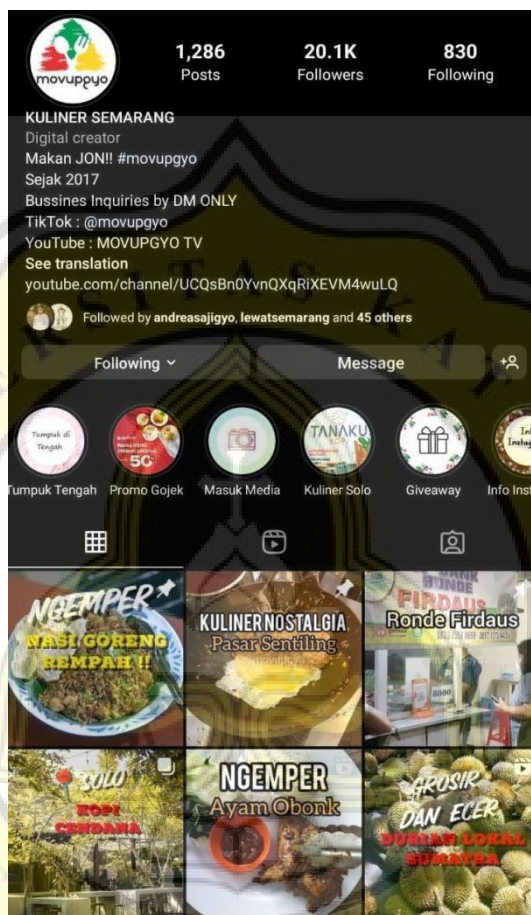


BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Instagram @MOVUPGYO



Gambar 4.1. Tampilan Instagram @MOVUPGYO
Sumber : <https://www.instagram.com/movupgyo/>

Akun Instagram “@MOVUPGYO” adalah salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai sarana informasi kuliner yang berada di Kota Semarang sejak November 2017. Akun ini memfokuskan untuk berbagi dengan mengupload foto dan video yang mengandung sebuah pesan yang disebut informasi seputar Kuliner yang ada di Kota Semarang.

Admin atau pengurus dan juga pemilik akun Instagram @MOVUPGYO saat ini adalah Andreas Aji Subagyo yang juga memiliki akun pribadi Instagram “@Andreasajigyo” akun @MOVUPGYO dijalani oleh Andre yang awalnya akun tersebut hanya memiliki beberapa pengikut saja tidak yang langsung dengan pengikut yang banyak karena pada awalnya membuat akun ini hanya menyalurkan hobi tentang fotografi dan sering berkuliner di pinggiran jalan hingga di kafe dan mall khususnya di Kota Semarang.

Berawal dari hobi yang dimiliki oleh Andre dengan mengunjungi dan memotret makanan kemudian di upload di Instagram. Tautan tersebut mendapatkan respon yang baik dengan ditujukannya oleh like dan komentar yang menanyakan makanan tersebut. Berawal dari itu akun Instagram @MOVUPGYO dikenal orang.

Asal usul nama akun Instagram @MOVUPGYO. MOV artinya adalah bergerak dari kata *Move*, *UP* artinya adalah keatas dan GYO adalah nama dari pemilik akun, alasan dengan memberi nama tersebut untuk memotivasi bahwa akun MOVUPGYO ini selalu bergerak ke atas mencapai titik kesuksesan dan nama tersebut tidak hanya akan digunakan di Instagram aja namun hingga media sosial lainya hingga menjadi besar.

Pada awal dibuatnya akun Instagram ini adalah ketertarikan dalam food fotografi dikarenakan pertumbuhan wisata kuliner di Kota Semarang yang semakin pesat dari resto café dan hingga pedagang kaki lima yang semakin pesat. Banyaknya kuliner yang tersedia namun belum memiliki wadah untuk menginformasikan bahwa kuliner itu ada. Jadilah @MOVUPGYO dibentuk

berdasarkan fungsinya yaitu sebagai penyampaian informasi yang detail seputar kuliner di Kota Semarang. Andre sebagai pemilik akun menyadari bahwa Semarang memiliki banyak kuliner yang beraneka macam dan menarik sehingga bertekad untuk berbagi ke orang lain dan memperkenalkan kuliner Kota Semarang, baik untuk masyarakat Semarang maupun pengunjung dari luar.

Akun @MOVUPGYO ini bertujuan untuk menyediakan informasi mengenai kuliner di Kota Semarang. Orang bisa melihat serta bertanya tentang segala hal yang berkaitan dengan kuliner di Kota Semarang. Tujuan lainnya selain sebagai sarana informasi mengenai kuliner juga sebagai jembatan antara resto, cafe atau kaki lima yang diulas oleh @MOVUPGYO kepada masyarakat luas.

Pada awalnya @MOVUPGYO bergerak dengan keinginannya sendiri untuk mencari kuliner atau tempat makan yang ingin di ulas dan di masukkan ke Instagram, namun berjalannya waktu demi waktu dikarenakan ulasan yang diberikan mendapatkan respon yang bagus dan tahap demi tahap followers menjadi banyak hingga sekarang menjadi kurang lebih 20.159 ribu dan masih berkembang terus hingga saat ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Media Sosial

Mandiberg mendefinisikan media sosial sebagai “Media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). (Nasrullah, 2020: 11) Jika dikaitkan dengan penelitian ini maka media

sosial Instagram yang dimanfaatkan oleh akun kuliner @MOVUPGYO ini adalah membuat sebuah konten yang berguna sebagai sumber informasi yang kuliner di Kota Semarang yang dapat mengenalkan ternyata di Kota Semarang memiliki aneka macam kuliner yang menarik dan pastinya enak.

Dalam wawancara langsung kepada pemilik akun @MOVUPGYO bahwa Instagram merupakan pilihan media sosial yang menurut @MOVUPGYO ini yang sangat diminati banyak orang serta akses yang mudah dan fitur fitur yang ada di Instagram ini sangat menarik perhatian para penggunanya. Banyaknya kemunculan sosial media mulai dari facebook, Instagram, twitter, whatsapp dan lain - lainnya @MOVUPGYO memilih Instagram ini melihat dengan fungsi fitur – fiturnya yang dapat membantu dalam pembuatan sebuah kontennya dikarenakan karakteristik Instagram sendiri yaitu bisa memposting foto, video dalam penulisan di caption atau disebut dengan deskripsi itu tidak memiliki batasan kata jadi bebas untuk menulis di caption tersebut. Itulah menjadi pertimbangan @MOVUPGYO memilih menggunakan Instagram sebagai media sosial yang efektif dalam *sharing*.

Menurut Rulli Nasrullah ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial salah satunya kategorinya adalah situs berbagi media (Media Sharing) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya.

Dalam kategori sosial media menurut Rulli Nasrullah bahwa Instagram ini adalah termasuk jenis media sharing yang tiap penggunanya itu dapat berbagi media mulai dari dokumen, video, audio, gambar dengan fitur fitur yang disediakan di Instagram yaitu mulai dari fitur yang ada dalam Instagram. Fitur

yang digunakan yaitu post merupakan fitur dimana para penggunanya dapat berbagi sebuah foto dan video dan fitur yang dikenal dengan *direct message* bisa digunakan juga untuk berbagi antar pengguna atau kelompok.

Penggunaan Instagram ternyata sangat luas ternyata kegunaan Instagram tidak hanya sebatas untuk berbagi sebuah konten ataupun berinteraksi namun ternyata Instagram dapat menjadikan sarana untuk mendapatkan sebuah hiburan dan sumber pengetahuan dalam bentuk informasi yang telah dibuat oleh konten kreator dalam quisoner yang telah di bagikan bahwa menurut Etha (@margar_etha) “Instagram saya gunakan sebagai media untuk saya mencari hiburan dengan melihat video yang lucu lucu dan juga saya sering mengupdate informasi karna kebutuhan pengetahuan saja mulai dari teknologi, otomotif, bisnis serta berita berita terbaru dan ke kuliner juga” hal tersebut ternyata meyakini bahwa ternyata media sosial terkhususnya Instagram ini memiliki berbagai manfaat mulai dari sumber pengetahuan akan informasi serta hiburan yang ada berupa foto ataupun video.

4.2.2 Informasi

Informasi adalah sumber daya. Informasi mempunyai nilai, dan informasi memungkinkan orang untuk melakukan hal-hal yang tidak dapat mereka laksanakan tanpa adanya informasi tersebut. Pepatah lama menyatakan bahwa pengetahuan adalah kekuasaan, dan ini berarti bahwa pengetahuan memberi orang kemampuan untuk melakukan hal-hal dan memanfaatkan peluang – peluang (Warner J dan James W, 2011: 293).

Jika dikaitkan dengan penelitian ini bahwa informasi yang di unggah merupakan informasi yang informatif dan dapat memberikan efek tertentu mulai dari bagaimana cara menyediakan informasi tersebut dalam wawancara dengan Andre pemilik akun @MOVUPGYO menurut Andre “Instagram punya banyak fitur fitur yang mendukung untuk menyalurkan sebuah hobi fotografi serta tertarik memasuki dunia kuliner apalagi di Kota Semarang banyak aneka macam kuliner yang tersedia dan melihat akun akun lainya seperti @exploresemarang @kakilimasemarang menjadi salah satu memotivasi untuk membuat sebuah akun yang bernama @MOVUPGYO ini bertujuan untuk menginformasikan kuliner yang ada Di Kota Semarang yang bertujuan memiliki manfaat untuk memberitahu orang-orang serta menaikkan omset kuliner di Kota Semarang.”

Salah satu dalam teori kebutuhan berangkaik dari Maslow, dimulai dari tahap kebutuhan yang paling dasar sampai kepada tingkat kebutuhan yang paling tinggi, yaitu kebutuhan fisiologis munculnya rasa haus dan lapar. Jika dikaitkan dengan teori dari Maslow bahwa dengan adanya Instagram sebagai sumber media informasi bisa memudahkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya melalui kuesioner yang telah dibagikan menurut salah satu *followers* dari akun Instagram @MOVUPGYO menurut Raisa (@dictaraissa) “Saya suka berkuliner dimana saja dan khususnya adalah di Kota Semarang tempat saya tinggal yang ternyata banyak sekali kuliner yang ada, namun terkadang pada saat saya menginginkan sesuatu pada saat di daerah tertentu yang bukan daerah yang saya kenal saya menggunakan akun @MOVUPGYO ini untuk mendapatkan informasi kuliner yang saya inginkan menariknya lagi informasinya itu detail jadi dapat

memudahkan menuju lokasinya” terbukti dengan adanya Instagram sebagai media informasi ini sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan seseorang.

Kebutuhan lainnya dikarenakan lingkungan dapat memberikan sebuah pengaruh dari seseorang muncul sebuah kebutuhan khususnya di media sosial yang memiliki cakupan yang luas dalam mencukupi kebutuhan seseorang, berikut ini merupakan bentuk - bentuk kebutuhan:

Kebutuhan kognitif. Ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang (Pawit M, 2014: 206). Kebutuhan kognitif dalam penggunaan sosial media ini bisa diartikan bahwa seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan sosial media khususnya Instagram dalam informasi kuliner dalam kuesioner yang dibagikan ke salah satu followers @MOVUPGYO menurut Shiela (@shielaagatha) “bahwa adanya akun kuliner @MOVUPGYO ini sangat membantu saya akan kebutuhan informasi yang dapat memperkaya pengetahuan saya yang bekerja di salah satu lembaga pemerintahan bidang pariwisata, adanya akun tersebut membuat saya dapat lebih mengenal wisata kuliner yang berada di Kota Semarang dan menunjang pekerjaan saya di bagian pariwisata.” Bisa disimpulkan bahwa ternyata kebutuhan informasi dikarenakan kebutuhan untuk menunjang kebutuhan pengetahuan dalam pekerjaan.

Dengan adanya informasi yang sudah di unggah oleh @MOVUPGYO ternyata *followers* akun @MOVUPGYO tidak hanya sebatas informasi tersebut digunakan untuk kebutuhan diri sendiri namun ternyata informasi yang telah didapat itu secara langsung membagikan ke group ataupun komunitas, salah satu *followers* akun @MOVUPGYO yaitu Etha (@margar_etha) “Sering berkunjung ke akun @movupgyo karena saya suka dengan kuliner dan terkadang saya juga membagikan tautan ke group saya untuk refrensi kebutuhan makan”.

4.2.3 Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Penyedia Informasi Kuliner di Kota Semarang

Media sosial membantu seorang dapat mengkreasikan representasi identitasnya dalam memproduksi sebuah konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi bahkan dalam pembuatan sebuah konten yang berisikan informasi yang digunakan oleh akun @MOVUPGYO ini ingin bahwa konten tersebut itu dapat memberikan manfaat bagi khalayak yang melihat konten tersebut.

Menurut Castells memberikan karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dari segi-segi kehidupan masyarakat ,yakni: Teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu(Nasrullah,2020: 19).

Bahwa teknologi itu dapat memberikan pengaruh terhadap masyarakat ataupun individu terkhususnya penggunaan aplikasi Instagram dengan mengikuti akun Instagram @MOVUPGYO ini ternyata memiliki dampak terhadap individu

post post yang ada di Instagram yang informatif dapat memberikan pengaruh salah satunya *followers* melihat konten @MOVUPGYO langsung ingin mencoba kuliner yang di infokan.



Gambar 4.2. Testimoni Akun Memberikan Pengaruh
Sumber <https://www.Instagram.com/stories/highlights/17995308385223586/>

Pada gambar diatas membuktikan bahwa ternyata akun @MOVUPGYO ini memberikan dampak tertentu dalam gambar tersebut ada foto keterangan “ini uenak!!! Makasih jonnn wkwkw” serta ada tag untuk memperjelas bahwa kuliner yang telah di informasikan yaitu @sentosanasitelor dan @sentosanasitelor.gajahsmg dari itu ternyata mendapat pengaruh terhadap individu untuk berkunjung ke kuliner yang telah di infokan. Serta hal tersebut dibenarkan oleh Aditya (@alladitya) “Pernah melihat postingan yang ada di akun @MOVUPGYO dan tiba tiba muncul rasa tergoda dikarenakan ajakan dari @MOVUPGYO mulai dari kualitas kontennya bahwa foto atau videonya itu dapat menggoda untuk mencoba dan memiliki rasa penasaran untuk mencoba,

tergiurnya itu juga karna caption yang informatif dan menceritakannya itu bikin menarik.” Dan untuk lebih menarik perhatian lagi bagi akun @MOVUPGYO ini membuat sebuah hastag yaitu #KORBANMOVUPGYO yaitu adalah hastag yang digunakan untuk membuktikan bahwa ternyata informasi yang dibuat itu memiliki pengaruh.

Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi. Penggunaan teknologi informasi yang semakin maju sekarang ini dapat diambil keuntungannya untuk berbagi yang bermanfaat dengan menggunakan teknologi tersebut Instagram ternyata mempermudah penggunanya bisa mempermudah membuat konten dikarenakan fitur fitur Instagram yang mendukung mempermudah akun @MOVUPGYO mengolah informasi yang akan di bagikan dan pastinya postingan tersebut menjadi menarik hal tersebut dibenarkan oleh Andre pemilik akun “Dengan adanya fitur Instagram yang semakin maju memudahkan saya untuk membuat konten, beberapa fiturnya adalah adanya caption saya dapat menulis disitu dikarenakan tidak ada batasan dalam penulisan di caption dari situ saya memanfaatkan untuk menulis sedetail mungkin dari menginformasikan kuliner dan juga menceritakan apa yang saya alami sesuai dengan pengalaman yang saya alami.

Tidak sebatas pengguna caption terdapat juga fitur yaitu hastag ini berguna untuk proses pencarian yang mudah untuk *followers* yang ingin mencari sebuah informasi contohnya adalah menggunakan #kulinersemarang maka nanti akan

muncul pilihan pilihan konten yang berisikan kuliner yang berada di Kota Semarang.”

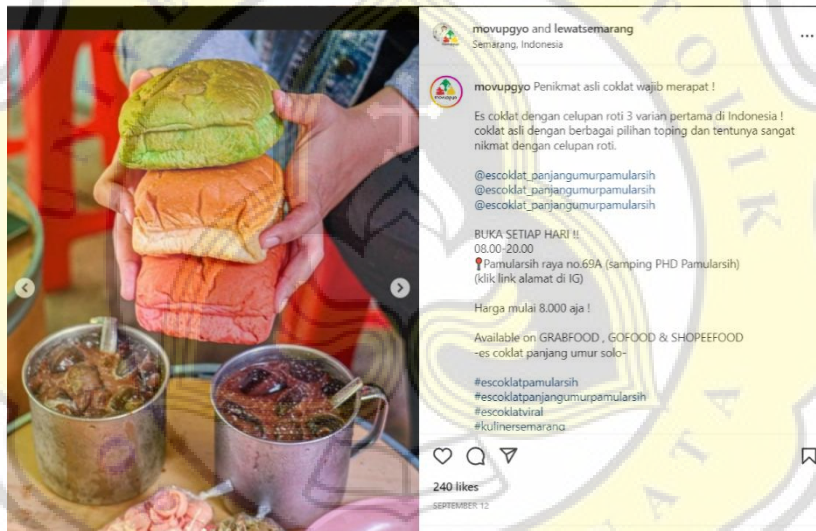
Instagram memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan *social* media lainnya, banyaknya fitur yang ada di aplikasi Instagram, dan dalam proses penyebaran informasi oleh akun @MOVUPGYO fitur yang sering digunakan adalah *post, caption, hashtag (#), tag, collection, mention, story, reels / video Instagram dan arroba (@)*. Fitur yang digunakan ini dirasa sangat bermanfaat dan membantu proses penyebaran informasinya lebih mudah dan cepat bagi @MOVUPGYO. Seperti halnya adalah fitur post foto, yang tidak dapat membatasi seberapa banyaknya foto yang dapat di post setiap harinya karena dari Instagram tidak memberikan batasan pengguna bebas post foto berapapun. Akun @MOVUPGYO menggunakan Instagram untuk menjadi jembatan informasi kuliner yang ada di Kota Semarang dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, khususnya adalah kaki lima yang jarang sekali di lirik oleh masyarakat, dengan adanya Instagram dan akun @MOVUPGYO ini berharap bahwa kuliner di Kota Semarang dapat berkembang karena efek dari Instagram dapat menjangkau audience secara luas.

Walaupun Instagram memiliki banyak fitur terdapat pula juga fitur yang tidak digunakan oleh @MOVUPGYO karena dirasa kurang maksimal dan berpotensi kurangnya audience yang melihat, salah satunya adalah Instagram Live menurut @MOVUPGYO dengan fitur live Instagram belum tentu audience yang melihat secara live itu banyak dikarenakan orang orang tidak mungkin selalu tersedia waktunya untuk maka live Instagram kurang maksimal dalam penyebarluasan informasi.

Fitur Instagram yang digunakan @MOVUPGYO dalam menginformasikan kuliner di Kota Semarang adalah sebagai berikut :

4.2.3.1 Post

Instagram dikenal sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto kepada pengguna lainnya. @MOVUPGYO dalam menggunakan fitur post bertujuan untuk melitahkan kualitas yang akan di post di Instagram berupa kualitas foto yang dapat menarik audience untuk menarik perhatian kuliner yang ditawarkan.



Gambar 4.3. Postingan Instagram @escoklat_panjangumurpamularsih

Sumber : <https://www.Instagram.com/p/CiY8JoNJbCt/>

Terdapat 4 karakteristik dalam fitur post ini, dalam akun Instagram @MOVUPGYO terdapat beberapa object yang ada di posting, 3 karakteristik tersebut adalah sebagai berikut :

1. Swipe: Jika sebuah produk atau objek yang akan di posting di akun Instagram @MOVUPGYO itu menarik dan berpotensi akan membuat postingan

tersebut itu menarik para audiens maka dibuat *swipe* agar audiens dapat melihat dari berbagai sudut yang menarik.

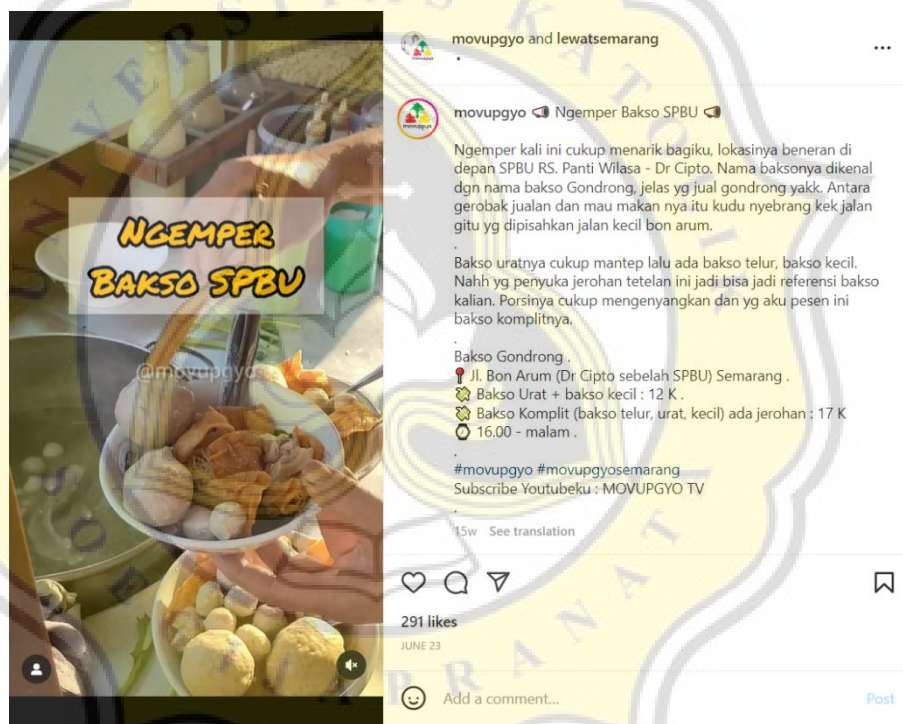
2. Grid: Untuk foto grid terkadang digunakan oleh @MOVUPGYO untuk menginformasikan sebuah produk dan keadaan sekitarnya nya dikarenakan dalam sebuah foto dengan menggunakan grid dapat mempermudah informasi sampai ke audience.
3. Tunggal: Untuk yang tunggal adalah satu foto sudah bisa mencakup semuanya dan dikarenakan menunya terbatas, maka dari itu dibutuhkan satu foto saja yang dapat menginformasikan ke audience dengan jelas.
4. Video: Untuk mendukungnya agar informasi lebih menarik lagi digunakannya sebuah video dalam satu post, karena dengan adanya vidio lebih memberi kesan detail dilihat kan bagaimana cara informasikan sebuah product itu lebih menarik.

Postingan pada @escoklat_panjangumurpamularsih tersebut termasuk karakteristik post foto *swipe* dan terdapat video. Pada bagian awal post disediakan video bagaimana cara untuk menikmati sebuah product tersebut dan fotonya tersebut adalah sebagai product yang ditawarkan oleh @escoklat_panjangumurpamularsih.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan pemilik akun langsung menurut Andre “Bahwa fitur post ini adalah yang paling utama dalam Instagram dari fungsi instragram itu sendiri adalah sebagai aplikasi media sosial yang berbagi sebuah foto ataupun video bahwa memposting sebuah konten itu adalah kewajiban sebagai melihatkan konten yang telah dibuat dan untuk dipublikasikan

kepada *followers* maka fitur posting ini sangat berguna sekali dan menariknya lagi di bantu dengan adanya fitur tambahan yaitu seorang content creator bisa memposting lebih dari satu foto dalam satu postingan dan juga tidak hanya foto melainkan video jadi bisa di kombinasikan slide pertama bisa diberikan video lalu sebagai menunjang konten tersebut diberi foto agar melihat detail makan tersebut dan diatur agar menarik.”

4.2.3.2 Caption



Gambar 4.4. Postingan Instagram Ngemper Bakso Gondrong
Sumber <https://www.instagram.com/p/CfJSJ3opoNf/>

Pemanfaatan fitur kedua yang digunakan @MOVUPGYO dalam menginformasikan Bakso Gondrong adalah fitur caption. Dengan memanfaatkan fitur tersebut @MOVUPGYO menggunakan bahasa yang dapat mempengaruhi sifat para-audience dalam fitur caption @MOVUPGYO menjelaskan mengenai

informasi yang disampaikan langsung pada tujuan menginformasikan alamat atau lokasi product tersebut, harga yang detail dan juga jam buka.

Postingan Bakso Gondrong berisikan isi pesan isi bagian atas berisikan cerita bahwa kegiatan yang dilakukan yaitu “Ngemper” merupakan kegiatan dimana menginformasikan sebuah kuliner yang kurang di highlight dikarenakan tidak memiliki sebuah wadah untuk mempublikasikan productnya. Bagian pertama berisikan menceritakan lokasi bakso gondrong ini akun @MOVUPGYO menceritakan secara detail terlihat di postingan, Lokasinya beneran di depan SPBU RS. Panti Wilasa – Dr Cipto. Nama baksonya dikenal dengan nama bakso Gondrong, jelas yang jual gondrong yak. Antara gerobak jualan dan mau makan nya itu kudu nyebrang kek jalan gitu yang dipisahkan jalan kecil bon arum.

Untuk bagian tengah berisi informasi tentang product yang dijual menceritakan bagaimana product yang tersedia di bakso gondrong. Seperti pada postingan bakso gondrong bakso uratnya cukup mantep lalu ada bakso telur, bakso kecil. Nah yang penyuka jeroan, tetelan ini bisa jadi referensi bakso kalian. Porsinya cukup mengenyangkan.

Untuk bagian paling akhir berisikan informasikan detail seperti di postingan adanya alamat agar apabila audience melihat postingan bakso gondrong bisa mencari di alamat tersebut terlihat di postingan Jl. Bon Arum (Dr Cipto sebelah SPBU) Semarang, tidak hanya alamat saja ada juga daftar menu menu yang tersedia beserta harganya agar audience bisa mengetahui harganya dan adapun dengan melihat harga Bakso Urat + Bakso Kecil : 12K dan Bakso Komplit

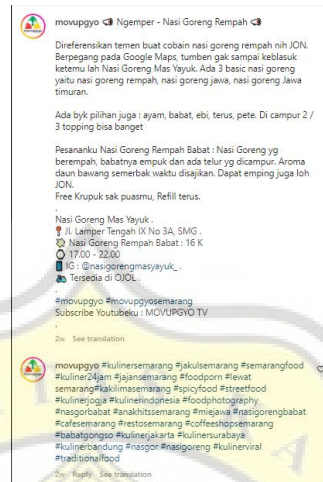
(Bakso telur, urat, kecil) ada jeroan : 17K dengan ditampilkan detail harganya dapat menarik perhatian juga dan yang terakhir adalah informasi jam bukanya.

Hal tersebut dikatakan oleh Andre selaku pemilik akun @MOVUPGYO sebagai berikut “Dalam pembuatan konten itu yang diutamakan adalah bercerita tentang makanannya atau produk yang dijual secara jujur, sama di kasih tau menu menu keunggulannya beserta harganya karna tiap kuliner walaupun menu nya ada yang bermacam macam pasti memiliki menu yang di unggulkan, setelah itu menginformasikan alamatnya atau lokasinya dan terakhir adalah jam buka hingga tutupnya.

Ditambah dengan penyajian yang menarik yaitu bercerita tentang kuliner tersebut menceritakan bisa dengan bagaimana keadaan sekitarnya atau bisa juga dengan bercerita rasanya dan bisa juga ditambahkan dengan sesuatu yang viral sekarang itu bisa membuat konten lebih menarik dan di *notice followers*”

Tidak hanya dengan sudut pandang pemilik akun bahwa ada salah satu *followers* yang memiliki ketertarikan captionnya yang menarik menurut Etha (@margar_etha) “Pembuatan captionnya yang menarik terkadang sering menggunakan kejadian kejadian yang sedang viral serta pembuatan captionnya tidak membosankan dengan bercerita bagaimana @movupgyo bisa menyajikan secara menarik”.

4.2.3.3 Hashtag



Gambar 4.5. Hashtag postingan Nasi Goreng Rempah
Sumber <https://www.instagram.com/p/Ci-H8r7DLCp/>

Fitur pemanfaatan yang ketiga yang digunakan akun @MOVUPGYO dalam penyebaran informasi kuliner di Kota Semarang adalah fitur Hashtag. Sebagai bentuk menginformasikan kuliner pada konten ngemper Nasi Goreng Rempah menurut pemilik akun @MOVUPGYO dengan adanya fitur hashtag sangatlah bermanfaat dalam penyebaran informasi dikarenakan membantu untuk mencari product yang ingin dituju.

Dalam postingan Nasi Goreng Rempah akun @MOVUPGYO membuat hastag #kulinersemarang #miejawa #nasigorengbabat. Dengan dibuatnya hastag tersebut dapat memudahkan para followers jika ingin melihat postingan Nasi Goreng Rempah. Dengan penggunaan fitur hashtag berguna untuk mendukung informasi yang disampaikan ke followers atau audience dipermudah dan efisien.

Dalam menggunakan fitur hashtag tersebut bahwa penggunaan hastag sangat membantu dalam penyebaran informasi dikarenakan para penggunanya hanya mencari kata kunci dengan tambahan hastag di depannya dan menurut

Andre pemilik akun @MOVUPGYO “penggunaan hastag adanya fitur hashtag dapat mempermudah dalam pencarian konten dalam pencarian informasi dan juga bisa menjadikan sebuah citra dengan penggunaan hashtag yang konsisten maka dengan mudah dikenal oleh pengguna lainnya misalkan di @MOVUPGYO sering menggunakan hastag #kulinersemarang #makanansemarang #lewatemarang #semarangfood #kakilimasemarang #semarangfoodies #semarangfoodhunter #exploresemarang dengan menggunakan hastag tersebut memudahkan bahwa akun @MOVUPGYO ini adalah media informasi kuliner di Kota Semarang”.

4.2.3.4 Tag



Gambar 4.6. Tag dan Mention postingan Nasi Goreng Rempah
Sumber <https://www.Instagram.com/p/Ci-H8r7DLCP/>

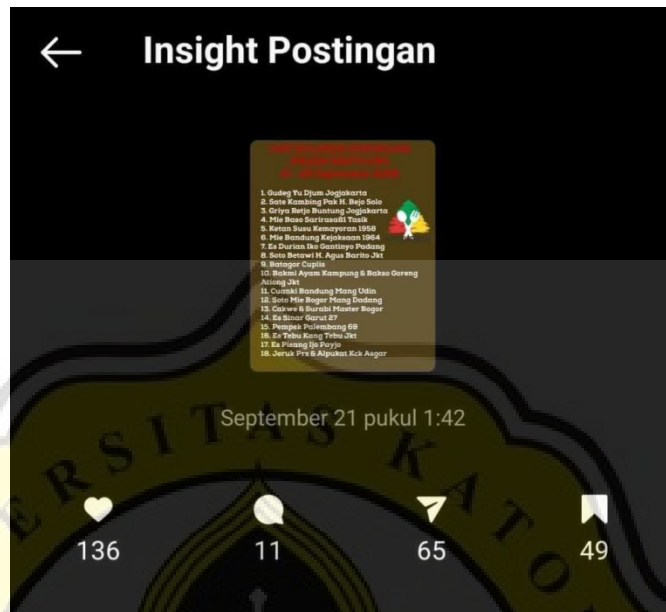
Dalam postingan di akun @MOVUPGYO dalam menginformasikan Nasi Goreng Rempah menggunakan fitur tag, dengan adanya fitur tag dimanfaatkan apabila product yang diinformasikan itu memiliki akun Instagram sendiri, menurut Andre pemilik akun @MOVUPGYO “penggunaan tag bertujuan apabila produk memiliki Instagram sendiri dengan adanya tag ini dapat mendukung dalam penyebaran informasi karna di postingan bisa melihat langsung ke akun dari

produk yang di informasikan, jadi bisa melihat lebih detail di akun Instagram yang memiliki produk tersebut bisa juga dengan adanya tersebut orang yang melihatnya bisa saja memiliki kepentingan yang berbeda.” tujuan dari menggunakan fitur tersebut untuk membantu untuk followers akun @MOVUPGYO berkunjung juga ke akun yang di posting. Contohnya adalah di postingan Nasi Goreng Rempah ini memiliki akun Instagram yaitu @nasigorestasyayuk_.

4.2.3.5 Mention

Dalam postingan Nasi Goreng Rempah akun @MOVUPGYO memanfaatkan fitur Mention (@) fitur tersebut manfaatnya sama dengan fitur tag yaitu membantu penyebaran informasi yang dilakukan @MOVUPGYO dan penggunaan mention tersebut menurut Andre pemilik akun @MOVUPGYO “mention biasanya dipakai untuk menyebutkan salah satu brand yang akan di infokan ke followers ataupun non followers emang hampir sama fungsinya dengan tag cuman mention tersebut untuk digunakan di bagian komentar dalam sebuah postingan.”.

4.2.3.6 *Insight*



Gambar 4.7. Analisis *Insight* Postingan @MOVUPGYO
Sumber <https://www.instagram.com/p/CiwzBNhrofp/>

Fitur yang baru baru ini adalah *Insight* atau disebut dengan analisis *insight* Instagram, dengan adanya fitur tersebut sangat mendukung sekali dalam proses penyebaran informasi, fitur *insight* yang disediakan oleh Instagram ini menurut Andre pemilik akun @MOVUPGYO “fitur itu sebagai melihat nahwa postingan ini memiliki ketertarikan atau tidak di bantu nya data data yang ada jadi ada pengukuran like, comment, save dan share yang terjadi, *insight* juga bisa menjadi sebuah patokan untuk kedepannya melihat antusias orang berkunjung ke tautan yang telah di posting.” Maka dari itu dimanfaatkan oleh akun @MOVUPGYO sebagai acuan bahwa postingan apakah sudah dapat menarik perhatian audience nya untuk berkunjung.

Dalam fitur analisis *insight* ini banyak fitur fitur yang disediakan yaitu pemilik akun dapat mengetahui bahwa postingannya di sukai berapa banyak, serta juga komentar dalam postingan dan hinga mengetahui bahwa postingan ini di

share ke orang lain dan hingga di save juga. contohnya adalah postingan di akun @MOVUPGYO yang memposting list kuliner kuliner yang sedang diadakan sebuah event Kuliner Nostalgia Pasar Sentilin, postingan ini berisikan daftar daftar kuliner yang ada di event tersebut dalam postingan tersebut dianalisis *insight* memiliki 136 *like*, 11 berkomentar, 65 sharing ke pengguna lainnya dan 49 yaitu menyimpan postingan ini.

Fitur *insight* tidak hanya sebatas untuk mengetahui seberapa *like*, *comment*, *share* dan *save* ternyata fitur tersebut bisa menjadi acuan dimana @MOVUPGYO menggunakan sebagai portofolio yang dapat menarik pemilik bisnis kuliner karena pembuatan konten yang dibuat oleh @MOVUPGYO memiliki daya tarik tersendiri dengan adanya fitur *insight* yang dapat memberikan sebuah data asli sebagai bukti bahwa apabila dalam *insight* di akun @MOVUPGYO terbilang tinggi sehingga dapat menarik kerjasama dengan pemilik bisnis kuliner dalam menginformasikan sebuah produk yang dimiliki oleh pemilik usaha, hal tersebut dibenarkan juga oleh @MOVUPGYO dalam wawancara bahwa “dengan adanya *insight* menjadi patokan buat menjual kualitas untuk pemilik bisnis untuk bekerjasama dari mulai membuat konten serta diposting di Instagram”.

4.2.3.7 Instagram Story



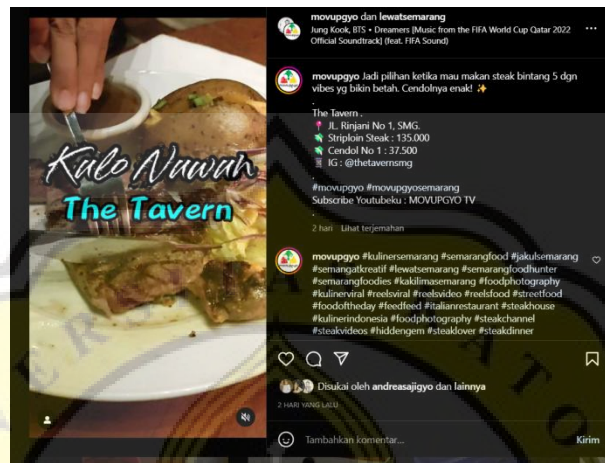
Gambar 4.8. Instagram story yang di post pada tanggal 22 Nov 2022
Sumber : <https://www.instagram.com/stories/movupgyo/2977023305175537271/>

Pengguna fitur Instagram story ini adalah fitur yang telah dikembangkan oleh Instagram yang berfungsi sebagai bentuk berbagi sebuah informasi namun ada yang membedakan dari fitur yang kita sebut post, untuk Instagram story sendiri memiliki fitur yang khusus dimana fitur *story* ini memiliki karakteristik yaitu adanya jangka waktunya konten tersebut bisa dilihat oleh khalayak durasi yang ditentukan adalah 24 jam apabila lebih maka akan hilang. Salah satu contohnya adalah gambar diatas berupa *story* yang dibuat oleh @MOVUPGYO dengan isi kontennya adalah postingan yang sudah di upload oleh @MOVUPGYO serta diberikan fitur berupa link yang dapat di klik oleh para pengguna menuju ke akun Instagram.

Dalam penggunaan fitur *story* ini menurut Andre pemilik akun @MOVUPGYO “Fitur ketujuh yang sering digunakan adalah Instagram story penggunaan story tersebut berguna untuk merepost postingan yang telah diunggah bertujuan untuk memberitahu bahwa postingan terbaru di akun @MOVUPGYO sudah tersedia yang baru atau pun juga postingannya yang sudah lama diangkat

kembali melalui story untuk memberi tahu para penggunanya bahwa ada postingan yang baru atau pun yang terlewatkan.”

4.2.3.8 Reels



Gambar 4.9. Konten Reels @MOVUPGYO

Sumber: <https://www.instagram.com/reel/CmWFy6rjLaD/?hl=id>

Penggunaan fitur reels ini merupakan fitur yang telah dikembangkan oleh Instagram yang baru ini adalah reels dimana fitur ini adalah fitur berbagi sebuah video yang telah dibuat dengan berdurasi maksimal 90 detik, fitur ini sangat membantu dalam sebuah penyebaran informasi tersendiri dikarenakan fitur reels ini memiliki karakteristik semua orang dapat melihat walaupun tidak harus mencari dengan kata kunci dan juga menjadi followers suatu akun. Dalam wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik akun @MOVUPGYO “Penggunaan reels itu enak bisa menaikkan viewers karna cakupannya luas dan juga mudah orang tinggal masuk aja di fitur reels terus video yang sudah diunggah pasti ada di reels itu, tidak harus menjadi followers orang bisa menikmati”

@MOVUPGYO menggunakan reels sebagai sarana penyebarluasan informasi lebih efektif dengan mengolah sebuah video dengan baik hingga dapat menarik dan juga konten tersebut informatif bagi khalayak tidak hanya sebatas

dengan penggunaan *reels* dalam sebuah penyebarluasan informasi memberikan sebuah efek yang bagus juga karena *reels* berpotensi dengan audience nya banyak yang khalayak sering melihat konten berisikan tentang kuliner maka fitur ini sangat dimanfaatkan oleh @MOVUPGYO sebagai mendapatkan *viewers* yang banyak agar akun @MOVUPGYO menjadi terkenal tidak kalah dengan akun Instagram lainnya yang sama membahas tentang kuliner. Hal tersebut pun disebutkan oleh pemilik akun @MOVUPGYO “*Reels* dapat meningkatkan penonton dan harapannya sih akun @MOVUPGYO ini bisa lebih terkenal lagi”.

