumlah pengguna internet dunia yang telah mencapai 4,021 miliar orang. Ini artinya sudah lebih dari separuh manusia di bumi telah menggunakan internet. Di Indonesia sendiri, dijelaskan bahwa jumlah pengguna internet di Tanah Air mencapai 132 juta orang. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa setengah atau lebih dari 50% penduduk Indonesia telah bisa mengakses internet. Sementara di laporan yang sama dijelaskan dari ratusan juta pengguna internet di Indonesia sekitar 60 persenya telah mengakses internet menggunakan ponsel pintar (*smartphone*). (*Wearesocial.net* 2018)

Gambar 1.1 Media Sosial yang paling sering digunakan di Indonesia



Sumber : *Wearesocial.net* (2018)

Dilihat dari gambar grafik yang diperoleh dari *Hootsuite* pada Januari 2018 Youtube menjadi salah satu media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia sekitar 43% pengguna internet memilih menggunakan Youtube, namun tidak kalah dengan Youtube kini Instagram pun menjadi salah satu media sosial yang berpengaruh dalam melakukan *e-commerce*. Seperti yang dilansir oleh *Wearesocial.net* Indonesia juga menempati salah satu negara terbesar yang menggunakan salah satu media sosial terpopuler dunia yaitu Instagram. Indonesia ada dalam peringkat pengguna *Instagram* mencapai 53 juta orang itu artinya hampir seluruh pengguna ponsel pintar di Indonesia adalah pengguna Instagram. Dalam hal ini, Indonesia menempati peringkat ketiga setelah Amerika Serikat, dan Brazil.

Pasar bisnis di Indonesia saat ini sangat diuntungkan dengan kehadiran media sosial Instagram, sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Instagram adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto, maupun video, penggunanya yang mudah membuat aplikasi ini begitu diminati oleh berbagai kalangan, baik untuk sekedar membagi informasi terkait kegiatan sehari-hari ataupun untuk berbisnis. Seiring dengan berjalannya waktu Instagram tidak hanya dipergunakan untuk sekedar berbagi foto atau bertukar informasi saja, kini Instagram juga telah digunakan sebagai media promosi elektronik (*e-commerce*) beberapa orang atau kelompok kini memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan berbagai macam hal termasuk kuliner (Alma, Buchari 2011).

Keunggulan Instagram untuk berbisnis di media sosial merebaknya sebenarnya menjadi keuntungan tersendiri bagi mereka yang sedang menjalankan bisnis jual-beli. Mereka bisa memanfaatkan jaringan pertemanan untuk menarik pembeli. Semakin banyak teman di media sosial kemungkinan terjualnya barang dagang yang mereka jual semakin

meningkat. Bahkan belakangan ini pelaku bisnis *online* di Instagram bertambah banyak. Menanggapi hal tersebut, pasti ada alasan yang memicu mereka untuk memilih Instagram sebagai sarana berdagang. Beberapa ulasan tentang keunggulan Instagram untuk bisnis dan memikat pembeli yaitu tampilan foto dan video di Instagram sangat menarik, jangkauan yang luas, promosi menjadi lebih mudah, dan *hashtag* pada Instagram memudahkan para pencari produk (Sherief Salbino, 2014).

Berdasarkan informasi diatas dapat diambil kesimpulan bahwasannya saat ini Instagram merupakan sosial media yang sangat di minati atau di sukai oleh banyak kalangan masyarakat di Indonesia dari anak-anak, remaja hingga dewasa menggunakan Instagram Berbagai fitur menarik yang tersedia pada Instagram memberikan kemudahan bagi para penggunanya, baik untuk sekedar berbagi terkait aktivitas sehari-hari kepada pengguna lainnya membagikan informasi dan juga untuk berbisnis.

Berkaitan tentang penggunaan Instagram dalam hal berbisnis Instagram dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui internet. Sosial media Instagram dapat memberi kemudahan kepada kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. Dengan adanya sosial media Instagram, para pelaku bisnis *online* yang dalam hal ini adalah produsen sebuah produk makanan, minuman, atau barang dapat memanfaatkan media tersebut guna mempromosikan produk dagangannya, sehingga dapat menjangkau masyarakat luas. Begitu pula dengan konsumen, sosial media Instagram dapat dimanfaatkan untuk mencari referensi suatu produk barang atau jasa yang di inginkan (Deru R. Indika dan Cindy Jovita. 2017).

Dengan kemudahan yang dihadirkan oleh internet, cara berpromosi kini tidak lagi terbatas pada media cetak seperti brosur, poster, ataupun di media massa seperti koran, majalah, televisi, dan radio. Media sosial hadir sebagai media baru yang digunakan hampir seluruh pengusaha untuk berinteraksi dengan konsumennya. Dengan memanfaatkan media sosial untuk strategi pemasaran bisnis *online*, hal tersebut akan memungkinkan bagi para *owner* untuk memperluas jejaringan *customer*. Mengingat banyaknya kalangan anak-anak, remaja dan dewasa yang sering mengakses media sosial, maka bisnis *online* pun akan dengan mudah menarik perhatian masyarakat.

Bisnis yang paling sering ditemui secara *online* umumnya *clothing, food and bevarege*. Media sosial tidak berperan hanya sebagai alat untuk menghubungkan satu dengan yang lainnya, namun beralih fungsi sebagai *marketing tools*. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, hadirnya *smartphone* mampu menembus pasar dunia dengan pesat , karena fitur-fitur dimana yang memudahkan setiap orang untuk mengakses internet secara *mobile* dimana dan kapan saja, tanpa harus membawa laptop dan pada jaman sekarang para wirausahawan lebih banyak yang menggunakan *smarphone* karena dinilai lebih praktis dari pada memakai laptop dan komputer yang dinilai terlalu besar dan kurang simple jika dibawa kemana-mana.

Meledaknya *smartphone* dipasar dunia tidak lepas dari strategi pemasaran dari setiap perusahaan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang merek yang dijual. Selain itu komunikasi pemasaran dapat mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk/jasa yang dihasilkan perusahaan. Sehingga konsumen bisa mengenal produk/jasa yang

ditawarkan, dengan begitu membuat konsumen menjadi tertarik dan akan melakukan transaksi pembelian (Shimp, Terance A. 2003).

Tabel 1

Daftar Akun Instagram yang Mempublikasikan Kuliner di Padang

Nama akun Instagram	Jumlah follower
Jajanan_hitz_padang	49,6K
Mienarko	23,1K
Banana yummy	15,8K
Banana tor	21,8K
Mienuklir	4K

Sumber: [www.Instagram](https://www.instagram.com) .com 02 Maret 2020

Dilihat dari tabel diatas mengapa peneliti memilih akun Jajanan Hitz Padang? Karena dari data yang peneliti peroleh, akun Instagram jajanan hitz memiliki jumlah pengikut paling banyak dari pada akun lainnya. Yaitu 49,6K *followers* Salah satu bisnis kuliner yang sedang disukai oleh anak-anak remaja maupun orang dewasa yang ada di Kota Padang. Jajanan hitz buka sejak kurang lebih 1 tahun lalu, para pelaku bisnis Jajanan Hitz Padang memasarkan produknya secara *online* maupun *offline*. Menawarkan dan menjajakan produknya berupa makanan dan minuman dengan varian rasa yang cukup menarik dan harga yang terjangkau agar konsumen tertarik untuk membelinya. Dibandingkan dengan produk yg lain jajanan hitz sering mempromosikan makanannya melalui *histatory* Instagram jajanan hitz mereka selalu mengeluarkan produk makanan dengan bermacam-macam bentuk, model rasa dan nama-nama makanan yang berbeda.

Ketertarikan masyarakat menyukai makanan dan minuman yang ada di jajanan_hitz ini karna akun Instagram @jajanan_hitz_padang ini terbilang cukup aktif dalam memperbarui

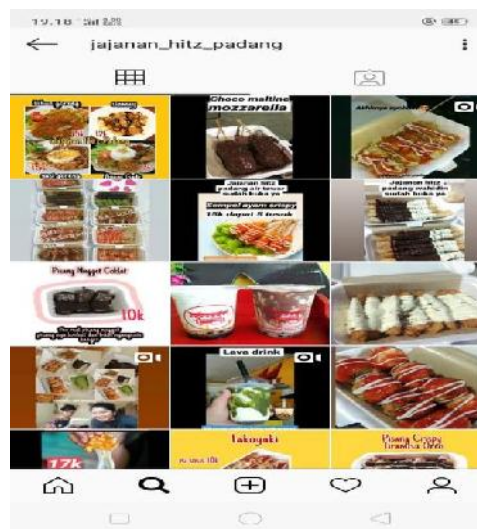
kontennya di Instagram sehingga membuat masyarakat tertarik ingin mencoba dan membelinya selain rasanya yang enak penampilannya juga menarik. Tidak hanya di Kota Padang saja tetapi jajanan_hitz juga mempromosikan produk nya secara *online* diluar kota seperti di Payakumbuh, Pekanbaru dan Sungai penuh.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, perkembangan penjualan jajanan_hitz bisa mendapatkan hasil pendapatan penjualan per 3 hari yaitu mencapai 12 jutaan. Para konsumen lebih banyak membeli secara *online* awal mulanya lebih banyak pembelian secara *online* yaitu melalui Gofood karna dengan adanya Gofood para konsumen tidak repot lagi untuk datang ketempat tinggal memesan melalui gojek dan apa yang diinginkan sudah ada semua di dalam aplikasi Gofood dan hampir 1 bulan ini dikarenakan harga tarif Gojek yang sekarang semakin meningkat membuat para konsumen lebih banyak memilih untuk datang ketempat. Karna Tarif baru ojek *online* (ojol) mulai berlaku sejak 2 September 2019 di seluruh daerah Indonesia, tidak terkecuali diKota Padang. Akibatnya banyak masyarakat yang mengeluh kenaikannya. Tentunya kenaikan tarif sistem zonasi ini bukan hanya berdampak pada *customer* (pelanggan), tetapi juga bagi *driver* gojek itu sendiri. Pasalnya semenjak berlakunya tarif baru *driver* sulit mencapai target point karena sepiunya pelanggan. Adapun tarif baru berdasarkan zonasi yang disusun kemenhub yakni: Zona I (Sumatra, Jawa, Bali, kecuali Jabodetabek) Rp 1.850-2.300 per Kilometer biaya minimal Rp 7.000-10.000. Zona II (Jabodetabek) Rp 2.000-Rp 2.500 per Kilometer, dengan biaya minimal Rp 8.000-10.000. Zona III (Kalimantan, Sulawesi, NTT, Maluku, dan lainnya) Rp 2.100-2.600 dengan biaya minimal Rp 7.000-10.000 (Padang. Gatra.com)

Jadi dengan naiknya tarik Gojek tidak mengurangi omset penjualan yang penting promo bisa semenarik mungkin sehingga membuat para konsumen tetap berlangganan. Awal mula

berdiri jajanan_hitz ini hanya kedai kecil yang berdiri di depan trotoar jalanan awalnya *owner* jajanan_hitz hanya menjual es kepal milo dan baru ditambah dengan inovasi-inovasi makanan yang lebih menarik lagi sehingga membuat para konsumen tertarik ingin mencoba dan membelinya. Sekarang para konsumen lebih nyaman untuk datang ke tempat jajanan_hitz karna kedainya lebih besar dari pada sebelumnya dahulu para konsumen berdiri ketika mengantri karna tidak disediakan tempat untuk duduk dan sekarang disediakan meja dan kursi untuk para konsumen agar bisa menikmati makanan yang mereka beli disana.

Gambar 1.1 Menu Jajanan_Hitz_Padang



Sumber: https://www.instagram.com/Jajanan_Hitz_Padang

Adapun salah satu produk makanan dari Jajanan_Hitz_Padang yaitu “ Choco Mozarella”

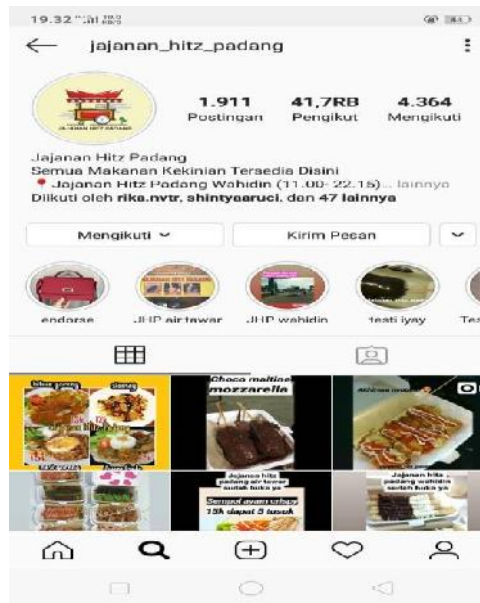
Gambar 1.3 Produk Jajanan_Hits_Padang



Sumber: https://www.instagram.com/Jajanan_Hitz_Padang

Produk makanan Jajanan Hitz Padang (*choco mozzarella*) ini hadir dengan varian rasa yang berbeda dan menarik dengan berbagai macam rasa yaitu rasa coklat, green tea, vanilla, mangga tiramisu, stroberi, taro, dan thai tea. Dengan adanya akun Instagram Jajanan Hitz Padang dapat Di distribusikan dan dikenal oleh khalayak luas, khususnya di Padang dimana tempat usaha Jajanan Hitz ini bermula, Dengan jumlah *followers* yang banyak tentu memudahkan bagi *owner* Jajanan Hitz Padang untuk mempromosikan produk mereka kepada para konsumen. dan sekarang *owner* jajanan hitz telah memiliki 3 *outlet* yang berlokasi di Jl Wahidin dan Jl Prof Hamka dan Jl Steba Kota Padang . Akun Instagram jajanan_Hitz_Padang ini adalah sebuah akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi.

Gambar 1.3 Profil Instagram Jajanan_Hitz_Padang



Sumber: [//www.instagram.com/Jajanan_Hitz_Padang](https://www.instagram.com/Jajanan_Hitz_Padang)

Seperti yang tertera pada gambar diatas, akun Instagram Jajanan_Hitz_Padang setiap harinya mempromosikan produknya melalui video dan foto yang di unggah dalam akunnya yang berisi pesan promosi dengan kalimat yang berusaha untuk membangun komunikasi dengan pengikutnya. Agar para konsumen menjadi tertarik ingin mencoba membelinya.

Tabel 2

Beberapa Tanggapan Konsumen

Nama	Tanggal Wawancara	Tanggapan
Yolanda	28 Februari 2020	Karna menurut saya makanan yang di jual disana menarik, tidak hanya satu makanan saja, bermacam-macam makanan sehingga membuat saya tertarik

		membelinya, harganya juga terjangkau.
Melani	28 Februari 2020	Menurut saya makanan yg dijual di jajanan_hitz menarik dibandingkan Outlet yg lain karna disini tidak hanya satu produk makanan saja tetapi banyak model makanan yg membuat org tertarik selain rasanya harganya dan tampilanya juga menarik.
Putri	02 Maret 2020	Menurut saya makanan disini enak-enak varian rasanya juga banyak, selain makanan minuman juga ada. Dibandingkan dengan yang hanya satu makanan saja dijual sedangkan jajanan_hitz bermacam-macam makanan.
Diva	02 Maret 2020	Menurut saya makanan disini membuat para konsumennya tertarik karna bermacam-macam makanan dijual disini, setiap hari mereka mempromosikan makanan dengan varian rasa yg berbeda beda dan membuat saya tertarik ingin mencobanya.
Enora	02 Maret 2020	Menurut saya makanan yang dijual disini menarik dibandingkan yang lain karna rasanya yang enak harga juga terjangkau, kenapa berbeda dengan yg lain produk makanan yang lain hanya menjual satu makanan saja, sedangkan jajanan_Hitz bermacam-macam makanan menarik yg dijual.

Dari beberapa tanggapan para konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa akun jajanan hitz berhasil membuat para konsumennya selalu tetap berlanggan karna mereka selalu menampilkan video, foto makanan dan minuman semenarik mungkin selalu membuat para konsumen akan tergiur untuk mencobanya, dari harganya sangat terjangkau rasa yang enak dan tampilan juga menarik.

Perubahan sosial yaitu proses dimana dalam suatu sistem sosial terdapat perbedaan-perbedaan yang dapat diukur yang terjadi dalam suatu kurun waktu tertentu. Perubahan selalu mengandung perbedaan kita perlu dapat mengukur perubahan yang bersangkutan untuk memastikan apakah perubahan itu berarti kemajuan (progress) atau kemunduran (regress). Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sosial adalah faktor internal dan faktor eksternal. Yang termasuk dalam faktor internal adalah penemuan baru, gerakan sosial, perencanaan sosial dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal ada manifest dan laten faktor manifest ditingkat individu itu berarti bahwa individu dapat mengubah masyarakatnya. Sedangkan faktor internal laten yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Konsep perubahan sosial sebagai suatu alat untuk mengamati dan menentukan apakah ada perubahan (Drs. Robert. M.Z Lawang)

Perubahan sosial merupakan fenomena kehidupan yang dialami oleh setiap masyarakat dimanapun dan kapan pun. Setiap manusia selama hidupnya pasti mengalami perubahan-perubahan dalam berbagai aspek kehidupannya, yang terjadi di tengah-tengah pergaulan (interaksi) antara sesama individu warga masyarakat, demikian pula antara masyarakat dengan lingkungan hidupnya. Apabila kita membandingkan kehidupan kita sekarang ini dengan beberapa tahun atau beberapa puluh tahun yang lalu, pastilah kita

merasakan adanya perubahan-perubahan itu. Baik dalam tata cara pergaulan antara sesama anggota masyarakat sehari-hari, dalam cara berpakaian, dalam kehidupan keluarga, dalam kegiatan ekonomi atau mata pencarian dalam kehidupan beragama, dan seterusnya. Semua yang kita rasakan itu dirasakan oleh orang-orang atau masyarakat lain. Yang berbeda adalah kecepatan atau laju terjadinya perubahan, demikian pula cakupan aspek kehidupan masyarakat (*magnitude*) perubahan yang dimaksud (Suwarsono, dan Alvin Y.1991).

Setiap masyarakat dalam kehidupannya pasti akan mengalami perubahan-perubahan penyebab perubahan sosial salah satunya yaitu teknologi. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini. 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. Disamping itu kebutuhan maupun kepentingan masyarakat senantiasa berkembang terus, sehingga diperlukan perubahan agar kebutuhan dan kepentingan dapat dipenuhi secara wajar. Perubahan-perubahan bukanlah semata-mata berarti suatu kemajuan (progress) namun dapat pula berarti kemunduran dari bidang-bidang kehidupan tertentu. Penemuan baru di bidang teknologi yang terjadi di suatu tempat dengan cepat dapat diketahui oleh masyarakat lain yang berada jauh dari tempat tersebut. 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 (Soerjono Soekanto, 1990).

Perubahan yang terjadi dalam masyarakat dapat berupa perubahan sosial dan perubahan ekonomi. Masyarakat itu sendiri dapat dilihat sebagai sebuah sistem dimana

seluruh struktur sosialnya (juga masing-masing elemen) terintegrasi menjadi satu, masing-masing memiliki fungsi yang berbeda tapi saling berkaitan dan menciptakan konsensus dan keteraturan sosial serta elemen akan saling beradaptasi baik terhadap perubahan internal dan eksternal masyarakat (Paloma,M,1993).

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 yang semakin maju akan membawa masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman dengan 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.

Berikut beberapa penelitian yang relevan menurut penulis, antara lain: *pertama*, skripsi (Dewi: 2016) yang berjudul “Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online”. Dari hasil penelitian mengenai Pemilihan Dan Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Pada Akun Instagram *@Freezy Browniezz* dapat disimpulkan Fokus dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana pemilihan dan pemanfaatan media Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online*. persamaan penelitian ini dengan peneliti adalah terletak pada aspek media sosial yang diteliti yaitu Instagram. Persamaan yang kedua terdapat pada metode penelitiannya yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Kedua: Jurnal bisnis terapan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran Bandung yang berjudul “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen” Jurnal ini meneliti tentang bagaimana media sosial Instagram dapat menarik minat para pengunjung *Floating Market* dan apakah penggunaan Instagram yang telah dilakukan selama ini cukup efektif dan dapat menarik minat pengunjung *Floating Market*. Kesamaan penelitian ini dengan peneliti adalah sama-sama mengangkat tentang media sosial sebagai promosi. Adapun perbedaannya terdapat dari metode penelitian yang disajikan jurnal ini adalah dengan metode kuantitatif sementara peneliti dalam melakukan penelitian pada skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian yang peneliti lakukan memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian diatas. Persamaannya terletak pada media sosial yang digunakan sedangkan perbedaannya terletak pada fokus objek yang diteliti. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut tentang “Perubahan Pada Masyarakat Dalam Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial”.

B. Batasan Masalah Dan Rumusan Masalah

Penelitian ini fokus pada perubahan masyarakat dalam hal memperoleh makanan akibat munculnya media sosial. kehadiran sosial media zaman modern seperti sekarang ini telah membawa banyak perubahan pada masyarakat. Perubahannya yaitu dalam hal konsumsi mulai dari cara membeli dan apa saja yg dikonsumsi. Semua hal yang menguntungkan bisa saja terwujud asalkan para pelaku usaha toko *online* bisa memanfaatkan media sosial dengan cara dan aturan yang tepat agar bisa menjalankan perannya sebagai tempat dan alat yang tepat. Dan muncul lah salah satu kuliner jajanan hitz di Kota Padang yang memanfaatkan

Instagram sebagai media dalam menjajakan suatu usaha makanan. Dengan perkembangan teknologi informasi ini membawa sebuah perubahan dalam masyarakat diantaranya perubahan dalam cara memperoleh makanan.

Dalam memperoleh makanan akibat munculnya media sosial menjadi pertanyaan bagi peneliti bagaimana faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi peneliti lainnya sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis.

Bagi penulis: sebagai pengalaman awal dalam melakukan penelitian.

Bagi owner suatu produk: hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau saran terkait dengan memperoleh makanan akibat munculnya media sosial.

E. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian yang berjudul “Perubahan Pada Masyarakat Dalam Hal Memperoleh Makanan Akibat Munculnya Media Sosial”. Peneliti menggunakan pendekatan teori perubahan sosial dari William F. Ogburn dalam menganalisis masalah. Menurut William F.Ogburn perubahan sosial adalah perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan baik material maupun immaterial yang menekankan adanya pengaruh besar dari unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial. Kebudayaan materiil adalah sumber utama kemajuan. Aspek kebudayaan non-materiil harus menyesuaikan diri dengan perkembangan kebudayaan materiil, dan jurang pemisah antara keduanya akan menjadi masalah sosial. Menurut Ogburn, teknologi adalah mekanisme yang mendorong perubahan, manusia selamanya berupaya memelihara dan menyesuaikan diri dengan alam yang senantiasa diperbaharui oleh teknologi.

Teknologi menurut Ogburn, berubah terlebih dahulu, sedangkan kebudayaan berubah paling akhir. Dengan kata lain kita berusaha mengejar teknologi yang terus menerus berubah dengan mengadaptasi adat dan cara hidup kita untuk memenuhi kebutuhan teknologi. Teknologi menyebabkan terjadinya perubahan sosial cepat yang sekarang melanda dunia. Perubahan teknologi akan lebih cepat dibandingkan dengan perubahan pada perubahan budaya, pemikiran, kepercayaan, nilai-nilai, norma-norma yang menjadi alat untuk mengukur kehidupan manusia. Oleh karena itu perubahan seringkali menghasilkan kejutan sosial yang pada gilirannya akan memunculkan pola-pola perilaku baru.

Alasan peneliti menggunakan teori ini karena dalam teori tersebut menjelaskan bahwa manusia senantiasa diperbarui oleh teknologi dengan kemunculan teknologi sekarang

manusia lebih cepat mengalami perubahan, termasuk perubahan dalam memperoleh makanan akibat munculnya media sosial. Yang pada zaman dahulu ketika menginginkan sesuatu makanan harus pergi membeli bahan makanan dan memasak sendiri dan sekarang ketika sudah munculnya teknologi, media sosial sekarang masyarakat hanya tinggal memesan makanan melalui aplikasi gofood dan tidak perlu repot-repot lagi untuk memasak.

F. Batasan Konseptual

Media sosial

1. Pengertian media sosial

Menurut Andreas Kaplan dan Micheal Haenlein mendefenisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideology dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaaan dan pertukaran user-generated contet. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media Sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *social network*, *forum internet*, *weblogs*, *social blogs*, *micro blogging*, *wikis*, *podcasts*, gambar, video, rating, dan bookmark sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis Media Sosial: proyek kolaborasi (misalnya Wikipedia), blog dan microblogs (misalnya twitter), komunitas konten (misalnya youtube), situs jaringan sosial (misalnya facebook), Instagram), virtual game (misalnya word of warcraft) dan virtual social (misalnya second life).

Jejaringan sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaringan sosial terbesar antara lain *Facebook*, *Myspace*, *Plirk*, *Twitter* dan

Instagram. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast maka media sosial menggunakan internet. Media Sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media Sosial adalah sebuah Media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaringan sosial dan wiki merupakan bentuk Media Sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Saat teknologi internet dan Mobile Phone makin maju maka Media Sosial pun ikut tumbuh pesat. Kini untuk mengakses Instagram misalnya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah Mobile Phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses Media Sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya dinegara-negara maju tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya Media Sosial juga mulai tampak menggantikan peranan Media Massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita (Gusti Ngurah Aditya Lesmana, hal:10-11).

2. ciri-ciri media sosial

Menurut pandangan dari Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI dalam sebuah karya nya yang berjudul Panduan Optimalisasi Media Sosial (2014:27) mengatakan bahwa sosial media mempunyai cirri-ciri sebagai berikut:

- a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.

- c. Isi disampaikan secara *online* dan langsung.
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
- e. Sosial media menjadikan penggunaannya sebagai creator dan actor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
- f. Dalam konten sosial media terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status), dan kelompok (group).

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata “Insta yang asalnya Instan “ dan “gram dari kata telegram” (Miliza Ghazali, 2016). jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Insta-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaringan sosial lainnya.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi Instagram. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengungahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album ponsel. Instagram dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur

penawaran dari foto yang dikehendaki. Dengan berlatar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, Instagram memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar Kodak Instamatic dan Polaroid, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera ponsel. (Sherief Salbino, 2014)

Pengguna Instagram, kronologi perkembangan pengguna Instagram telah dimuat dalam artikel yang ditulis oleh Instagram sendiri melalui Instagram Blog. Pada Desember 2010, Instagram memiliki 1 juta pengguna terdaftar. Pada Juni 2011 Instagram mengumumkan telah memiliki 5 juta pengguna dan jumlah tersebut terus naik melewati angka 10 juta pada bulan September di tahun yang sama. Pada bulan Juli 2011, Instagram mengumumkan bahwa 100 juta foto telah diunggah ke platform layanan dan jumlah tersebut terus meningkat hingga mencapai angka 150 juta pada bulan Agustus 2011. Bulan April 2012, diumumkan bahwa lebih dari 30 juta akun telah aktif di Instagram. bahwa pada bulan Maret 2013 adalah tercapainya angka 100 juta pengguna aktif yang menjadikan Instagram menjadi salah satu jejaring sosial media dengan jumlah pengguna terbanyak. Jumlah tersebut terus bertambah hingga saat ini.

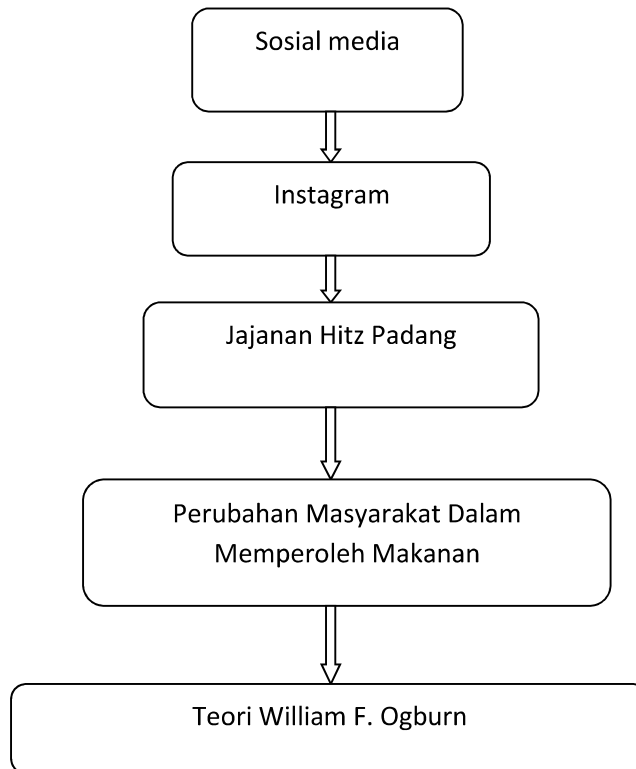
4. Perubahan sosial

Perubahan sosial yaitu proses dimana dalam suatu sistem sosial terdapat perbedaan-perbedaan yang dapat diukur yang terjadi dalam suatu kurun waktu tertentu. Perubahan selalu mengandung perbedaan kita perlu dapat mengukur

perubahan yang bersangkutan untuk memastikan apakah perubahan itu berarti kemajuan (progress) atau kemunduran (regress). Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sosial adalah faktor internal dan faktor eksternal. Yang termasuk dalam faktor internal adalah penemuan baru, gerakan sosial, perencanaan sosial dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal ada manifest dan laten faktor manifest ditingkat individu itu berarti bahwa individu dapat mengubah masyarakatnya. Sedangkan faktor internal laten yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Konsep perubahan sosial sebagai suatu alat untuk mengamati dan menentukan apakah ada perubahan.

Perubahan sosial merupakan fenomena kehidupan yang dialami oleh setiap masyarakat dimanapun dan kapan pun. Setiap manusia selama hidupnya pasti mengalami perubahan-perubahan dalam berbagai aspek kehidupannya, yang terjadi di tengah-tengah pergaulan (interaksi) antara sesama individu warga masyarakat, demikian pula antara masyarakat dengan lingkungan hidupnya. Apabila kita membandingkan kehidupan kita sekarang ini dengan beberapa tahun atau beberapa puluh tahun yang lalu, pastilah kita merasakan adanya perubahan-perubahan itu. Baik dalam tata cara pergaulan antara sesama anggota masyarakat sehari-hari, dalam cara berpakaian, dalam kehidupan keluarga, dalam kegiatan ekonomi atau mata pencarian dalam kehidupan beragama, dan seterusnya. Semua yang kita rasakan itu dirasakan oleh orang-orang atau masyarakat lain. Yang berbeda adalah kecepatan atau laju terjadinya perubahan, demikian pula cakupan aspek kehidupan masyarakat (*magnitude*) perubahan yang dimaksud (Suwarsono, dan Awin Y.1991).

G. Kerangka Berfikir



H. Metode Penelitian

1. Lokasi 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.

2. Pendekatan Dan Tipe Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Burhan Bungin (2012:124) penelitian menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali atau membangun suatu proposisi atau menjelaskan suatu makna dibalik realita. Peneliti berpijak dari realita atau peristiwa yang berlangsung dilapangan, sehingga peneliti dapat memahami situasi sosial secara mendalam. Menurut Prof. Dr sugiono (2006:9) penelitian kualitatif disebut dengan penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Pendekatan ini dipilih dengan maksud untuk mendapatkan pemahaman tentang perubahan pada masyarakat dalam hal memperoleh makanan akibat munculnya media sosial. Dengan pendekatan demikian, terbuka peluang bagi peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami kasus secara mendalam dan rinci. Karena ingin menemukan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi.

Tipe penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Idrus Muhammad (2009 :58) studi kasus adalah rancangan penelitian yang mengembangkan analisis mendalam atas suatu kasus. Penelitian yang memusatkan perhatian pada fenomena-fenomena sosial umum yang nyata dalam kehidupan masyarakat yang dilihat dari persoalan atau kasus tertentu, baik dalam suatu lembaga, kelompok, maupun individu. Studi kasus menekankan pada satu atau beberapa kasus secara mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi yang kaya akan konteks. Penelitian akan dilakukan secara mendalam terhadap suatu fenomena dengan menggunakan cara-cara yang sistematis dalam melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi dan pelaporan hasilnya. Tipe studi kasus yang digunakan adalah tipe studi kasus intrinsik. Studi kasus intrinsik menekankan pada pemahaman (*verstehen*) yang mendalam. Apabila kasus yang dipelajari secara mendalam mengandung hal-hal yang menarik untuk dipelajari dari kasus tersebut. Dalam

penelitian ini, peneliti berusaha untuk menjelaskan faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi.

3. Informan Penelitian

Untuk mendapatkan data yang relevan dengan permasalahan yang peneliti teliti, maka teknik pemilihan informan mengenai penelitian perubahan pada masyarakat dalam hal memperoleh makanan akibat munculnya media sosial menggunakan 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 (Prof.Dr Sugiono,2006:95). Adapun jumlah imforman pada penelitian ini yaitu 22 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik usaha jajanan hitz (*owner*) 2 orang kariyawan jajanan hitz 17 orang konsumen dan 2 orang yang bukan konsumen.

I. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah langkah strategis pada penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017:224) perkumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan cara. Data yang dikumpulkan adalah setting alamiah (*natural setting*). secara umum teknik pengumpulan data yang dapat digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

A. Observasi

Sutrisno Hadi (dalam Sugiono, 2017:145) mengemukakan 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. Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan diselidiki. Observasi umumnya digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data atau untuk mencatat bukti (Suharsimi Arikunto, 2006). Observasi yaitu dimana peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu dilokasi penelitian.

Adapun observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu observasi partisipasi aktif yang mana peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang akan diteliti untuk melakukan pengamatan dan peneliti terlibat dengan kegiatan orang yang sedang diamati atau diteliti yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Seperti peneliti ikut membeli dan 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, kariyawan 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.

B. Wawancara

Menurut Burhan Bungin (2012:155) wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksikan mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai (*interviewee*). Wawancara digunakan untuk dapat mengetahui informasi secara lebih mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti (Burhan Bungin, 2012:158).

Melalui wawancara mendalam secara tatap muka, maka peneliti akan mendapatkan data mengenai permasalahan yang ingin diteliti oleh peneliti. Sebelum melakukan wawancara, peneliti menjalin hubungan baik dengan informan penelitian 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.

Kemudahan pada saat peneliti mewawancarai informan yaitu informan mau di ajak bekerjasama tidak sungkan untuk berbicara, kesulitan pada saat wawancara yaitu dengan kondisi yang sekarang tidak memadai karena covid19, beberapa informan memakai masker ketika wawancara dan dikarnakan juga kondisi cuaca yang tidak bagus, hujan yang begitu deras jadi suara informan tidak begitu kedengaran dan ditambah dengan memakai masker jadi kurang terdengar suaranya.

C. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumentasi merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya jika di dukung oleh studi dokomen (Burhan Bungin, 2012:240). Dokumentasi yang dilakukan berupa gambar, gambar yang di pakai yaitu gambar produk makanan jajanan hitz selanjutnya foto, foto peneliti dengan informan yang dijadikan sebagai sumber informasi pada saat wawancara, catatan, catatan berupa hasil wawancara ditulis dibuku. Video, berupa unggahan yang di posting didalam akun jajanan hitz dan testimoni dari beberapa konsumen. Dan

nama Instagramnya yaitu @Jajajan_Hitz _Padang. Peneliti menggunakan dokumentasi pada infoman sebagai pegangan dalam penelitian.

J. Validitas Data

Validitas data diperlukan untuk melihat Reliabilitas dan Keabsahan Data. Mangacu pada Moeloeng, untuk pembuktian validitas data ditentukan oleh kredibilitas temuan dan interprestasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian (perspektif emik) Menurut Lincoln dan Guba. upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk melakukan validitas data sebagai berikut:

1. Memperpanjang keikutsertaan peneliti dalam pengumpulan data dilapangan. dalam penelitian kualitatif, peneliti terlibat dalam pengumpulan data, semakin lama peneliti terlibat dalam pengumpulan data, semakin memungkinkan meningkatkan derajat kepercayaan yang dikumpulkan.
2. Melakukan observasi secara terus menerus dan sungguh-sungguh, sehingga peneliti semakin mendalami fenomena sosial yang diteliti.
3. Melakukan triangulasi data

Triangulasi data diartikan sebagai teknik pengumpulan yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Dengan melakukan triangulasi data, peneliti sekaligus sudah menguji kredibilitas data dan

dengan melakukan triangulasi data akan lebih meningkatkan kekuatan data yang ditemukan peneliti.

Teknik triangulasi ada beberapa macam yaitu antara lain adalah triangulasi sumber, metode dan waktu. Triangulasi sumber artinya peneliti mengecek kembali data yang diperoleh melalui berbagai sumber, data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya diminta kesepakatan dengan sumber data tersebut. Triangulasi metode adalah pengecekan data kepada sumber yang sama dengan metode yang berbeda.

Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara mendalam. Peneliti juga bisa melakukan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya. Selanjutnya adalah triangulasi waktu, yaitu pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan melalui wawancara, observasi atau teknik lain dalam situasi waktu yang berbeda.

4. Melibatkan teman sejawat untuk berdiskusi

Hal ini perlu dilakukan agar teman sejawat dapat memberikan masukan dan kritikan mulai dari awal proses penelitian sampai pada hasil penelitian, mengingat keterbatasan kemampuan peneliti bila dihadapkan pada kompleksitas fenomena sosial yang diteliti.

K. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles dan Huberman (dalam Prof. Dr. Sugiyono, 2017:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Langkah-langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Langkah-langkah analisis yang dilakukan dalam peneliti ini sebagai berikut:

A. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara rinci dan teliti (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:247). Maka dari itu, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi data dapat dilakukan dengan mendiskusikan hasil temuan pada teman atau orang lain yang dianggap ahli. Melalui diskusi maka wawasan peneliti akan berkembang sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:249). Mereduksi data berarti mencatat, merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting serta dicari tema dan polanya (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:247)

B. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah data disajikan dalam bentuk uraian singkat atau dalam bentuk teks yang bersifat narasi dan deskripsi. Melalui penyajian data akan terorganisasi dan tersusun sehingga akan lebih mudah untuk dipahami (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:249).

Penyajian data dalam penelitian ini bersifat deskriptif, yang mana data yang dikumpulkan lebih kepada bentuk kata-kata. Data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk pembahasan masalah yaitu adalah faktor-faktor penyebab terjadi perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi?

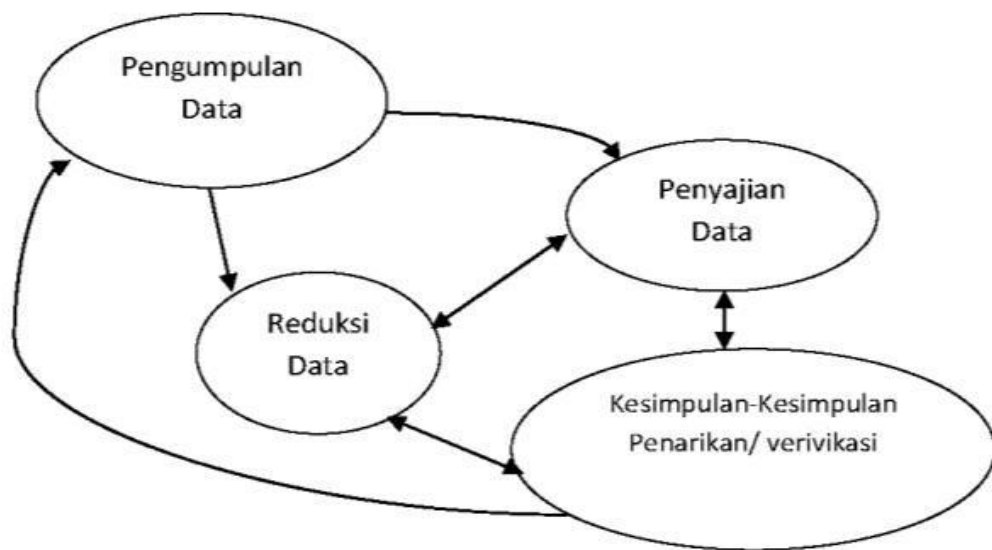
Untuk melihat faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan dalam memperoleh makanan akibat pengaruh teknologi informasi, peneliti menyajikan data dalam bentuk deskriptif yang dilengkapi dengan gambar-gambar sebagai data penunjang.

C. Penarik Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data menurut Miles dan Huberman (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:252). adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. kesimpulan awal yang diperoleh masih merupakan dugaan sementara, dan berubah ketika ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada saat pengumpulan data. Kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti valid dan konsisten, maka kesimpulan yang sudah dikemukakan merupakan yang kredibel.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa deskriptif suatu fenomena yang sebelumnya

masih belum jelas, sehingga setelah dilakukan penelitian maka akan semakin jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori data yang sudah sebelumnya bila telah didukung oleh data-data yang mantap, maka dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel (Prof. Dr. Sugiyono, 2017:253).



(Skema Analisis data Miles dan Huberman)