

SKRIPSI

“Posting Sebelum Makan : Perilaku Makan *K-popers* di Kota Makassar”



ANNISA SETIANINGRUM

E071201023



**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

“Posting Sebelum Makan: Perilaku Makan *K-popers* di Kota Makassar”

ANNISA SETIANINGRUM

E071201023



**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

Posting Sebelum Makan: Perilaku Makan *K-popers* di Kota Makassar

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi
Antropologi

ANNISA SETIANINGRUM

E071201023



**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

HALAMAN PENGAJUAN

**POSTING SEBELUM MAKAN: PERILAKU MAKAN *K-POPERS* DI KOTA
MAKASSAR**

ANNISA SETIANINGRUM

E071201023

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana
Program Studi Antropologi Sosial

Pada

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

POSTING SEBELUM MAKAN: PERILAKU MAKAN K-POPERS DI KOTA MAKASSAR

Diajukan oleh:

ANNISA SETIANINGRUM
E071201023

Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Antropologi Sosial pada 26 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan pada

Program Studi Antropologi Sosial
Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A.
NIP 19591231 198609 1 002

Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si.
NIP 19870620 202107 3 001

Mengetahui,

Ketua Departemen Antropologi

Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.
NIP 19750823 200212 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Posting Sebelum Makan: Perilaku Makan *K-Popers* di Kota Makassar" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A. dan Dr. Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si.). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 26 Juli 2024

Menyatakan,

Anisa Setlaningrum

E071201023

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas menyelesaikan skripsi ini, saya ingin menyampaikan rasa terimakasih, hormat, dan sayang kepada ayah dan ibu saya **M.Suada, S.Pd, M.Si** dan **Samirah**, serta kakak saya **Sitti Miftahul Jannah, S.Pd** yang rela memberikan dukungan dari dulu sampai saat ini, tanpa mereka saya bukan siapa-siapa. Saya juga ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. **Informan** saya atas partisipasi dan kontribusi berharga dalam penelitian saya. Tanpa keterlibatan kalian, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar dan memperoleh hasil yang bermanfaat.
2. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
3. **Prof. Dr. Phil. Sukri M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta seluruh jajaran Stafnya.
4. **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.**, selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
5. **Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si.**, selaku Sekretaris Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
6. **Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, M.A.** dan **Dr. Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si.**, selaku Pembimbing I sekaligus penasihat akademik dan Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan serta masukan selama penelitian ini dilakukan.
7. **Dr. Muhammad Basir, M.A.** dan **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.**, selaku penguji yang memberi tanggapan dan masukan yang konstruktif pada penelitian ini.
8. Dosen pengajar Departemen Antropologi Universitas Hasanuddin **Prof. Dr. Munsi Lampe, M.A.**, **Prof. Dr. Pawennari Hijjang, M.A.**, **Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D.**, **Prof. Dr. Mahmud Tang, M.A.**, **Prof. Dr. Hamka Naping, M.A.**, **(Alm.) Prof. Dr. Supriadi Hamdat, M.A.**, **Prof. Dr. Ansar Arifin, M.S.**, **Dr. Yahya, M.A.**, **Dr. Muh. Basir Said, M.A.**, **Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.**, **Dr. Safriadi, M.Si.**, **Dra. Nurhadelia Fadeli Luran, M.Si.**, **Dr. Ahmad Ismail, S.Sos.**, **Muhammad Neil, S.Sos., M.Si.**, **Abdul Hafez Assad, S.Sos., M.Si.**, **Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si.**, **Hardiyanti Munsi, S.Sos, M.Si.**, **Jayana Suryana Kembara, S.Sos., M.Si.**, dan **Batara Al Isra, S.Sos., M.A.**, yang telah membagikan ilmunya dan pengalamannya selama belajar di Universitas Hasanuddin, sehingga sangat membuka cakrawala pengetahuan saya tentang kompleksitas manusia.
9. Tenaga pegawai kependidikan Departemen Antropologi, **Darma, S.A.P.**, **Damaris Siampa, S.Sos.**, dan **Muhammad Yunus**, yang selalu membantu dalam proses kelengkapan berkas penelitian dan penyelesaian studi.
10. **Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Antropologi (HUMAN)** yang telah menjadi keluarga di perantauan. Banyak memberikan ilmu, manfaat dan dinamika yang terjadi.
11. Keluarga besar **UKM SODEC FISIP UNHAS** yang telah menampung bakat-bakat terpendam saya.
12. Teman-teman seperjuangan yang telah bersama-sama melewati perjalanan panjang dan saudara seperantau saya **MAPALUS**. Terimakasih atas semua canda tawa, diskusi panjang, saling membantu, serta waktu-waktu yang kita habiskan bersama.

Semua momen tersebut tidak hanya membantu menyelesaikan skripsi ini tetapi juga memberikan kenangan indah yang akan selalu saya ingat.

13. Sahabat saya yang ada di perantauan **Alya, Hasma, Tiwi, Hasra, Wani, Aza, Pak Ustas, Ardi, Laden, Dhenal, dan Aksa**. Dengan penuh rasa syukur, saya ingin menyampaikan terimakasih yang tulus dari lubuk hati saya, atas semua dukungan dan dorongan kalian serta ke ALL-In an kalian yang sangat membantu di akhir semester ini. Terimakasih telah menjadi ada saat dibutuhkan dan selalu memberikan saran.
14. Sahabat saya dari SMA **Heni Suciawati** yang sangat membantu dalam penelitian ini saat saya kebingungan untuk mencari informan dan terimakasih sebesar-besarnya selalu mau saya pusingkan sekaligus saya repotkan terkait penelitian ini.
15. *Support System* saya **Muh. Syarif Hidayatullah** yang selalu ada disisi saya selama perjalanan menyelesaikan skripsi ini, yang tak henti-hentinya menyemangati dan memberikan dukungan kepada saya. Terimakasih telah menjadi pendengar setia, teman diskusi, dan seseorang yang selalu mengingatkan saya untuk tidak menyerah.
16. Saya ingin mengucapkan kepada diri saya sendiri atas segala usaha, ketekunan, dan kerja keras yang telah dicurahkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena telah bertahan melalui berbagai tantangan, melewati malam-malam panjang penuh kerja keras dan tetap berjuang meskipun terkadang rasa lelah dan keraguan menghampiri. Terimakasih sudah bertahan sampai detik ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati, berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, negara, dan agama. Aamiin.

Makassar, 26 Juli 2024

Annisa Setianingrum

ABSTRAK

Annisa Setianingrum E071201023. Posting Sebelum Makan: Perilaku Makan *K-popers* di Kota Makassar. Dibawah bimbingan Prof. Dr. Pawennari, M.A dan Dr. Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si.

Berdasarkan fenomena mengunggah foto atau video makanan yang dibagikan melalui media sosial merupakan hal yang sering di lakukan oleh beberapa *k-popers*, mereka terbiasa menjadikan hal ini sebagai pembuka sebelum menikmati makanan yang ia sajikan. Khususnya di Kota Makassar, perilaku makan seperti ini tidak dipungkiri demi mengekspresikan diri, kesenangan semata, atau berbagi tempat makan yang menjadi rekomendasinya kepada teman-temannya di media sosial. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu memahami alasan dan motivasi di balik kebiasaan *k-popers* untuk mengunggah foto atau video makanan sebelum makan, meneliti bagaimana fitur-fitur di media sosial seperti story dan status mempengaruhi kebiasaan mengunggah konten makanan, mengeksplorasi pengaruh idola Korea, rekomendasi dari media sosial, dan aspek ekonomi terhadap preferensi makanan *k-popers*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penelitian kualitatif diantaranya observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun para penggemar *k-pop* (*k-popers*) terinspirasi oleh budaya dan idola *k-pop*, dalam media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku posting sebelum makan dalam komunitas *k-pop*. Media sosial memberikan ruang bagi para penggemar *k-pop* untuk berinteraksi, berbagi, dan mengekspresikan diri mereka, termasuk dalam konteks posting foto makanan sebelum makan. Estetika memegang peranan penting di sini, di mana para penggemar *k-pop* mengatur tata letak dan pencahayaan dengan cermat untuk menampilkan makanan favorit mereka dengan cara yang menarik dan menggoda. bahwa restoran-restoran terinspirasi oleh *k-pop* di Kota Makassar memiliki daya tarik yang kuat bagi para penggemar *k-pop*. Hal ini terlihat dari pengalaman kuliner yang autentik, nuansa dan dekorasi yang kental dengan tema *k-pop*, serta atmosfer yang ramah dan menghibur. Restoran seperti HAN MI GA, K-Star Dining, dan lainnya tidak hanya menyajikan makanan Korea yang lezat, tetapi juga menciptakan pengalaman menyeluruh yang memikat bagi para pengunjung.

Kata Kunci: *K-popers*, Media Sosial dan Posting Sebelum Makan

ABSTRACT

Annisa Setianingrum E071201023. Posting Before Eating: *K-popers'* Eating Behavior in Makassar City. Under the guidance of **Prof. Dr. Pawennari, MA and Dr. Ahmad Ismail, S.Sos, M.Si.**

Based on phenomena uploading photos or videos of food shared through social media is often done by some *k-popers*, they are used to making this an appetizer before enjoying the food they serve. Especially in Makassar City, this kind of eating behavior is not denied to express oneself, just pleasure, or sharing the food place that he recommends to his friends on social media. The aims of this research are to understand the reasons and motivations behind *k-popers* habit of uploading photos or videos of food before eating, examining how features on social media such as stories and status influence the habit of uploading food content, exploring the influence of Korean culture, recommendations from social media, and economic aspects of *k-popers* food preferences. The aims of this research are to understand the reasons and motivations behind *k-popers* habit of uploading photos or videos of food before eating, examining how features on social media such as stories and status influence the habit of uploading food content, exploring the influence of Korean culture, recommendations from social media, and economic aspects of *k-popers* food preferences. Data collection techniques using qualitative research methods include Observation, Interview and Documentation. Research results show that although *k-pop* fans (*k-popers*) are inspired by *K-pop* culture and idols, in social media, especially Instagram, have a significant role in shaping post-dinner behavior in the *k-pop* community. Social media provide space for *k-pop* fans to interact, share, and express themselves, including in the context of posting photos of food before eating. *Aesthetics* play an important role here, in which *k-pop* fans carefully organize the layout and lighting to showcase their favorite foods in an interesting and seductive way. *k-pop*-inspired restaurants in Makassar City have a strong appeal for *K-pop* fans. This can be seen from authentic culinary experiences, thick shades and decorations with *k-pop* themes, as well as a friendly and entertaining atmosphere. Restaurants such as HAN MIGA, K-Star Dining, and others not only serve delicious Korean food, but also create a comprehensive experience that appeals to visitors.

Keywords: *K-popers*, Social Media and Posting Before Eating

DAFTAR ISI

SKRIPSI	
HALAMAN PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tinjauan Konseptual	4
1.2.1 Budaya Makan	4
1.2.2 Media Sosial.....	5
1.2.3 <i>K-pop</i>	6
1.3 Fokus dan Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II METODE PENELITIAN	10
2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	10
2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
2.3 Teknik Penentuan Informan	10
2.4 Teknik Pengumpulan data.....	11
2.4.1. Observasi	11
2.4.2. Wawancara Mendalam.....	11
2.5 Teknik Analisis data.....	12
2.6 Etika Penelitian	12
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI.....	13
3.1. Sejarah Kota Makassar	13
3.2. Geografis dan Demografis di Kota Makassar	13
3.3. Lokasi Makan <i>K-popers</i>	16

3.3.1.	Restoran Cepat Saji	16
3.3.2.	Booth Kuliner Event	17
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1.	Perspektif <i>K-popers</i> dalam Posting Sebelum Makan	19
4.1.1.	Ritual Sebelum Makan	21
4.1.2.	Kreativitas dan Komunitas	23
4.2.	Media sosial Membentuk <i>K-popers</i> Posting Sebelum Makan	25
4.2.1.	Media Sosial Platform Komunikasi dan Ekspresi Diri	26
4.2.2.	Pengaruh Idola dan Budaya <i>K-pop</i>	28
4.3.	Faktor-Faktor Pemilihan Tempat Makan oleh Penggemar <i>K-pop</i>	32
4.3.1.	Menu yang terinspirasi dari <i>K-pop</i>	32
4.3.2.	Atmosfer <i>K-pop Friendly</i>	34
BAB V	SIMPULAN	37
5.1.	SIMPULAN	37
DAFTAR	PUSTAKA	39
LAMPIRAN	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Nama-Nama Informan.....	11
Tabel 2. Badan Pusat Statistik (BPS) 2021-2023.....	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Administratif Kota Makassar.....	14
Gambar 2. <i>K-popers</i> sedang memposting Mie Gacoan.....	23
Gambar 3. <i>K-popers</i> memposting makanan ditemani <i>id card</i> idola	27
Gambar 4. <i>K-Popers</i> sedang memposting Mie Korean Food	29
Gambar 5. <i>K-popers</i> sedang memposting Foto Makanan & Minuman.....	31

BAB I PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Makan menjadi salah satu kebutuhan dasar manusia, sebab manusia memerlukan makanan untuk dapat bertahan hidup. Makanan adalah salah satu kebutuhan yang paling penting untuk menunjang kelangsungan hidup manusia. Makanan yang dikonsumsi oleh manusia berfungsi sebagai sumber energi. Mengonsumsi makanan yang memiliki gizi seimbang setiap harinya memiliki beberapa manfaat diantaranya mengatur metabolisme tubuh, memelihara dan mengganti jaringan tubuh, mendukung pertumbuhan, serta berperan dalam meningkatkan mekanisme pertahanan bagi tubuh (Khairunnisa Gusti, 2016).

Makanan juga tidak hanya penting untuk memenuhi kebutuhan manusia, namun makanan juga sangat erat kaitannya dengan kebudayaan, termasuk teknologi, organisasi sosial dan juga kepercayaan masyarakat. Jika orang-orang dulu berpesan, “berdoa dulu sebelum makan”, sekarang kita mengenal ungkapan “foto makanannya dulu sebelum makan”, ini adalah salah satu bentuk perilaku makan yang generasi saat ini sering lakukan salah satunya yaitu *K-popers*. Namun sejatinya perilaku makan berbeda-beda bagi setiap orang.

Menurut Koentjaraningrat dalam (Fitriana. N, 2018), perilaku makan adalah cara seseorang berpikir atau berpengetahuan, berperasaan, dan berpandangan, tentang makan. Perilaku makan yang dimaksud adalah cara-cara seseorang atau kelompok melakukan kegiatan yang berkaitan dengan makanan menurut sistem sosial budaya. Kegiatan tersebut meliputi hal-hal seperti bagaimana pangan diperoleh, mana yang dipilih, bagaimana menyiapkannya, siapa yang memakannya, dengan siapa, bagaimana dan berapa banyak yang dimakannya. Salah satu dari bentuk perilaku makan yaitu ritual makan, beberapa orang memiliki ritual tertentu seputar makanan, seperti waktu makan, cara menyajikan makanan, atau bahkan cara makan yang spesifik.

Ritual makan adalah bagian dari perilaku makan yang mencerminkan tradisi dan kebiasaan tertentu dalam masyarakat. Ritual ini bisa berupa waktu makan, cara menyajikan makanan, hingga cara makan yang spesifik. Misalnya, dalam beberapa budaya, ada kebiasaan untuk berdoa sebelum makan sebagai bentuk syukur, sedangkan di budaya modern saat ini, seperti di kalangan *K-popers*, ada kebiasaan untuk memotret makanan sebelum dimakan. Contohnya yaitu penggemar *K-pop* sangat ingin tahu apapun yang dilakukan ataupun digunakan oleh idola mereka. Seperti makanan kesukaan, warna kesukaan, pakaian yang digunakan bahkan lagu yang sering didengarkan. Dan para penggemar sangat mendukung karya para idola mereka dengan membeli barang resmi dari idola mereka sebagai bukti dukungan mereka (Praundrianagari, S. B., & Cahyono, H, 2021).

Selain itu *K-popers* mencoba makanan khas dari Korea walaupun harga dari makanan korea itu tidak murah tetapi *K-popers* ini akan mencari sampai kemanapun karena menurut *K-popers* hal-hal yang bersifat Korea itu akan mempunyai nilai yang lebih. Daya tarik tersebut di perkenalkan melalui tayangan televisi, media sosial,

Netflix, dll yang terdapat didalam drama korea, karena di dalam drama korea menjadi salah satu wadah untuk memperkenalkan budaya khas korea. Dari mulai makanan khas korea, tempat pariwisata yang bagus, alat komunikasi yang modern dan cara berpakaian orang korea. Tidak dapat di pungkiri bahwa *K-popers* akan selalu mengikuti gaya hidup bahkan kebiasaan dari idolanya tersebut (Ulya, S. H, 2014).

Trend kuliner semakin berkembang pesat dengan adanya penggunaan media sosial. Media sosial menyediakan beragam fitur yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya, salah satunya ialah fitur story ataupun berbagi status. Para *K-popers* sering menggunakan fitur ini untuk membagikan momen-momen dalam kehidupan mereka kepada teman sesama penikmat *K-pop*, termasuk momen ketika akan menyantap makanan. Fenomena memotret makanan dan di posting di media sosial muncul akibat pengaruh perkembangan teknologi yang semakin canggih. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini hampir semua orang memiliki smartphone yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Di era modern seperti saat ini, banyak masyarakat kalangan anak muda yang lebih sering makan di restoran cepat saji untuk sekedar mengikuti tren (Khairunnisa, A. G, 2016).

Tren makanan kekinian yang muncul di media sosial menyebabkan para *k-popers* ikut turut menikmati makanan kekinian tersebut. Beberapa *k-popers* juga tak tanggung-tanggung untuk pergi keluar kota demi menikmati kuliner-kuliner dari kota yang ia kunjungi, lalu tidak lupa untuk diabadikan di media sosial khususnya Instagram dan berbagi kepada teman *K-pop* nya. Hasil survei dari World Food Travel Association (2019), pengunjung menghabiskan sekitar 25% dari anggaran perjalanan mereka untuk makanan dan minuman. Trend makanan populer menjadi sering digandrungi oleh generasi muda saat ini (Kurniawati, A. D, 2020).

Mengunggah foto atau video makanan yang dibagikan melalui media sosial merupakan hal yang sering di lakukan oleh beberapa *k-popers*, mereka terbiasa menjadikan hal ini sebagai pembuka sebelum menikmati makanan yang ia sajikan. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan *k-popers* kerap melakukan posting sebelum makan diantaranya yaitu, kebutuhan untuk mengekspresikan diri seperti, hobi atau kesenangan semata, eksistensi diri, serta untuk berbagi informasi ke sesama teman media sosial serta mengikuti para idola mereka. Khususnya di Kota Makassar, perilaku makan seperti ini tidak dipungkiri demi mengekspresikan diri, kesenangan semata, atau berbagi tempat makan yang menjadi rekomendasinya kepada teman-temannya di media sosial.

Pilihan makanan *k-popers* sering kali dipengaruhi oleh apa yang dimakan oleh idola mereka. Idola *k-pop* sering kali membagikan makanan favorit mereka di media sosial, yang kemudian diikuti oleh para penggemar. Ini menciptakan efek domino di mana makanan tertentu menjadi populer di kalangan penggemar. Perilaku makan *k-popers* di Kota Makassar mencerminkan pengaruh besar dari budaya pop dan teknologi modern. Dengan memotret dan memposting makanan di media sosial, mereka tidak hanya mengikuti tren tetapi juga mengekspresikan diri dan menunjukkan keterlibatan mereka dalam komunitas global. Tren ini menunjukkan bagaimana budaya dan teknologi dapat

bersatu untuk membentuk perilaku makan yang unik dan dinamis dalam masyarakat modern.

Setelah melakukan beberapa riset dalam menentukan penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan perilaku makan *K-popers* di Kota Makassar dan yang didapat dari buku, jurnal, skripsi, dan juga artikel ilmiah yang dirangkup sebagai berikut:

Pertama, Salah satu bentuk perilaku makan yang ada dalam *K-popers* yaitu posting sebelum makan. Dahulu orang tidak terlalu mementingkan foto makanan sebelum di santap, tapi sampai saat ini orang-orang selalu mementingkan foto atau video makanan yang disantap untuk dibagikan ke media sosial, demi mendapatkan pengakuan, kepentingan pribadi, ataupun berbagi tempat makan yang enak kepada teman-teman dimedia sosialnya. Makanan saat ini tidak lagi hanya dipandang sebagai kebutuhan primer manusia atau sebagai bahan bakar agar tubuh dapat menghasilkan energi untuk digunakan saat beraktifitas (Laila, Z. 2021). Saat makan diartikan sebagai waktu dimana orang-orang berkumpul untuk mensyukuri kehidupan, bagian dari ritual kebudayaan, dan membangun hubungan antar pribadi. Apa yang kita makan saat ini juga menjadi simbol siapa kita, dari kelas sosial mana kita berasal, dan generasi kita dilahirkan. Sehingga tidak heran jika *K-popers* bercakap-cakap secara online hanya untuk membicarakan apa yang mereka ingin makan. Jika orang-orang tua kita dulu berpesan “berdoa dulu sebelum makan”, Sekarang kita mengenal ungkapan “jangan lupa foto makananya dulu sebelum di makan”.

Kedua, Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Annisa Dwi Kurniawati (2020) di lain Ponegore yaitu Generasi yang dalam kehidupannya erat dengan penggunaan media sosial ini sering kali mengunggah setiap aktivitas sosialnya, termasuk dalam hal kuliner. Mereka membagikan gambar yang hendak dimakan ke media sosial merupakan suatu aktivitas yang biasa dilakukan sebelum menikmati sajian kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif generasi z Ponorogo dalam melakukan tindakan *post before eating* ketika akan menikmati sajian kuliner kekinian. Metode penelitian yang digunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif generasi milenial melakukan tindakan *post before eating* antara lain sebagai sarana untuk menyalurkan kesenangan atau hobi, membagikan informasi tentang rekomendasi tempat kuliner kekinian dan menunjukkan eksistensi diri.

Kemudian Penelitian serupa tentang tindakan mengunggah foto makanan di media sosial sebelumnya telah diteliti oleh Pramadi, Y., & Dewi, R. (2017). dengan hasil penelitiannya menemukan bahwa motif pengguna ketika mengunggah foto kuliner di media sosial ialah sebagai *food diary*, mendokumentasikan *selfcreation*, *special occasion*, *food art*, momen makan bersama serta resensi menu makanan atau restoran. Penelitian yang dilakukan tidak memberikan tipikasi motif dari orang-orang yang melakukan tindakan mengunggah foto makanan di media sosial. Sehingga, peneliti tertarik untuk meneliti tentang motif generasi milenial melakukan tindakan *post before eating* kemudian memberikan tipikasi motif sebagai bentuk klasifikasi motif dari generasi milenial ketika melakukan tindakan *post before eating*.

Penelitian selanjutnya yaitu oleh Karini Addy. T, dkk (2022), Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya menjalankan aktivitas sosial secara digital dengan kata lain media sosial merupakan tempat melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan penggunanya informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Konten atau informasi tersebut nantinya akan dibagikan pada sesama pengguna media sosial seperti salah satunya adalah konten yang bertema atau berisikan informasi mengenai makanan seperti kandungan gizi pada makanan, bahan-bahan masakan, tempat makan, bahkan sarana marketing penjualan makanan. Rekomendasi para pengguna media sosial, *food blogger*, *content creator* dapat menjadi informasi, pengaruh nasihat, saran dan juga patokan dalam menentukan perilaku makan. Berdasarkan hasil penelitian, mengakses media sosial tidak hanya dapat memengaruhi kebiasaan pembelian kita, bahkan dapat memengaruhi persepsi dan perilaku diri kita. Sama halnya dengan) ditemukan bahwa mengakses media sosial sangat bisa memengaruhi mental remaja saat memilih makanan yang akan mereka konsumsi.

Berdasarkan penelitian yang sudah dibahas di atas, hal yang membedakan penelitian saya dengan penelitian sebelumnya yaitu hasilnya yang menggambarkan bahwa pengaruh media sosial telah mengubah perilaku banyak orang, dalam hal ini para *k-popers*. Pengaruh media sosial ini salah satunya diakibatkan oleh persepsi penggemar idol *k-pop* (*k-popers*) dalam mengikuti kebiasaan idola mereka senantiasa memposting foto makanan sebelum makan. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka penulis dengan lugas mengambil judul "Posting Sebelum Makan: Perilaku Makan *K-popers* di Kota Makassar".

1. 2 Tinjauan Konseptual

1. 2. 1 Budaya Makan

Perspektif budaya memandang makanan bukanlah sesuatu yang dipandang semata-mata berhubungan dengan aspek fisiologis dan biologis manusia melainkan secara menyeluruh terserap dalam suatu sistem budaya pangan. Sistem budaya pangan (makanan) mencakup kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi makanan yang di dalamnya tersirat pemenuhan kebutuhan manusia-primer, sosial, dan budaya dalam rangka melangsungkan kehidupan dan meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, dan masyarakatnya, Tradisi kuliner berbasis pangan lokal merupakan bentuk kearifan lokal sebagai gambaran pola-pola hidup masyarakat yang mampu menghadirkan identitas kolektivitas dan representasi sosial budaya dalam mengkonsepkan makanan, fungsi sosial makanan di tengah-tengah himpitan dan pengaruh modernisasi pangan dari budaya luar Untuk menjaga keberlangsungan hidupnya, manusia membutuhkan makanan sebagai hal yang paling mendasar. Namun tetap masih harus diperhatikan apakah makanan tersebut bernilai gizi optimal dan lengkap. Zat gizi lengkap yang diperlukan tubuh antara lain, karbohidrat, protein baik hewani maupun nabati, lemak serta vitamin dan mineral. Makanan bernilai gizi dapat diolah menjadi berbagai macam proses pengolahan yang benar, karena apabila tidak diolah dengan benar, maka makanan tersebut justru dapat mengganggu kesehatan. Sebelum mengonsumsi makanan baik olahan maupun

non olahan, kita harus memastikan apakah makanan itu aman dan terbebas dari sumber penyakit (Rustan Inayah N, 2020).

Kebiasaan makan bukanlah bawaan sejak lahir tetapi merupakan hasil belajar (Suhardjo,1989). Perubahan kebiasaan makan dapat disebabkan oleh faktor Pendidikan gizi dan Kesehatan secara aktivitas pemasaran atau distribusi pangan. Dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor lingkungan seperti lingkungan budaya, lingkungan alam, serta populasi. Kebiasaan makan remaja dipengaruhi oleh banyak faktor: Pertumbuhan remaja, meningkatkan partisipasi dalam kehidupan sosial dan aktivitas remaja sehingga dapat menimbulkan dampak terhadap apa yang dimakan remaja tersebut. Remaja mulai dapat membeli dan mempersiapkan makanan untuk mereka sendiri, dan biasanya remaja lebih suka makanan serba instan yang berasal dari luar rumah seperti makanan siap saji.

Budaya makan sebagai kompleks kegiatan kuliner salah satunya yaitu terkait dengan teknologi yang digunakan. Walaupun kebudayaan menentukan apa yang bisa dimakan dan tidak. Namun makanan juga termasuk organisasi sosial dan juga kepercayaan terhadap individu tersebut (Sanjaya H. 2021). Korelasi dari penelitian yang saya lakukan bahwa penggemar idol *k-pop* memiliki kebiasaan terhadap makanan yang sering dilakukan yaitu memposting foto makanan sebelum makan. Mereka merasa ada yang kurang saat tidak memposting foto makanan yang ia santap, mereka juga memposting foto makanan di media sosial berupa Instagram *story* dan datang ke restoran cepat saji bersama sesama penggemar *k-pop*.

1. 2. 2 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online melalui aplikasi berbasis internet, dapat digunakan untuk berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial dan ruang 11 dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang semakin canggih dan hebat. Media sosial memiliki kelebihan yaitu cepat dalam penyebaran informasi, sebaliknya kelemahannya yaitu mengurangi intensitas interaksi interpersonal secara langsung atau tatap muka, kecanduan yang berlebihan serta persoalan hukum karena kontennya yang melanggar moral, privasi serta peraturan (Kosasih, I, 2016). Media sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunaannya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya.

Para peserta FGD mengartikan media sosial sebagai media yang memberikan fasilitas layanan jaringan online yang dapat menghubungkan orang-orang secara individu atau kelompok (Arsyad, J. H.2022). Jadi dapat disimpulkan bahwa media sosial yaitu pengantar digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, bagi setiap penggunaannya.

1. 2. 3 *K-pop*

Dalam bahasa Korea, musik populer Korea (Korean pop music) atau *K-pop* disebut dengan istilah 가요 (*gayo*). Sejarah musik pop Korea diawali dengan musik pop pra-modern yang muncul pada tahun 1930-an. Titik balik bagi industri musik Korea berada di tahun 1992 yang ditandai dengan kemunculan grup musik Seo Taji and *Boys* yang beranggotakan tiga personel. Musik pop dekade 90-an cenderung beraliran *dance* dan hip-hop dengan pasar utamanya adalah remaja. Oleh karenanya, pada tahun tersebut banyak bermunculan teen idol atau idol group dalam bentuk boy band dan girl band yang sangat digilai remaja. H.O.T. merupakan boy band *K-pop* pertama yang debut pada tahun 1995. Abad 21 dikenal dengan mewabahnya fenomena *Korean wave* dengan kemunculan *boy/girl band* maupun solo *artist* Korea di negara-negara Asia hingga muncul di skema musik Barat. Pada tahun 2002, Baby V.O.X. dengan single *Coincidence* menjadi sangat terkenal di negara-negara Asia karena dirilis dan dipromosikan selama *World Cup* di Korea Selatan. Pada tahun ini pula, BoA berhasil menduduki tangga lagu teratas pada tangga lagu pop Jepang. Pada tahun 2012, *K-pop* menerobos media mainstream Barat dengan kemunculan lagu *Gangnam Style* oleh Psy. *Gangnam Style* dengan tarian khasnya mampu meraih 2 milyar penonton di YouTube pada Juli 2004, menjadikannya sebagai video internet pertama yang berhasil mencapai lebih dari satu milyar penonton. Eksistensi *K-pop* di dunia musik manca negara terus meningkat dengan semakin banyaknya jumlah penikmat dan penggemar musik mereka. Pada bulan April 2015, *boyband* di bawah naungan SM *Entertainment*, EXO, berhasil menjual album terbaru mereka bertajuk *Exodus* sejumlah 600.000 kopi. EXO menempati urutan 70 sebagai The Top Sales Album dan urutan 95 pada Billboard 200. Sekarang ini, EXO memegang rekor tidak hanya dengan penjualan album terbesar yang pernah ada, tetapi juga sebagai album dengan urutan tertinggi untuk idol group pria (Amalia. I, 2019).

Fenomena lain yang timbul sebagai akibat *Korean Wave* adalah menjamurnya fans *k-pop* di seluruh belahan dunia. Dalam dunia *K-pop*, fans memerankan peran yang sangat esensial terkait dengan operasi mereka dalam aktivitas penggemar. Kepopuleran seorang artis ditentukan salah satunya dari seberapa banyak fans yang mereka miliki. Fans dari berbagai belahan dunia membentuk komunitas besar di bawah naungan fandom atau *fanbase*. Di Korea, setiap *boy band*, *girl band*, maupun solo *artist* memiliki nama fandom resmi yang dikeluarkan oleh agensi yang menaungi artis terkait. Biasanya, agensi menyediakan *website* resmi agar penggemar bisa mendapatkan membership secara resmi. *Fanbase* Korea memiliki struktur dan operasi yang berbeda dari *fanbase* di negara-negara Barat. Setiap fandom memiliki nama dan warna yang menunjukkan identitas artis terkait. Sebagai contoh, nama penggemar TVXQ adalah *Cassiopeia* dengan warna *pearl red*, penggemar Super Junior dinamai E.L.F dengan warna *pearl shapphire blue*, penggemar EXO dinamai EXO-L dengan warna silver. Selain mewakili identitas artis idola, warna dalam fandom *K-pop* juga berfungsi untuk menunjukkan loyalitas dan kesatuan dukungan dari para penggemar, khususnya ketika solois atau idol group yang diidolakan sedang tampil dalam sebuah konser dengan artis lain.

Aktivitas-aktivitas penggemar *K-pop* lebih sering dilakukan di dunia maya. Internet sebagai media utama tersebarnya budaya pop Korea menjadi penghubung antara semua penggemar yang berasal dari berbagai negara. Gooch menggolongkan *fanbase* yang muncul setelah tahun 2000 sebagai “*cyber fandom*”, yaitu mengoptimalkan fungsi internet dalam setiap aktivitasnya. Internet berperan sebagai penguat fondasi *fanbase* karena menjadi media interaksi penggemar tanpa mengenal batas wilayah. Penggemar menciptakan budaya mereka sendiri yang ditunjukkan melalui bahasa dan aktivitas yang dilakukan. Dalam budaya penggemar, dikenal istilah *fangirling*, yaitu sebutan yang digunakan untuk mendeskripsikan kegembiraan berlebihan atau bahkan ekstrim terhadap fandom tertentu. Penggemar memiliki beberapa macam karakteristik, dari penggemar yang hanya sekedar suka hingga penggemar fanatik yang tak segan melakukan hal-hal ekstrem demi idolanya (Puteri, A. S, 2021). Menurut Ayunita dan Andriani (2018) membedakan penggemar, khususnya fangirl, dibedakan dalam beberapa tipe, antara lain:

- a. *Below average fangirl*, yaitu tipe *fangirl* yang paling sedikit berpotensi menimbulkan kekacauan, menghina atau mengganggu fandom lain ataupun non-fan. Mereka mengakui bahwa mereka memiliki obsesi berlebihan terhadap suatu dan kurang bersikap dewasa akan hal itu.
- b. *Average fangirl*, yaitu *fangirl* yang paling sering terlihat di internet dan umumnya tidak berbahaya. Mereka memiliki fantasi bertemu atau menikah dengan idola dan bersikap tidak dewasa tentang obsesi atau kecintaan mereka. Ciri umum dari penggemar tipe ini adalah memiliki kecenderungan berkata-kata kasar, mudah tersinggung, dan berlebihan seperti histeris di tempat yang tidak tepat.
- c. *Above average fangirl*, yaitu tipe *fangirl* yang memiliki obsesi lebih tinggi dari tipe lainnya. Mereka cenderung lebih histeris, lebih mudah tersinggung dan marah ketika seseorang mengatakan bahwa idola mereka hanya karakter dua dimensi dan kemungkinan bertemu sangat tidak mungkin. Fantasi mereka lebih tinggi dibanding tipe penggemar lain sehingga tingkat kedewasaan mereka pun lebih rendah. Selain melakukan aktivitas konsumsi, penggemar juga melakukan aktivitas produksi kreatif dengan membuat karya seni di bidang sains dan seni yang dikenal dengan istilah fan fiction dan fan art. Adapun aktivitas-aktivitas yang biasa dilakukan penggemar dalam fandom, antara lain:
 1. *Fan-site*, yaitu situs dan akun online yang dibuat oleh para penggemar.
 2. *Fan-gathering*, yaitu acara berkumpul atau tatap muka antar penggemar yang berasal dari suatu wilayah tertentu. Biasanya penggemar yang tinggal di daerah berdekatan.
 3. *Fan-project*, yaitu proyek bersama yang melibatkan banyak penggemar dan diakomodir oleh fanbase.
 4. *Fan-fiction*, yaitu diartikan sebagai sebuah bentuk karya sastra yang biasanya ditulis di internet oleh seseorang yang menggemari novel, film dan lainnya, dimana karakter yang digunakan diambil dari cerita dalam novel atau film tersebut.

5. *Fancam*. Fancam (fan camera) adalah rekaman yang diambil penggemar ketika bertemu dengan idola, baik itu ketika hadir dalam konser, fansign, fanmeeting, dan sebagainya. Sementara fanvid (fan video) adalah video yang dibuat dengan menggabungkan foto atau potongan video dengan disertai musik latar.
6. *Fan chant*, yaitu teriakan serempak yang dilakukan dalam konser penggemar mengucapkan kata atau frasa tertentu di sela-sela lagu.
7. *Fan art*, yaitu karya seni yang dibuat oleh penggemar baik dua dimensi maupun tiga dimensi dengan menggunakan idola sebagai objek dalam karya tersebut.
8. *Cover dance*, yaitu aktivitas penggemar di mana penggemar menirukan tarian boy band maupun girl band tertentu.
9. *Cover song*, yaitu menyanyikan ulang sebuah lagu baik sama seperti penyanyi sebenarnya maupun dengan mengubah genre lagu.
10. *Role-play* atau bermain peran. Penggemar memainkan karakter salah satu personil boy band dan berdialog dengan penggemar lain yang juga memainkan karakter personil boy band lain.

1.3 Fokus dan Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah untuk memahami perilaku makan *K-popers* di Kota Makassar, khususnya kebiasaan memposting foto atau video makanan di media sosial sebelum makan. Penelitian ini akan mengeksplorasi perspektif *K-popers* mengenai kebiasaan tersebut, menganalisis bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku memposting makanan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan makanan oleh *K-popers*. Dengan mengkaji motivasi di balik kebiasaan memposting, peran media sosial, dan pengaruh budaya *K-pop*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang interaksi antara tren kuliner, teknologi, dan budaya populer di kalangan generasi muda di Makassar. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat dituliskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perspektif *K-popers* dalam posting sebelum makan?
2. Bagaimana media sosial membentuk perilaku posting sebelum makan?
3. Faktor- Faktor yang mempengaruhi *K-popers* dalam memilih makanan?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memahami alasan dan motivasi di balik kebiasaan *K-popers* untuk mengunggah foto atau video makanan sebelum makan.
- b. Meneliti bagaimana fitur-fitur di media sosial seperti story dan status mempengaruhi kebiasaan mengunggah konten makanan.
- c. Mengeksplorasi pengaruh idola Korea, rekomendasi dari media sosial, dan aspek ekonomi terhadap preferensi makanan *K-popers*.

1. Adapun Manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:
 - a. Manfaat Akademis Penelitian ini memiliki manfaat akademis yang signifikan dalam memperdalam pemahaman tentang interaksi antara budaya populer dan perilaku konsumen. Dengan fokus pada perilaku makan *k-popers* di Kota Makassar, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana tren global, seperti *k-pop*, dapat mempengaruhi kebiasaan lokal. Ini dapat membantu akademisi dalam bidang sosiologi, antropologi, dan studi budaya untuk lebih memahami dinamika budaya kontemporer dan globalisasi. Selain itu, penelitian ini menambah literatur tentang perilaku konsumen di era digital, khususnya bagaimana media sosial membentuk kebiasaan sehari-hari, seperti makan dan berbagi momen di media sosial. Ini penting bagi pengembangan teori tentang dampak teknologi dan media sosial pada kehidupan sosial dan budaya.
 - b. Manfaat Praktis Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi para pelaku bisnis, khususnya di sektor kuliner. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi *k-popers* dalam memilih dan memposting makanan, pemilik restoran dan pengelola pariwisata dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan tren yang sedang berkembang.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu data yang berbentuk kata-kata, skema dan gambar. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan kondisi, fakta, atau kejadian berdasarkan data yang akan diperoleh di lapangan. Penelitian kualitatif dapat diartikan suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B, 2018). Peneliti berasumsi bahwa metode ini sesuai dengan penelitian yang penulis akan lakukan karena jenis penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang penulis telah susun dengan cara terjun langsung ke lapangan.

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Makassar. Peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Kota Makassar karena ditemukan fenomena unik di kalangan penggemar *k-pop*, khususnya kebiasaan memposting makanan sebelum dimakan. Kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan komunitas *k-popers* yang sangat aktif. Keberagaman budaya dan gaya hidup modern di Makassar memberikan lingkungan yang kondusif untuk mengamati perilaku ini, yang dapat memberikan wawasan mendalam mengenai pengaruh budaya populer Korea Selatan terhadap kebiasaan sehari-hari masyarakat lokal. Penelitian ini berlangsung selama bulan Februari-April dan menyesuaikan jadwal kegiatan dari para *k-popers* sehingga dapat memaksimalkannya dalam memperoleh data terkait tema-tema penelitian

2.3 Teknik Penentuan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan informan dengan cara memilih secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu ketentuan informan sesuai dengan kriteria yang telah disusun oleh peneliti sesuai dengan topik pembahasan dalam penelitian dan kriteria informan yang peneliti ajukan yaitu *K-popers* dalam memposting makanan.

Informan yang telah diwawancarai yaitu berjumlah 8 orang, terdiri dari 5 perempuan dan 3 laki-laki. Peneliti melakukan wawancara pada bulan februari-april tahun 2024. Identitas informan tidak ada yang disamarkan dalam penelitian ini karena semua informan bersedia untuk dicantumkan namanya. Berikut adalah tabel nama-nama informan yang telah diwawancarai:

NO	NAMA	UMUR	JENIS KELAMIN	STATUS
1.	Jaddid	22 Tahun	Laki-Laki	Bekerja
2.	Eni	22 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
3.	Sindi	23 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
4.	Fia	24 Tahun	Perempuan	Bekerja
5.	Fatmawati	22 Tahun	Perempuan	Mahasiswa
6.	Delpia	24 Tahun	Perempuan	Bekerja
7.	Rey	21 Tahun	Laki-Laki	Mahasiswa
8.	Mail	24 Tahun	Laki-Laki	Bekerja

Tabel 1. Nama-Nama Informan

2.4 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang konkret dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data ini merupakan satu kesatuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai topik permasalahan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif diantaranya Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Untuk memperoleh data yang relevan, sehingga digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

2.4.1. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan secara langsung mengidentifikasi para *k-popers*. Saya datang langsung ke *event k-pop* yang ada di Panakukang Mall dan Nipah Mall. Observasi Partisipasi yang saya lakukan dengan ikut serta menonton pertunjukan *dance cover* dan *cover lagu*. Saat melakukan observasi, saya menggunakan instrumen berupa kamera untuk memotret dan merekam video aktivitas *K-popers*, buku untuk membuat catatan lapangan (*field note*) sehingga kemudian bisa membantu saya untuk melakukan analisis data berdasarkan hasil observasi tersebut.

2.4.2. Wawancara Mendalam

Saat melakukan penelitian, saya melakukan wawancara mendalam terhadap informan, yaitu *k-popers* yang berdomisili di Kota Makassar. Sebelum melakukan wawancara mendalam saya melakukan observasi di *event K-pop* yang diadakan di Panakukang Mall dan Nipah Mall. Setelah melakukan observasi sebelumnya, saya menemukan teman penggemar idol *K-pop (k-popers)* yang sering melakukan posting sebelum makan dan setelah itu dia memberitahukan jika ada teman-temannya yang melakukan hal tersebut sesuai dengan kriteria informan saya. Selama melakukan wawancara, saya mengumpulkan informasi-informasi terkait tema-tema dan kriteria penelitian yang telah saya rumuskan dalam latar belakang tersebut. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara, sehingga memudahkan saya mengumpulkan informasi terkait penelitian.

2.5 Teknik Analisis data

Bentuk teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Creswell (2012) yang dimana Creswell membagi teknik analisis ini terdiri dari 5 tahapan dalam penelitian kualitatif yaitu observasi partisipasi, mencatat hasil temuan, analisis situasi sosial, analisis domain dan analisis taksonomi. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengelola data yang didapat untuk dianalisis dari dengan cara transkrip hasil wawancara yang berkaitan tema-tema penelitian yang sudah saya jabarkan dalam rumusan masalah, memilah-milah data dan kemudian data tersebut disusun. Kemudian peneliti akan membaca data secara keseluruhan untuk mendapatkan informasi yang diperoleh secara menyeluruh Sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan proses men- *coding* data yang sudah ada yang selanjutnya saya reduksi kedalam hasil dan pembahasan.

2.6 Etika Penelitian

Etika penelitian adalah kumpulan prinsip dan norma moral yang mengatur perilaku peneliti dalam melaksanakan studi. Tujuan utama etika penelitian adalah menjamin integritas, kejujuran, serta tanggung jawab terhadap partisipan, masyarakat, dan ilmu pengetahuan secara keseluruhan. Sebelum memulai penelitian, langkah awal yang harus diambil adalah mengurus izin penelitian. Hal ini penting untuk memastikan kepatuhan terhadap prosedur yang berlaku dan menghindari potensi masalah di lapangan.

Langkah awal dalam penelitian ini melibatkan pengajuan permohonan izin kepada Departemen Antropologi Sosial di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Setelah memperoleh izin tersebut, peneliti kemudian mengajukan permohonan izin ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Provinsi Sulawesi Selatan, dan dilanjutkan dengan pengajuan ke DPM-PTSP Pemerintah Kota Makassar. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu memperkenalkan diri, menyampaikan tujuan kedatangannya, serta meminta izin untuk merekam dan mengambil gambar sebagai dokumentasi. Peneliti juga menanyakan kesediaan informan dalam penggunaan identitas mereka diskripsi, yang kemudian akan menjadi bahan pertimbangan dalam penulisan identitas para informan. Selain itu, peneliti berkomitmen untuk selalu bersikap sopan dan menjaga etika selama berada di lokasi penelitian.