

Analisis Konten Kreator Kuliner di Instagram Dalam Kemampuan Mengolah Informasi Mahasiswa

Dhea Grace Nababan¹, Merin Octari Sinaga², Meylan Siahaan³, Selina Saragih⁴, Nadra Amalia⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan, Indonesia

Penulis Korespondensi:

Dhea Grace Nababan

dheanababan37@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten kreator kuliner di Instagram dalam memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengolah informasi. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena meningkatnya konsumsi konten kuliner di media sosial, khususnya Instagram, yang tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga sumber informasi. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup tiga aspek, yaitu: (1) pengaruh konten kreator kuliner di Instagram terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengolah informasi, (2) frekuensi mahasiswa dalam mencari informasi kuliner melalui konten kreator di Instagram, serta (3) kendala yang dialami mahasiswa saat mengolah informasi dari konten tersebut. Penelitian ini dirancang dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui analisis konten. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana konten kreator kuliner di Instagram berkontribusi dalam pengembangan literasi informasi mahasiswa, sekaligus mengidentifikasi tantangan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi.

Kata kunci: konten kreator kuliner; Instagram; mahasiswa; literasi informasi

Pendahuluan

Instagram sebagai salah satu platform media sosial terpopuler pada tahun 2025 memiliki peran signifikan dalam mendukung kebutuhan informasi mahasiswa di Indonesia. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi sumber utama informasi yang cepat dan mudah diakses oleh mahasiswa. Melalui fitur-fitur seperti posting, story, reels, dan IGTV, mahasiswa dapat memperoleh berbagai informasi penting seperti pengumuman akademik, peluang pendidikan seperti program magang, lomba, beasiswa, hingga kegiatan kemahasiswaan yang disampaikan oleh universitas, lembaga, maupun komunitas tertentu.

Platform ini memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi secara real-time dengan jangkauan yang luas, menghemat waktu dan mempermudah akses informasi yang sebelumnya mungkin sulit diperoleh. Instagram juga mendukung interaksi dua arah antara penyedia informasi dan mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat langsung menyampaikan pertanyaan atau mendapatkan klarifikasi informasi dengan cepat. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai media informasi mempunyai potensi besar untuk meningkatkan efektivitas komunikasi serta memperkaya pengalaman belajar mahasiswa dalam konteks digital saat ini.

Tanboy Kun adalah salah satu konten kreator kuliner yang cukup populer di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda. Dengan gaya penyampaian yang santai dan

penuh humor, Tanboy Kun mampu menghadirkan suasana berbeda dalam setiap kontennya, yang tidak hanya sekadar mereview makanan, tetapi juga menceritakan pengalaman dan cerita di balik setiap sajian. Ia sering mengeksplorasi berbagai jenis kuliner, mulai dari makanan tradisional hingga jajanan kekinian, sehingga membuat penonton merasa dekat dan tertarik untuk mencoba rekomendasinya. Melalui kontennya, Tanboy Kun juga berhasil membangun komunitas penggemar yang aktif dan antusias dalam mengikuti perjalanan kulinernya. Pendekatan yang komunikatif dan autentik ini menjadikan Tanboy Kun sebagai figur penting dalam dunia konten kuliner Indonesia saat ini.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang kami gunakan untuk analisis video kuliner Tanboy Kun adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi (*content analysis*). Metode ini fokus pada pengamatan dan interpretasi data berupa isi video secara sistematis untuk menganalisis video dari segi verbal dan non-verbal, pengetahuan dan pengelolaan informasi, serta kebenaran konten yang terkandung dalam video tersebut. Teknik pengumpulan data bisa berupa observasi langsung terhadap video-video Tanboy Kun, transkripsi narasi, serta analisis unsur visual dan audio dalam video.

Hasil dan Pembahasan

1. Analisis konten dari segi verbal

Dilihat dari konten diatas, Tanboy Kun seorang Food Vlogger yang tidak pernah gagal membuat konten mukbang yang menggiurkan penonton serta tidak jarang juga memberikan resep makanan yang mudah dicobain oleh penonton. Berikut analisis mengenai konten tanboy kun dari segi verbal:

Diksi dan Gaya Bahasa:

- a) Santai dan Motivational: Tanboy kun sering menggunakan kata-kata seperti "simple banget", "gampang banget, guys", "wah enak banget ini!" untuk membuat masakan terlihat mudah diolah dan sangat lezat.
- b) Teknis yang Minimalis: Istilah memasak yang digunakan tidak terlalu teknis. Tanboy kun lebih sering menggunakan ukuran seperti "secukupnya", "sesuai selera", atau menggunakan sendok/gelas sebagai takaran daripada gram atau liter. Hal ini membantu para penonton untuk mudah mengikuti resepnya.
- c) Interaktif: Banyak kalimat yang diarahkan langsung ke penonton, seperti "Coba kalian liat ini", "Pasti kalian bisa, deh", yang membuat penonton merasa terlibat.

Intonasi:

- a) Bersemangat dan Positif: Intonasinya hampir selalu tinggi dan penuh energi, mencerminkan kesenangannya terhadap makanan. Ini menular dan menciptakan suasana menyenangkan.
- b) Penekanan pada Kata Kunci: Dia memberikan penekanan kuat pada kata-kata yang menggambarkan kenikmatan ("ENAK banget!", "GURIHnya nendang!") dan kemudahan ("CUMA 3 bahan!").

2. Analisis konten dari non verbal

Ekspresi Wajah

- a) Ekspresi dominan: Tanboy Kun sering menunjukkan ekspresi terkejut, puas, atau kepedasan. Saat makan makanan pedas atau porsi besar, wajahnya berubah: mata membesar, kening berkerut, mulut terbuka lebar, memberi kesan tantangan ekstrem.

Saat makan makanan pedas atau porsi besar, wajahnya berubah: mata membesar, kening berkerut, mulut terbuka lebar, memberi kesan tantangan ekstrem.

Senyuman atau tawa muncul untuk mencairkan suasana, membangun kedekatan dengan penonton.

b) Gesture (Gerakan Tangan & Tubuh)

Banyak menggunakan gerakan tangan spontan, misalnya menunjuk makanan, mengangkat sendok/garpu tinggi-tinggi, atau memberi isyarat “mantap”.

Sering mengusap keringat di wajah saat kepedasan—gesture khas yang memperkuat kesan dramatis. Kadang mengacungkan jempol atau melambaikan tangan ke kamera sebagai bentuk komunikasi positif ke audiens.

c) Postur Tubuh

Biasanya duduk agak condong ke depan → memberi kesan fokus dan siap menghadapi tantangan.

Tubuhnya jarang santai; lebih sering terlihat tegang dan penuh energi, menandakan effort besar saat menyelesaikan porsi. Saat berhasil menghabiskan makanan, posturnya lebih rileks sambil tersenyum atau menghela napas lega.

d) Kontak Mata

Sering menatap langsung ke kamera sambil berbicara → ini menciptakan kesan interaksi personal seolah-olah penonton sedang makan bersamanya.

Kadang pandangannya ke makanan lebih lama → menunjukkan fokus pada tantangan, memperlihatkan “perjuangan” yang autentik.

e) Penggunaan Ruang & Objek

Meja dipenuhi makanan dalam porsi besar → bukan hanya verbal, tapi nonverbal simbolik bahwa ini adalah konten ekstrem.

Kadang makanan ditata tinggi atau melimpah, memperkuat pesan visual tentang “tantangan mukbang”.

Peralatan makan (sendok besar, sumpit, botol minuman) digunakan tidak hanya fungsional tapi juga sebagai bagian dari storytelling visual.

f) Paralinguistik (Suara Nonverbal)

Suara mengunyah, menyeruput, atau terengah-engah setelah gigitan besar → memberi penekanan realisme pada tantangan.

Kadang ada teriakan kecil, desahan, atau ekspresi suara spontan (“pedes banget!”, “gila sih ini”) yang memperkuat bahasa tubuh.

3. Analisis konten dari segi pengetahuan dan pengelolaan informasi

a) Dari sisi pengetahuan, Tanboy Kun memanfaatkan keahliannya dalam mengemas konten mukbang food review yang menarik dan informatif. Kontennya tidak hanya menghibur, tapi juga memberikan informasi terkait berbagai produk makanan yang dipromosikan atau diulas, sehingga penonton memperoleh pengetahuan tentang jenis makanan, porsi, cita rasa, dan sensasi makan bersama Tanboy Kun. Pengetahuan ini muncul dari pengalaman dan keterampilan Tanboy Kun dalam menyajikan konten, serta pemahamannya tentang makanan dan preferensi audiensnya sehingga bisa membuat konten yang relatable.

b) Dari segi pengelolaan informasi, Tanboy Kun menunjukkan manajemen informasi yang efektif. Ia secara rutin mengunggah video dengan jadwal konsisten (sekitar tiga kali dalam seminggu) yang memperhatikan tren

makanan viral dan tantangan mukbang yang sedang diminati. Hal ini menunjukkan strategi pengelolaan konten yang terencana sehingga mampu mempertahankan minat dan memperluas audiens. Informasi dalam videonya disampaikan secara simpel tapi menarik, sehingga mudah dipahami oleh penonton yang didominasi milenial dan remaja. Selain itu, Tanboy Kun juga berhasil mengelola kredibilitas sebagai influencer dengan membangun kepercayaan melalui keahliannya, keseriusan dalam pembuatan konten, dan keterlibatan dengan produk-produk yang ia jadikan materi endorsement.

4. Analisis Kebenaran Konten Tanboy Kun

a) Subjektivitas Rasa.

Penilaian "enak" itu sangat subjektif. Apa yang menurut Tanboy Kun enak, belum tentu sama untuk penonton, karena setiap orang punya selera berbeda (pedas, manis, asin, gurih).

Jadi klaim "enak" lebih bersifat opini pribadi, bukan fakta universal.

b) Bukti Visual.

Dalam video, penonton bisa melihat bahan, porsi, cara penyajian, dan ekspresi saat makan. Ekspresi Tanboy Kun terlihat natural, namun tetap perlu diingat bahwa ia adalah seorang entertainer, jadi bisa saja ada unsur dramatisasi.

c) Transparansi.

Kadang ia menyebut merek/restoran tertentu, dan bisa jadi ada kerja sama promosi (endorsement). Dalam konteks ini, penilaian "enak" bisa dipengaruhi faktor bisnis.

Kalau konten bersponsor, biasanya ia tetap menampilkan secara jujur rasa makanan, tapi tetap ada potensi bias.

d) Kredibilitas Pribadi.

Tanboy Kun sudah lama dikenal sebagai food vlogger dengan jutaan pengikut. Reputasi ini membuatnya relatif dipercaya.

Namun, karena fokus kontennya adalah mukbang dengan porsi besar, aspek "enak" kadang kalah dengan aspek "heboh/jumbo".

e) Faktor Hiburan vs Fakta.

Tujuan utamanya adalah hiburan. Jadi ekspresi "nikmat banget" bisa saja dilebih-lebihkan untuk menarik penonton.

Walau begitu, banyak penonton yang mencoba makanan di tempat yang sama dan membenarkan kalau memang enak, artinya sebagian konten punya validasi dari audiens.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa konten kreator kuliner di Instagram, khususnya Tanboy Kun, memiliki peran yang cukup signifikan dalam memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengolah informasi. Dari segi verbal dan nonverbal, Tanboy Kun mampu menyajikan konten yang komunikatif, menarik, serta mudah dipahami sehingga informasi kuliner dapat diterima dengan baik oleh audiens. Selain memberikan hiburan, konten yang disajikan juga mengandung pengetahuan seputar makanan, rasa, porsi, serta pengalaman yang dapat memperluas wawasan mahasiswa.

Namun, perlu disadari bahwa informasi yang diberikan sering kali bercampur dengan subjektivitas rasa dan unsur hiburan. Hal ini menjadikan mahasiswa perlu lebih kritis dalam memilah informasi yang diterima. Kendati demikian, konsistensi,

kredibilitas, serta cara pengelolaan informasi yang dilakukan Tanboy Kun tetap memberikan kontribusi positif terhadap literasi informasi mahasiswa. Dengan demikian, konten kuliner di Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi yang memperkaya pengalaman belajar di era digital.

Referensi

- Amalia, N. (2020). The Interactive Multimedia Innovation Assisted by Flash Player. Proceeding International Conference on Culture, Language and Literature (IC2LC), Medan, Indonesia, 30 January 2020, 409-415.
- Butar-Butar, T. W. (2022). Pengaruh tayangan mukbang terhadap perilaku makan remaja (Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia). Universitas Pendidikan Indonesia. <https://repository.upi.edu/81851/2/S IKOM 1800621 Chapter1.pdf>
- Hadisahata Hasibuan, M. A. A. (2024). Analisis konten YouTube Mukbang dalam channel Tanboy Kun menurut adab makan Islam. AL-FIQH: Journal of Islamic Studies, 2(2), 105–118. <https://www.researchgate.net/publication/381992350>
- Kalsum, U. (2024). Semiotika adab makan dalam konten mukbang pada channel YouTube Tanboy Kun (Skripsi, IAIN Parepare). Institut Agama Islam Negeri Parepare. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/7132/1/19.3100.060.pdf>
- Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika: Rizki Meliani, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, (2022) <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4776/1/HALAMAN%20JUDUL.pdf>
- Rahma, A. R., & Aiyah, S. (2020). Analysis of subscriber YouTube Tanboy Kun in determining purchasing decisions through AISDALSLove theory. Undergraduate thesis, Universitas Bakrie. <https://www.researchgate.net/publication/366808884>
- Rahma, A. S. (2020). Analisis subscriber YouTube Tanboy Kun dalam menentukan keputusan pembelian melalui teori AISDALSLove (Skripsi, Universitas Bakrie). Universitas Bakrie. <https://repository.bakrie.ac.id/4132/>