

Resepsi Followers Konten Tiktok @kakloraa Terhadap Kuliner Khas Sidoarjo

Oleh:

Lutfia Putri Damayanti

Ainur Rochmaniah

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

22 Mei 2025

Pendahuluan

Media sosial telah menjadi platform penting dalam menyampaikan informasi dan promosi budaya, termasuk kuliner khas daerah. TikTok, sebagai salah satu media populer, memungkinkan kreator konten untuk menampilkan berbagai makanan lokal yang menarik perhatian masyarakat. Di Kota Sidoarjo, terdapat berbagai kuliner khas seperti bandeng dan kupang yang memiliki nilai budaya dan rasa unik. Konten TikTok dari kreator @kakloraa berhasil menarik perhatian pengikutnya melalui video kreatif yang tidak hanya menghibur tetapi juga berfungsi sebagai alat promosi kuliner lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerimaan dan resepsi followers terhadap konten tersebut, dengan melihat faktor latar belakang individu dan interpretasi mereka terhadap pesan yang disampaikan.



Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- **Rumusan Masalah:** Bagaimana resepsi masyarakat terhadap konten kreator tiktok @kaklora untuk meningkatkan citra kuliner kota sidoarjo.



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912)



[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



universitas
muhammadiyah
sidoarjo



[umsida1912](https://www.youtube.com/umsida1912)



Metode

- **Pendekatan:** Kualitatif deskriptif
- **Sumber Data**
- **Objek :**akun tiktok @kakloraa
- **Subjek:** Pengikut akun @kakloraa di tiktok.
- **Teknik** pengambilan informan: purposive sampling.
- **Teknik Pengumpulan Data:** Wawancara, observasi dan dokumentasi.
- **Analisis Data:** Terdapat tiga Teknik analisis data yang diterapkan, yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan Kesimpulan/verifikasi.

Hasil

- **Persepsi** yang diberikan oleh akun creator @kakloraa dapat diterima oleh informan, dikarenakan proses penyampaian pesan yang jelas dan menarik.
- **Pemikiran**, Informan yang sudah mengikuti @kakloraa cenderung percaya pada rekomendasinya karena berkaitan dengan informasi yang menggambarkan apa yang mereka inginkan. Informan juga menikmati konten sebagai hiburan atau referensi.
- **Preferensi**, mayoritas informan menyatakan bahwa akun tiktok @kakloraa ini sangat menarik untuk dipilih sebagai akun untuk merekomendasikan kuliner di Sidoarjo. Selain mempunyai penyampaian yang mudah untuk dipahami dan kualitas video yang sangat menarik akun ini berhasil menjadi favorit masyarakat untuk mencari konten review makanan.
- **Interpretasi, Beberapa** informan beranggapan bahwa adanya trauma dari masa lalu yang akhirnya memberikan penilaian negatif. Tetapi juga ada beberapa tanggapan positif yang didasarkan pada interpretasi yang beranggapan bahwa video yang ditampilkan sesuai dengan pengalaman masa lalunya.
- Yang akhirnya menghasilkan beberapa posisi yaitu : 5 informan yang berada pada posisi Dominant Hegemonic Position, 4 informan pada posisi Negotiated Position dan 1 informan pada posisi Oppositional Position.



Pembahasan

- Resepsi Masyarakat Terhadap Konten @kakloraa Responden menunjukkan variasi dalam penerimaan pesan. Sebagian besar followers memahami dan menerima pesan terkait kuliner khas Sidoarjo, seperti bandeng dan kupang, yang disajikan dengan detail dan menarik. Konten tersebut meningkatkan minat dan citra kuliner daerah secara luas.
- Proses Interaksi dan Feedback konten yang dibuat mendapatkan apresiasi positif melalui like, komentar, dan share. Interaksi aktif antara kreator dan pengikut menunjukkan keberhasilan dalam membangun kedekatan serta meningkatkan daya tarik kuliner Sidoarjo.

Dari data informan terbagi menjadi 3 posisi :

- Posisi Dominan: Sebagian besar followers menerima pesan sesuai niat kreator dan setuju dengan promosi kuliner.
- Posisi Negosiasi: Ada followers yang menanggapi secara kritis dan mempertanyakan aspek tertentu dari kuliner yang dipromosikan.
- Posisi Oposisi: Sedikit followers yang menolak atau meragukan pesan terkait kualitas kuliner tersebut.

Temuan Penting Penelitian

1. Konten tiktok @kakloraa efektif meningkatkan citra kuliner lokal yang mana konten ini dapat menarik perhatian masyarakat dan memperkenalkan keunikan kuliner sidoarjo.
2. Pemaknaan konten berbeda-beda antar audiens hal ini dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman pribadi, dan preferensi makanan.
3. Konten yang dibuat oleh @kakloraa ini juga dapat membantu audiens untuk mengambil keputusan yang akhirnya mencoba tempat makan yang direkomendasikan oleh akun ini.



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912)



[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



universitas
muhammadiyah
sidoarjo



[umsida1912](https://www.youtube.com/umsida1912)



Manfaat Penelitian

1. Menunjukkan TikTok sebagai media promosi yang efektif untuk memperkenalkan dan meningkatkan daya tarik kuliner lokal.
2. Memberikan gambaran tentang pentingnya penyampaian pesan yang sesuai dengan audiens agar konten lebih diterima dan berpengaruh.
3. Penelitian menunjukkan pentingnya memahami keragaman persepsi, yang berguna dalam merancang strategi komunikasi publik.
4. Membuktikan bahwa kualitas visual dan storytelling berperan penting dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan audiens.
5. Menunjukkan bahwa konten kreator lokal dapat menjadi tempat untuk promosi kuliner yang nantinya bisa menjadi pengembangan ekonomi pada daerah dan pada pengusaha kuliner itu sendiri.

Referensi

- [1] J. Kristiyono, "Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat," *Scriptura*, Vol. 5, No. 1, Oct. 2015, Doi: 10.9744/Scriptura.5.1.23-30.
- [2] D. A. Ghifari And Zulfebriges, "Pemanfaatan Konten Kuliner Sebagai Promosi Ukm Pada Platform Media Informasi," *J. Ris. Public Relations*, Pp. 133–140, Dec. 2023, Doi: 10.29313/Jrpr.V3i2.3127.
- [3] T. Buana And D. Maharani, "Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) Dan Kreativitas Anak," *J. Inov.*, Vol. 14, No. 1, Pp. 1–10, 2020.
- [4] O. Viana Sari And S. Abidin, "Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi Dan Identitas Diri Konten Kreator Dio Prayogi Pada Media Sosial Tiktok Dalam Dunia Virtual," *Sci. J. J. Ilm. Mhs.*, Pp. 1–9, 2024.
- [5] A. Permana, "Literature Review : Tiga Media Sosial Terbanyak Diminati Di Indonesia Tahun 2023 Dan Pemanfaatannya Di Kalangan Masyarakat," *Jorapi J. Res. Publ. Innov.*, Vol. 1, No. 4, Pp. 1237–1242, 2023.
- [6] F. A. P. Sangadji, A. C. S. Fitri, D. A. Sitanggang, R. Hidayat, And M. Ikaningtyas, "Peran Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital," *Karya J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 1–7, 2024.
- [7] R. Marlina, Neneng & Husen, "Konstruksi Citra Diri Melalui Update Status Di Media Sosial Facebook," *J. Komun. Has. Pemikir. Dan Penelit.*, Vol. 1, No. 2, P. 7, 2015, [Online]. Available: <Https://Journal.Uniga.Ac.Id/Index.Php/Jk/Article/View/535>
- [8] M. S. Pardianti, V. Valiant, S. Sos, And M. Ikom, "Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi," *J. Ilmu Komun.*, Vol. 2022, No. 2, 2022.
- [9] V. Agusetyaningrum, M. K. Mawardi, And E. Pangestuti, "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang)," 2016, Brawijaya University.

