

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication

Evi Dwi Jayanti

44314110090

Fenomena Mengunggah Foto Makanan di media Sosial Instagram

Jumlah halaman : X + 90 halaman + 19 lampiran

Bibliografi : 29 Acuan, Tahun 2001 – 2016

ABSTRAK

Menjadi satu hal yang umum, aksi memotret makanan menjadi sangat sering dijumpai bahkan ketika internet dan jejaring sosial meraih popularitasnya dalam beberapa tahun terakhir ini, banyaknya media sosial dan kemudahan akses internet, serta kecanggihan ponsel berkamera saat ini seakan saling bahu-membahu menyokong kebiasaan mengunggah foto makanan di media sosial.

Fenomena ini mengubah persepsi makanan yang tadinya hanya untuk mengisi perut menjadi objek yang harus diperlihatkan atau dibanggakan terhadap publik di ranah media sosial. Media sosial sebagai saluran memainkan peranan penting dalam perubahan persepsi mengenai makanan tersebut.

Berikutnya foto makanan merupakan salah satu bentuk dari pesan non-verbal. Sesuai dengan teori komunikasi non verbal yang menilai pesan non verbal lebih efektif dan efisien jika dibandingkan dengan pesan verbal dan merupakan sarana sugesti yang paling tepat. Oleh karena itu sekarang kebanyakan dari media sosial mulai menambahkan fitur foto dan situs-situs yang berhubungan dengan makanan juga lebih banyak menampilkan foto dibandingkan dengan tulisan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa alasan utama seseorang mengunggah foto makanan di sosial media adalah kebutuhan pertemanan. Bisa disebut juga sebagai kebutuhan untuk diterima di dalam lingkungannya. Dengan maraknya fenomena pengungkahan foto makanan ini, seseorang berusaha mengikuti apa yang sedang dilakukan oleh lingkungan sekitarnya, agar dianggap oleh lingkungan tersebut.