

ABSTRAK

Sebagai kota wisata yang kental dengan unsur budaya, Daerah Istimewa Yogyakarta dikatakan sebagai surganya para wisatawan. Akses informasi melalui internet juga memudahkan masyarakat mencari referensi untuk memilih tujuan wisatanya. Salah satu media yang berperan dalam promosi wisata ini adalah media sosial Instagram, dimana *food blogger* memposting *review* kuliner melalui visualisasi gambar dan video. Penelitian ini membahas akun Instagram *food blogger* @masclink_kulineran dalam menyajikan pengalaman cita rasa kuliner melalui media sosial hingga membentuk identitas influencer melalui interaksi dalam instagram. Akun @masclink_kulineran tak jarang menekankan unsur humanis dalam memvisualisasikan kuliner yang diliputnya. Hal ini memberi keunikan tersendiri pada identitas yang dibentuknya dalam media sosial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan dan pembentukan identitas *food blogger* melalui interaksi dalam media instagram. Untuk menjelaskan fenomena ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan netnografi dan teknik Analisis Media Siber (AMS) yang mengkolaborasikan sisi makro dan mikro dalam menganalisis data. Media sosial instagram memberikan peluang yang luas untuk *food blogger* dalam mengeksplorasi dan mengekspresikan diri mereka. Dengan penggunaan fitur media dan fitur interaksi melalui instagram *food blogger* dapat mempertahankan eksistensinya sebagai kelompok referensi khalayak. Berdasarkan analisis empat Level Media Siber menunjukkan bahwa konten *review* kuliner @masclink_kulineran dalam media instagram secara teknis tidak jauh berbeda dengan *review* kuliner pada akun *food blogger* umumnya. Namun perbedaan justru terlihat pada penekanan unsur humanis dan interaksi yang dihasilkan dari narasi tersebut. Selain itu interaksi *follower* melalui fitur instagram dapat menghasilkan informasi tambahan dan memberi insight untuk pengembangan konten *food blogger* selanjutnya.

Kata Kunci: Food blogger, instagram, Analisis Media Siber.

ABSTRACT

As a tourist city that is thick with cultural elements, the Special Region of Yogyakarta is said to be a paradise for tourists. Access to information via the internet also makes it easier for people to find references to choose their tourist destinations. One of the media that plays a role in the promotion of this tour is Instagram social media, where food bloggers post culinary reviews through image and video visualization. This study discusses Instagram food blogger accounts @masclink_kulineran in presenting culinary taste experiences through social media to forming influencer identities through interactions on Instagram. @masclink_kulineran accounts often emphasize humanist elements in visualizing the culinary they cover. This gives its own uniqueness to the identity formed in social media. The purpose of this study is to determine the management and formation of food blogger identity through interaction in Instagram media. To explain this phenomenon, researchers use a qualitative approach. The research method uses a qualitative approach, with netnography and Cyber Media Analysis (AMS) techniques that collaborate macro and micro sides in analyzing data. Instagram social media provides extensive opportunities for food bloggers to explore and express themselves. With the use of media features and interaction features through Instagram, food bloggers can maintain their existence as a reference group of audiences. Based on the analysis of the four levels of cyber media, it shows that the content of culinary reviews @masclink_kulineran in Instagram media is technically not much different from culinary reviews on food blogger accounts in general. But the difference is actually seen in the emphasis of humanist elements and the interaction resulting from the narrative. In addition, follower interaction through Instagram features can generate additional information and provide insight for the development of further food blogger content.

Keywords: Food blogger, instagram, Media Siber Analysis.