

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, akun TikTok @ratudeslim89 dikenal sebagai salah satu *content creator* yang secara konsisten menampilkan kekayaan kuliner Minangkabau melalui berbagai konten visual seperti video memasak, ulasan makanan dan konten-konten hiburan lainnya yang dikemas dengan menggunakan Bahasa minang berlogat Korea di setiap narasi kontennya. Konten-konten yang dihasilkan oleh pemilik akun @ratudeslim89 tersebut tidak hanya menonjolkan cita rasa masakan tradisional, tetapi juga memanfaatkan teknik penyajian visual, gaya komunikasi digital, serta interaksi dengan audiens dalam membangun kedekatan dan meningkatkan keterlibatan dengan pengikut. Hal ini mendorong terjadinya peningkatan *engagement* pada akun @ratudeslim89 sebagai indikator keberhasilan strategi komunikasi digital yang diterapkan dengan adanya keterlibatan interaksi aktif audiens dalam bentuk komentar, *likes*, *share*, serta *followers* yang loyal terhadap konten yang disajikan secara konsisten dan autentik.

Kehadiran *content creator* pada perkembangan teknologi di era digital ini, berperan penting dalam menjembatani kebudayaan di media sosial salah satunya di bidang kuliner. Dalam hal ini, akun @ratudeslim89 hadir sebagai contoh dari *content creator* kuliner Minang yang memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan masakan tradisional sekaligus cerita budaya kepada publik di ruang digital. Strategi pengemasan konten, konsistensi tema, serta pola interaksi

yang dibangun dengan pengikut menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi yang dilakukan tidak berlangsung secara acak, melainkan mengikuti perencanaan tertentu yang dikemas secara menarik.

Pengemasan konten yang dikemas secara kreatif oleh *content creator* di media sosial, merupakan suatu upaya dalam membangun kedekatan dengan *audiens* sekaligus menyampaikan nilai, identitas, dan karakter tertentu (Abas, 2025). Dalam hal ini TikTok dimanfaatkan oleh sejumlah *content creator* untuk menampilkan kekhasan budaya, gaya hidup, serta aktivitas kuliner yang merepresentasikan identitas budaya lokal. Penyajian konten yang berbasis visual dan narasi memungkinkan budaya Minangkabau ditampilkan secara lebih modern tanpa menghilangkan makna aslinya, sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan. Oleh karena itu, Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang interaksi digital dalam pelestarian dan pengenalan budaya Minangkabau di era digital.

Salah satu unsur budaya di Minangkabau yang paling menonjol adalah terletak pada kulinernya yang dikenal luas. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana kuliner khas Minangkabau yang kaya akan rempahnya, memiliki teknik memasak yang khas, serta nilai filosofis yang melekat di dalamnya. Hidangan seperti rendang telah memperoleh pengakuan luas di tingkat nasional hingga internasional melalui berbagai publikasi media global, sehingga menjadikan kuliner Minang sebagai bagian penting dari citra gastronomi Indonesia di mata dunia (Rahman, 2020). Kondisi ini membuka peluang besar bagi *content creator* kuliner untuk mengemas

kekayaan budaya tersebut ke dalam bentuk konten visual dan naratif di Tiktok sekaligus memperluas jangkauan audiens lintas wilayah ataupun negara.

Selain rendang, kuliner Minang juga mencakup beragam hidangan khas lain seperti sate Padang, dendeng balado, gulai ikan, dan berbagai masakan tradisional yang mencerminkan identitas budaya masyarakat Minangkabau (Rahman, 2020). Keberagaman ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang strategis bagi para *content creator*, khususnya dalam menyusun konten yang tidak hanya menampilkan aspek visual makanan, tetapi juga mengomunikasikan nilai budaya, di balik setiap hidangan. Pada penelitian ini, akun TikTok @ratudeslim89 menjadi contoh menarik untuk dikaji karena berpotensi menunjukkan bagaimana strategi konten yang digunakan untuk memperkenalkan kuliner Minang di ruang digital, memperkuat citra kuliner tradisional, serta membangun interaksi dengan audiens di media sosial. Akun tersebut menjadikan kuliner sebagai identitas utama dalam setiap konten yang diproduksi, baik melalui visual masakan, proses pengolahan, maupun narasi yang dikemas secara autentik.

Pengemasan konten yang disusun secara terstruktur dan autentik tidak hanya membentuk ciri khas yang mudah dikenali oleh audiens, tetapi juga memperkuat posisi akun TikTok @ratudeslim89 sebagai salah satu representasi kuliner Minangkabau di media sosial. Konsistensi dalam penyajian konten, baik dari segi visual, tema, maupun narasi yang digunakan, menunjukkan adanya strategi komunikasi yang dirancang secara sadar untuk membangun identitas akun (Cahyani, 2024). Ciri khas yang dimiliki *content creator* ini berperan penting dalam

meningkatkan daya tarik konten serta mendorong keterlibatan audiens melalui interaksi seperti *likes*, komentar, dan berbagi konten. Selain itu, keberadaan ciri khas tersebut turut mendukung keberlanjutan popularitas akun di tengah persaingan *content creator* yang semakin kompetitif di *platform* Tiktok, sehingga akun @ratudeslim89 mampu mempertahankan eksistensinya dan relevansinya sebagai media penyampai kuliner Minangkabau di ruang digital.

Content creator dalam hal ini mengemas informasi yang telah diolah ke dalam format yang dapat dipublikasikan, seperti video, gambar, maupun teks, yang kemudian disebut sebagai konten (Sundawa & Trigartanti, 2022). Proses pembuatan konten tidak hanya sekadar menyajikan informasi, tetapi juga melibatkan kemampuan kreatifitas dalam pemilihan pesan, serta penyesuaian dengan karakteristik antara media dan audiens. *Content creator* berperan sebagai pihak yang menjembatani informasi dengan kebutuhan audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara menarik.

Keunikan pada akun TikTok @ratudeslim89 sebagai *content creator* kuliner Minangkabau terletak pada cara penyajian kontennya yang tidak hanya menampilkan makanan, tetapi juga menggabungkannya dengan unsur humor dan ciri khas budaya Minang. Konten yang dihasilkan @ratudeslim89 dikemas dengan pendekatan yang ringan, lucu, dan menghibur, sehingga mampu menarik perhatian audiens. Pembawaan yang ekspresif, penggunaan bahasa Minang dengan kombinasi dari pembawaan logat Korea menjadi ciri khas tersendiri dari akun @ratudeslim89 dibandingkan dengan konten kuliner pada umumnya. Pendekatan

seperti ini mudah diterima oleh audiens, yang tidak hanya tertarik pada sajian kuliner yang ditampilkan, tetapi juga menikmati proses penyampaian pesan yang disuguhkan dalam setiap unggahan.

Penggunaan humor dan gaya komunikasi dalam konten @ratudeslim89 berperan sebagai strategi komunikasi dalam membangun kedekatan dengan audiens. Unsur kelucuan yang ditampilkan tidak bersifat berlebihan, melainkan disesuaikan dengan konteks budaya dan kebiasaan masyarakat Minang, sehingga pesan yang disampaikan tetap relevan dan mudah dipahami. Melalui strategi ini, @ratudeslim89 mampu menciptakan pengalaman menonton yang menyenangkan sekaligus informatif, di mana audiens tidak hanya memperoleh informasi mengenai kuliner Minang, tetapi juga merasakan kedekatan emosional dengan pembuat konten. Hal tersebut menunjukkan bahwa humor dan identitas budaya dapat menjadi unsur penting dalam strategi penyampaian konten di media sosial.

Keunggulan penelitian ini terletak pada fokus kajiannya terhadap strategi *content creator* dalam mengangkat kuliner Minangkabau melalui media sosial TikTok. Di tengah banyaknya konten kuliner yang berkembang di media sosial, akun @ratudeslim memiliki karakteristik yang membedakannya melalui konsistensi dalam menyajikan konten masakan khas Minangkabau, termasuk masakan tradisional yang mulai jarang dikenal oleh generasi muda. Penyajian konten tidak hanya berfungsi sebagai informasi mengenai proses memasak, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkenalkan kembali pengetahuan kuliner dan nilai budaya Minangkabau kepada audiens melalui media digital. Keunikan tersebut

semakin diperkuat melalui penggunaan gaya komunikasi yang khas, seperti penggunaan bahasa Minang dan logat Korea dalam *voice over*, sehingga membentuk identitas tersendiri yang mudah dikenali oleh audiens. Dengan demikian, penelitian mengenai @ratudeslim89 menjadi menarik karena tidak hanya melihat bagaimana seorang *content creator* menghasilkan konten kuliner, tetapi juga bagaimana strategi pengelolaan konten, identitas komunikasi, serta keterlibatan audiens digunakan untuk memperkenalkan dan mempertahankan eksistensi kuliner Minangkabau di tengah perkembangan budaya digital.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Falha Kaysa (2023) mengkaji strategi *content creator* kuliner dalam mempromosikan makanan melalui media sosial dengan menitikberatkan pada upaya menarik perhatian audiens dan meningkatkan *engagement* melalui *platform* Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan berorientasi pada penyajian konten yang informatif dan menarik sebagai sarana promosi kuliner. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum mengkaji bagaimana strategi *content creator* dimanfaatkan untuk merepresentasikan identitas budaya lokal melalui konten digital. Selain itu, penelitian tersebut belum membahas karakter *personal content creator* sebagai bagian dari strategi komunikasi dalam membangun kedekatan dengan audiens, serta belum mengkaji pemanfaatan *platform* TikTok yang memiliki karakteristik interaksi dan distribusi konten yang berbeda dengan Instagram.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi *content creator* kuliner Minang pada akun TikTok @ratudeslim89. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi penyajian konten tidak hanya digunakan untuk memperkenalkan kuliner Minang, tetapi juga merepresentasikan identitas budaya Minangkabau melalui gaya komunikasi, penggunaan bahasa, serta karakter khas yang ditampilkan oleh *content creator*. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan penelitian sebelumnya dengan menempatkan TikTok sebagai media yang berperan dalam penyebaran budaya kuliner lokal sekaligus membangun keterlibatan audiens melalui strategi komunikasi yang berbasis identitas budaya.

Penelitian ini akan menganalisis strategi yang dilakukan oleh seorang *content creator* asal Minang, melalui akun TikToknya @ratudeslim89 yang selalu rutin membagikan resep-resep masakan minang. *Branding* dan citra “logat korea” yang dibangun melalui akun TikToknya memberikan kesan terhadap penonton @ratudeslim89 yang menjadi ciri khas sebagai seorang *content creator*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengelolaan konten kuliner Minang yang dilakukan oleh akun @ratudeslim89 sebagai *content creator* melalui media sosial TikTok.

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis strategi *content creator* kuliner Minang @ratudeslim89 melalui media sosial TikTok.
2. Mendeskripsikan keterlibatan (*engagement*) audiens dari akun @ratudeslim89 di media sosial TikTok.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan perkembangan ilmu pengetahuan terkait media komunikasi digital yang mampu menjadi rujukan bagi para peneliti selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji strategi *content creator*, dalam merepresentasikan budaya lokal, serta pemanfaatan media sosial dalam membangun keterlibatan audiens.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi *content creator* dalam mencari rujukan terkait dengan pengelolaan konten digital yang dilakukan melalui media sosial khususnya pada TikTok. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan penelitian selanjutnya untuk mengetahui pemanfaatan media sosial TikTok oleh mahasiswa, pelajar dan khalayak umum yang membaca penelitian ini.