

ANALISIS VLOG GRAND OPENING “PAYAKUMBUAH” MELALUI PENDEKATAN MEDIA DAN KHALAYAK

Melly Andani, Naza Dafriansyah Sani, Irsyal Maulana Fikriansyah, Resviana

Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI
mellyandni26@gmail.com, dafriansyahnaza@gmail.com, irsyal1202@gmail.com, resviana24@gmail.com.

Abstrak

Sosial media merupakan salah satu tempat sarana interaksi sosial antar manusia, seperti halnya dalam berkomunikasi, menyampaikan informasi, serta kolaborasi. Salah satunya cirinya yaitu video blog atau yg biasa disebut vlog, vlog biasanya diunggah dalam media sosial yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, komunikasi sosial dan juga mengabadikan sesuatu yang dianggap penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sebuah vlog yang diunggah dalam akun media sosial instagram usaha makanan yang dibangun oleh influencer Arief Muhammad dengan menarik followesnya sehingga bisa sampai ke khalayak yang dituju. Dalam analisis ini menggunakan metode kualitatif dengan metode deskriptif terhadap teori media dan khalayak. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan terdapat strategi yang dilakukan oleh Arief Muhammad untuk menarik khalayak dalam mempromosikan bisnisnya, yaitu Padang Payakumbuh di dalam sosial media dengan menggunakan vlog yang berisikan grand opening rumah makan Padang Payakumbuh. Hal yang dilakukan dalam vlog tersebut menampilkan konten yang menarik berupa serangkaian acara sehingga bisa mendapatkan perhatian dari khalayak.

Kata kunci: Sosial Media, Padang Payakumbuh, Media Vlog.

PENDAHULUAN

Media vlog, atau lebih dikenal sebagai video blog, adalah jenis konten video yang diunggah ke platform online yang menyoroti kehidupan sehari-hari, pengalaman pribadi, pandangan, atau topik tertentu. Istilah dari "vlog" adalah singkatan dari "video blog". Sebuah vlog adalah jenis konten populer yang dapat ditemukan di media sosial dan platform berbagi video. Seorang vlogger adalah individu yang membuat vlog dan biasanya merekam kegiatan mereka menggunakan perangkat seperti ponsel atau kamera. Vlogger biasanya membagikan video yang menunjukkan kegiatan sehari-hari mereka, pengalaman pribadi, perjalanan, tutorial, atau acara penting yang mereka hadiri. Vlog dapat memberikan gambaran kehidupan pribadi seorang vlogger dan juga memberikan informasi atau hiburan kepada penonton mereka. Vlog pertama kali muncul pada tahun 2000-an, ketika teknologi menjadi lebih terjangkau dan mudah digunakan untuk membuat dan membagikan video. Platform seperti YouTube, yang diluncurkan pada tahun 2005, memungkinkan siapa saja untuk mempublikasikan video dan memperoleh popularitas melalui internet. Pada awalnya, vlog menggunakan kamera digital sederhana untuk merekam video. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi, kualitas video dan konten vlog meningkat secara signifikan. Vlogger sekarang mampu menciptakan video yang lebih kreatif dan menarik dengan menggunakan berbagai peralatan dan perangkat lunak yang tersedia. Mereka dapat mengintegrasikan musik, efek khusus, dan animasi untuk meningkatkan kualitas vlog mereka. Perkembangan ini telah memberikan kesempatan bagi vlogger untuk menghasilkan konten yang lebih kreatif dan menghibur penonton mereka. Saat ini, vlog telah menjadi salah satu jenis konten multimedia yang paling populer di internet, dan memiliki basis

pengikut yang besar dan loyal. Banyak vlogger yang memiliki jutaan penonton dan subscriber, dan bahkan bisa menghasilkan pendapatan yang signifikan melalui adanya iklan dan endorse.

Vlog biasanya menampilkan seorang individu atau sekelompok orang yang menggunakan kamera untuk merekam momen-momen dalam kehidupan mereka. Konten vlog dapat bervariasi mulai dari perjalanan, kuliner, gaya hidup, hobi, keterampilan, dan masih banyak lagi. Vlogger akan berinteraksi dengan kamera dan audiens mereka untuk memberikan pengalaman pribadi, berbagi informasi, atau memberikan hiburan. Media vlog menampilkan gambaran dengan pendekatan yang lebih pribadi dan terasa lebih akrab dengan penonton dibandingkan dengan media tradisional seperti televisi. Menurut Griffith & Papacharissi (2010) Vlogs merupakan ruang publik untuk selfexpression dimana author mengontrol konten yang dipublikasikan (Griffith & Papacharissi, 2010). Hal ini dikarenakan vlogger seringkali berbicara langsung ke kamera, memberikan sudut pandang pribadi, dan seringkali menampilkan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, penonton merasa terlibat secara emosional dan merasa lebih dekat dengan vlogger.

Vlog atau video blog masuk ke dalam jenis media digital. Media digital merujuk pada segala bentuk konten yang akan disampaikan melalui adanya perangkat elektronik dan dapat dengan mudah diakses melalui internet. Vlog biasanya berbentuk video yang diunggah ke platform seperti YouTube, Instagram, atau platform lainnya yang mendukung pemutaran video. Vlog atau yang biasa disebut Video blog juga masuk ke dalam jenis media kontemporer, dimana dalam media tersebut menyajikan dan menampilkan beberapa hal yang hidup dan juga menarik. Biasanya vlog dilakukan real time dan juga menampilkan beberapa interaksi yang dapat membangun suatu informasi bagi khalayak. Vlog juga merupakan sebuah media yang menampilkan informasi atau penayangan yang tidak dibatasi sehingga bisa dinikmati oleh siapapun.

Fungsi Media Vlog

Secara keseluruhan, media vlog memiliki beragam fungsi yang mencakup hiburan, pendidikan, inspirasi, komunikasi, promosi, dan hiburan mandiri (Reusi, 2019). Adapun beberapa fungsi dari video vlog.

1. Hiburan: Vlog sering kali digunakan sebagai sumber hiburan bagi penonton. Konten vlog yang menarik dan menghibur dapat memberikan kegembiraan, tertawa, atau bahkan menjadi sarana relaksasi bagi penonton.
2. Pendidikan dan Informasi: Vlog juga dapat berfungsi sebagai sumber pengetahuan dan informasi. Banyak vlogger yang menghasilkan konten yang edukatif, seperti tutorial, ulasan produk, atau pembahasan topik-topik tertentu. Vlog dapat membantu penonton dalam memperoleh pengetahuan baru atau mendapatkan informasi yang relevan.
3. Inspirasi dan Motivasi: Melalui vlog, vlogger dapat berbagi pengalaman hidup, kisah sukses, atau tantangan yang mereka hadapi. Ini dapat memberikan inspirasi dan motivasi kepada penonton untuk mencapai tujuan mereka sendiri atau mengatasi kesulitan dalam hidup.
4. Komunikasi dan Interaksi: Media vlog juga memungkinkan komunikasi dua arah antara vlogger dan penonton. Penonton dapat memberikan komentar, mengajukan pertanyaan, atau berbagi pengalaman mereka sendiri. Hal ini menciptakan ikatan dan interaksi antara vlogger dan komunitasnya.
5. Promosi dan Pemasaran: Banyak vlogger yang menggunakan platform vlog untuk mempromosikan produk atau jasa. Dengan memiliki pengikut yang setia, vlogger dapat mencapai target audiens dan membantu meningkatkan kesadaran merek atau penjualan.
6. Hiburan Mandiri: Bagi vlogger, vlog juga dapat berfungsi sebagai hobi atau pekerjaan yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kreativitas mereka, berbagi kehidupan sehari-hari, atau mengembangkan minat mereka dalam membuat konten video.

Dari peranan vlog sebagai konten yang bisa populer dikalangan media sosial, terdapat salah satu pembahasan terhadap yang sedang ramai di media sosial Instagram yaitu rumah makan "Payakumbuh". Dalam akun Instagram Payakumbuh menampilkan konten mengenai grand opening warung makan padang yaitu "Payakumbuh" vlog tersebut di tayangkan di reels Instagram Payakumbuh sendiri. Payakumbuh merupakan warung makan yang didirikan oleh Arief Muhammad. Dalam video tersebut menayangkan proses grand opening yang dilaksanakan dengan berbagai prosesi mulai dari penampilan tarian tradisional yang mengenakan pakaian asal Sumatera Barat, serta pengalungan bunga dan tanda tangan yang dilakukan oleh Arief Muhammad sebagai pendiri Payakumbuh sekaligus influencer, pada grand opening yang dilaksanakan oleh Arief Muhammad serta tamu yang cukup dikenal oleh masyarakat menjadi daya tarik pada video tersebut.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan jenis kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi atau gambaran yang terdapat pada pembahasan dengan tiga aspek yaitu, tempat, subjek dan aktifitas (Sugiyono dalam Annas, 2015). Dalam pembahasan ini deskripsi sebagai pemecah masalah pada objek yang dibahas melalui gambaran dan deskripsi situasi yang ada. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang ada. Kualitatif deskriptif yang digunakan yaitu menggunakan teori Media dan Khalayak. Berdasarkan tujuan penelitian ini yang sudah dijelaskan sebelumnya, memberikan informasi bahwa perkembangan media sosial kini sudah memicu terhadap perkembangan zaman. Menurut Ardha (2014) Media sosial juga telah mengubah budaya masyarakat dalam menggunakan media (Ardha, 2014:105-120). Sehingga kekuatan pada media sosial dapat mempengaruhi masyarakat yang didasarkan secara aspek sosialnya. Seperti penyajian konten yang ditayangkan berupa Vlog. Media sendiri memiliki tempat dengan berbagai bentuk bentuk perangkat, seperti televisi, radio, majalah, koran, situs web dan kini sudah adanya media sosial seperti youtube, instagram, dan tiktok.

Pada metode penelitian ini untuk menganalisis bagaimana khalayak memahami serta bisa menginterpretasikan makna dari sebuah vlog yang memperkenalkan bisnis makanan. Menurut Cangara Menurut Cangara Khalayak tidak boleh diabaikan dalam proses komunikasi. Keberhasilan komunikasi sangat tergantung pada respon dan penerimaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan (Cangara, 2010: 157). Seperti halnya yang terdapat pada Vlog Grand Opening Padang Payakumbuh, dalam memberikan informasi serta arahan yang tidak boleh diabaikan begitu saja, harus disertakan nama brand serta termasuk kuliner khas daerah mana. Karena dengan hal seperti itu, khalayak dapat menerima informasi dengan baik dan benar, serta tidak merasa diabaikan begitu saja ketika menerima atau mendapatkan informasi dari media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil dan pembahasan yang sudah di dapatkan yakni objek yang terdapat dalam Vlog Grand Opening Padang Payakumbuh ini memiliki sebuah citra dan media yang telah dibangun oleh Arief Muhammad, yaitu sebagai Duta Nasi Padang melalui akun sosial medianya. Arief Muhammad sendiri diberikan amanat untuk membangun citra serta memperkenalkan secara luas kuliner khas Sumatra Barat yang membuat "Payakumbuh" bukan hanya dikenal sebagai brand Nasi Padang biasa saja, melainkan sebuah brand kuliner lokal dengan membawa makanan autentik yang kuat melekat pada brand Padang Payakumbuh. Dengan adanya penggunaan Media Sosial yang digunakan oleh Influencer Arief Muhammad, sehingga mampu memberikan informasi serta arahan dengan cepat kepada khalayak, agar khalayak dapat dengan mudah menerima informasi yang disampaikan melalui adanya Media sosial "Payakumbuh".

Media sosial sendiri merupakan media yang menjadi tempat interksi sosial antar manusia dengan menggunakan teknik yang mudah diakses. Media sosial sering kali dijadikan tempat sarana untuk berbagai interaksi, berbagi informasi, dan kolaborasi. Bahkan sekarang sosial media di jadikan tempat sarana untuk mengembangkan suatu usaha dan tempat promosi (Herna, dkk., 2019). Hal ini menjadikan seorang influencer sebagai strategi promosi untuk menarik khalayak teradap akun media sosial dengan menyajikan vlog sebagai taktik, dengqn memberikan konten berupa video grand opening yang menarik. Begitu juga dengan khalayak yang dituju yaitu publik atau sejumlah orang dengan memiliki kertertarikan terhadap sesuatu, tanpa harus memiliki pendapat yang sama. Seperti yang dikatakan oleh McQuail (1980) Khalayak melihat apa yang ada di media terhadap pemilik media, melainkan bukan media yang melakukan terhadap khalayak (McQuail dalam Firiansyah, 2018). Seperti yang dilakukan oleh Arief Muhammad untuk usaha bisnis makanannya, ia melakukan strategi terhadap media sosial untuk menarik khalayak sehingga mendapatkan dorongan terhadap bisnisnya.

Pada vlog Grand Opening Padang Payakumbuah terdapat media dan khalayak yang dituju, karena Vlog mini yang di unggah oleh akun media sosial Payakumbuah menjadi suatu perbincangan di sosial media Instagram dengan menggunakan startegi yang dilakukan oleh pemilik Rumah Makan Payakumbuah sendiri, yaitu dengan cara menarik perhatian konsumen dari followers yang Arief Muhammad miliki. Menurut Simarmata (2011) Konten adalah informasi digital yang dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, dan lainnya. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata dalam Mahmuda, dkk., 2020:1-9).

Rumah makan Padang Payakumbuah menggunakan media vlog yang diunggah dalam bentuk reels melalui akun Instagram mereka dengan tujuan untuk melakukan promosi dan menarik perhatian khalayak. Dengan menggunakan format reels, mereka dapat menyajikan konten singkat yang menarik dan menampilkan keunikan rumah makan mereka dalam video singkat. Melalui vlog tersebut, Payakumbuah dapat mengenalkan menu makanan mereka, suasana restoran, dan keunikan lainnya kepada penonton. Dengan demikian, mereka berharap dapat meningkatkan minat dan loyalitas pelanggan terhadap produk mereka.

Selain itu, vlog juga memberikan kesempatan kepada Payakumbuah untuk mendapatkan umpan balik dari penonton sesuai dengan target mereka. Melalui komentar, likes, atau pesan langsung, mereka dapat mengetahui pendapat dan reaksi penonton terhadap konten yang mereka bagikan. Feedback ini dapat membantu mereka memahami kekuatan dan kelemahan mereka serta melakukan perbaikan jika diperlukan. Secara keseluruhan, vlog dalam bentuk reels di Instagram menjadi alat promosi yang efektif bagi Payakumbuah dalam menarik perhatian, meningkatkan loyalitas, dan mendapatkan umpan balik dari target pasar mereka.



Gambar 1. Sign Board Payakumbuah

Sumber: Dokumentasi Melly dari akun Instagram @padangpayakumbuah, 2023

Dalam Vlog itu sendiri menampilkan sign board yang bertuliskan “Payakumbuh Masakan Padang” disertai dengan gambar dari atap rumah gadang sehingga dapat menarik perhatian para masyarakat. Vlog Grand Opening Padang Payakumbuh memiliki citra dan media yang dibangun oleh Arief Muhammad, yaitu sebagai Duta Nasi Padang melalui akun sosial medianya. Arief Muhammad sendiri diberikan amanat untuk membangun citra serta memperkenalkan secara luas kuliner khas Sumatera Barat yang membuat "Payakumbuh" bukan hanya dikenal sebagai brand Nasi Padang biasa saja, melainkan sebuah brand kuliner lokal dengan membawa makanan autentik yang kuat melekat pada brand Padang Payakumbuh. Dengan adanya penggunaan Media Sosial yang digunakan oleh Influencer Arief Muhammad, sehingga mampu memberikan informasi serta arahan dengan cepat kepada khalayak, agar khalayak dapat dengan mudah menerima informasi yang disampaikan melalui adanya Media sosial "Payakumbuh".



Gambar 2. Penampilan Tarian Daerah

Sumber: Dokumentasi Melly dari akun Instagram @padangpayakumbuh, 2023

Pada vlog yang ditampilkan oleh Payakumbuh juga menampilkan beberapa identitas yang melekat pada rumah makan ini yang merupakan berasal dari Padang Sumatera Barat, seperti signboard yang berbentuk rumah adat Minangkabau tidak hanya itu, mereka juga menampilkan tarian daerah yang mengenakan pakaian adat dari Sumatera Barat. Hal tersebut untuk menarik khalayak yang dituju, seperti orang Sumatera Barat dan juga khalayak masyarakat yang sangat menyukai makanan dan daerah tersebut. Mereka juga mengundang beberapa influencer yang dikenal di kalangan masyarakat untuk turut membantu mempromosikan rumah makan tersebut sesuai khalayak yang diinginkan.

Menurut M. Nisrina (2015) Dengan banyaknya pengguna instagram, kini instagram menjadi fungsi sebagai peluang bagi pengusaha dalam mempromosikan produk usahanya melalui instagram (M. Nisrina dalam Feroza dan Misnawati, 2020). Instagram juga menawarkan fitur seperti iklan berbayar yang bisa muncul dimana saja tanpa memfollow akun usaha tersebut yang dapat digunakan penggunanya, antara lain memiliki followers maupun following, mengunggah foto maupun video. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Arief Muhammad untuk mempromosikan Rumah Makan Payakumbuh dengan menarik beberapa followersnya.

SIMPULAN

Dari pembahasan yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa media vlog sangat berpengaruh untuk khalayak yang ingin dituju, terutama pada media yang digunakan, dengan menggunakan Media Sosial Instagram yang dilakukan rumah makan Payakumbuh sekaligus

Arief Muhammad sebagai pemiliknya menjadikan Instagram reels sebagai wadah vlog mini yang ia buat untuk Grand Opening Rumah Makannya.

Dengan menggunakan media sosial Instagram, ia mampu menarik target yang diinginkan bahkan dapat menarik perhatian khalayak media sosial Instagram, dengan adanya vlog tersebut masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai rumah makan yang dibuat oleh Arief Muhammad. Sehingga apa yang disampaikan sampai kepada khalayak dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Annas, A. (2020). Pemanfaatan “vlog” sebagai media pembelajaran dalam meningkatkan maharah kalam bagi mahasiswa IAIN Kudus. *Arabia*, 12(2), 123-138.

Ardha, B. (2014). Social Media sebagai media kampanye partai politik 2014 di Indonesia. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 105-120.

Cangara, H. (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers.

Feroza, C. S. B., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.

Fitriansyah, F. (2018). Efek komunikasi massa pada khalayak (studi deskriptif pengguna media sosial dalam membentuk perilaku remaja. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 18(2), 171-178.

Griffith, M., & Papacharissi, Z. (2010). Looking for you: An analysis of video blogs. *First Monday*.

Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi komunikasi media sosial untuk mendorong partisipasi khalayak pada situs online kitabisa. com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146-156.

Lestari, Indah Beti., Dkk. (2021). Review Analysis Of Video Blogging, Ethnoscience And Social Media Literacy In The Era Of The Industrial Revolution 4.0. *Journal Of Natural Science Teaching* 4 (1), 33-49.

Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1-9.

Reusi, A. P. (2019). Ekspresi Vlogger Melalui Media Vlog Di Kota Bandung (Studi Deskriptif Kualitatif Ekspresi Vlogger Melalui Media Vlog Di Komunitas Youtube Creator Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).