

INTISARI

Perkembangan media sosial memengaruhi seluruh aspek kehidupan, termasuk pola konsumsi makanan. Akun kuliner @FOODFESS2 di platform X menjadi referensi utama mahasiswa dalam mencari informasi makanan, mulai dari rekomendasi, promosi, hingga ulasan jujur dari para pengguna akun yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akun @FOODFESS2 terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Yogyakarta, serta bagaimana akun tersebut membentuk pilihan makanan yang disukai mahasiswa Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling terhadap enam mahasiswa dari berbagai universitas di Yogyakarta yang aktif mengikuti akun @FOODFESS2. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, serta didukung dengan studi pustaka untuk memperkuat analisis. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2024 hingga April 2025. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memahami respons mahasiswa terhadap konten akun @FOODFESS2 dan pengaruh terhadap perilaku konsumtif serta bentuk pilihan makanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @FOODFESS2 berperan signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif melalui visualisasi makanan yang menarik, narasi persuasif, dan interaksi komunitas online yang membangkitkan rasa penasaran, keinginan mengikuti tren, validasi sosial, hingga Fear of Missing Out (FoMO). Mahasiswa terdorong membeli makanan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk membangun citra diri, menjaga relasi sosial, serta memproduksi konten di media sosial. Perbedaan latar belakang ekonomi dan keterampilan manajemen keuangan turut memengaruhi sejauh mana gaya hidup konsumtif ini muncul. Dalam konteks bentuk makanan yang disukai, mahasiswa cenderung memilih makanan cepat saji, instan, gorengan, camilan pedas, dan minuman manis yang visualisasinya dominan di akun @FOODFESS2. Makanan sehat memang muncul sebagai konten, tetapi lebih sering diperlakukan hanya sebagai referensi, bukan sebagai praktik konsumsi nyata, kecuali pada mahasiswa yang memiliki motivasi pribadi seperti diet.

Kata kunci: Mahasiswa, media sosial, @FOODFESS2, perilaku konsumtif, bentuk makanan yang disukai.

ABSTRACT

The development of social media influences all aspects of life, including food consumption patterns. The culinary account @FOODFESS2 on platform X has become one of the main references for university students in finding food-related information, such as recommendations, promotions, and honest reviews from fellow users. This study aims to analyze the influence of the @FOODFESS2 account on the consumptive behavior of university students in Yogyakarta, as well as how the account shapes the preferred food choices of Yogyakarta students.

This research uses a qualitative approach with a case study method. The sampling technique was purposive sampling of six students from various universities in Yogyakarta who actively follow the @FOODFESS2 account. Data were collected through in-depth interviews, and supported by a literature study to strengthen the analysis. This research was conducted from November 2024 to April 2025. Data analysis was carried out descriptively to understand student responses to @FOODFESS2 account content and influences on consumptive behavior and forms of food choices.

The results of the study indicate howed that the @FOODFESS2 account plays a significant role in shaping consumptive behavior through attractive food visualizations, persuasive narratives, and online community interactions that arouse curiosity, desire to follow trends, social validation, and Fear of Missing Out (FoMO). Students are driven to buy food not only to fulfill their needs, but also to build self-image, maintain social relationships, and produce content on social media. Differences in economic background and financial management skills also influence the extent of this consumptive lifestyle. In the context of preferred forms of food, students tend to choose fast, instant, fried foods, spicy snacks, and sweet drinks whose visualization is dominant in the @FOODFESS2 account. Healthy food does appear as content, but it is more often treated only as a reference, not as a real consumption practice, except for students who have personal motivations such as dieting.

Keywords: Students, social media, @FOODFESS2, consumptive behavior, preferred form of food.