

MEMPOPULERKAN MAKANAN KUDAPAN GALAMAI KHAS PAYAKUMBUH MELALUI INSTAGRAM

¹Lyly Soemarni, ²Raihan Eka Putra, ³Nenny Wahyuni

¹Usaha Perjalanan Wisata, ^{2,3}Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Sahid Jakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Instagram untuk mempopulerkan hidangan Galamai dari Payakumbuh Sumatera Barat. Menggunakan metode: deskriptif kualitatif, pengumpulan data dengan mewawancarai penjual lokal, menanggapi dari ulasan video Instagram dan foto tentang hidangan Galamai. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa tidak banyak penjual yang menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan hidangan Galamai, jika ada beberapa yang menggunakan Instagram sebagai cara untuk mempromosikan tetapi kontennya memiliki informasi yang lebih sedikit dan dengan kualitas foto yang rendah. Kebutuhan untuk meningkatkan informasi yang disampaikan, video dan foto dengan kualitas tinggi diperlukan. Oleh karena itu hidangan Galamai bisa populer di kalangan masyarakat di luar Sumatera Barat dan dengan itu kuliner lokal akan dilestarikan

Kata kunci : Galamai, Instagram

Abstrak

The study aims to determine the using of Instagram for popularize Galamai dish from Payakumbuh West Sumatera. Method: Descriptive qualitative, data collection by interview the local sellers, respond from Instagram video review and photo about Galamai dish. The results of this study obtained there are not many sellers had using social media Instagram for promoted Galamai dish, if there some who used Instagram as a way to promote but the content had less information and with low quality of photos. The need to improved information delivered, video and photos with high quality are necessary. Therefore Galamai dish could be popular among people outside West Sumatera and by that the local culinary will be preserved.

Keywords : Galamai, Instagram

Pendahuluan

Payakumbuh terkenal sebagai kota kuliner di Sumatra Barat dengan memiliki makanan tradisional yang mempunyai nilai gizi sangat baik, contohnya rendang talua, pangek cubadak, anyang batumbuk, dan galamai. Jika makanan khas tradisional dibiarkan maka akan menghilang dan mulai tergantikan dengan makanan modern. Dalam upaya melestarikan dan mempopulerkan keanekaragaman kebudayaan khususnya makanan daerah, perlu adanya pengetahuan kembali kepada generasi muda tentang pengetahuan dan mempopulerkan makanan khas asli dari Payakumbuh melalui Internet (Saputry, 2019).

Kehadiran media sosial seperti instagram sebagai media promosi menjadi strategi yang cocok untuk sebuah bisnis. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh pengikut pengunggah foto dan dapat menambahkan komentar di antara mereka sendiri. Layanan berbagi foto instagram merupakan salah satu kanal media sosial terpopuler di Indonesia.

Dalam penelitian Buinac & Lundberg (2015) dikatakan bahwa instagram dipilih oleh perusahaan untuk mencoba mempromosikan karena Instagram lebih murah dan lebih mudah untuk mendukung promosi. Kemudahan ini dapat berupa cara berbagi ke berbagai media sosial alternatif sehingga

¹Email Address : lylysoemarni@gmail.com

Received 31 Oktober 2022, Available Online 15 Desember 2022

memungkinkan promosi produk dapat dilakukan hanya dengan sekali transfer gambar. Keberhasilan penggunaan media sosial instagram serta adanya diskon setiap harinya (Iman & Yulianti, 2022).

Dengan identifikasi masalah berupa hidangan kudapan galamai yang masih belum dikenal masyarakat diluar Sumatra Barat dan pelaku pemasaran hidangan kudapan galamai masih belum memakai model pemasaran *digital*. Maka rumusan permasalahan yang diambil adalah bagaimana cara untuk mempopulerkan makanan kudapan galamai diluar masyarakat Sumatra Barat? Serta bagaimanamemanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran galamai? Dengan begitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara mempopulerkan makanan kudapan galamai diluar masyarakat Sumatra Barat dan untuk mengetahui cara memanfaatkan Instagram sebagai media pemasaran galamai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis terdorong untuk mengkaji lebih dalam sebagai bahan dan konsep penelitian tugas akhir yang dituangkan oleh penulis dalam judul “Mempopulerkan Makanan Kudapan Galamai Khas Payakumbuh Melalui Instagram”.

Tinjauan Pustaka

Makanan Kudapan, istilah kudapan Galamai adalah makanan tradisional dari Sumatera Barat, Indonesia. Makanan ini terbuat dari tepung beras, gula aren dan santan. Bahan dicampur dandimasak pada suhu tinggi hingga terbentuk adonan berwarna coklat gelap. Galamai memiliki rasa manis dengan tekstur kenyal, cocok untuk disajikan sebagai camilan (Fiana et al., 2016).

Digital Marketing, merupakan salah satu usaha untuk memperkenalkan dan memasarkan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media internet yang sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk antara lain, Facebook, Youtube, Intagram, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan digital marketing selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas. Selain itu dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan untuk hasil yang lebih cepat. Dengan melakukan usaha pemasaran digital atau digital marketing, para pengusaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara daring, dengan cara ini dapat meningkatkan penjualan (Oktaviana et al., 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan melalui wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat dan direkam dengan alat perekam (*tape recorder*). (Suhartono, 2004:67). Jumlah responden yang di wawancara adalah 5 orang penjual dan 1 orang pembuat kudapan Galamai. Informasi lainnya dikumpulkan melalui pengamatan (observasi). Untuk analisa data menggunakan analisis kualitatif deskriptif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dimana analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan langsung secara kontinyu atau berkesinambungan sehingga data yang digunakan jenuh (Sugiyono, 2013:128-129). Dengan maksud bahwa penelitian ini dilakukan dengan berinteraksi antara peneliti dengan khalayak umum secara langsung dan berpedoman pada terpenuhinya data yang dibutuhkan sehingga dihasilkan data yang signifikan. Adapun nantinya analisis dalam aktifitasnya yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion*

drawing atau *verification*

Proses perancangan diawali dengan menentukan topik penelitian, tahapan kedua mengumpulkan data dan informasi dengan mengakses jurnal, buku referensi dan pengamatan langsung, Pada tahapan ketiga analisa masalah dan kebutuhan, setelah data-data penting terkumpul, dilakukan pemaparan dan dianalisa untuk mendapatkan solusi dan masukan terbaik atas masalah. Kemudian melakukan penyusunan laporan dan mendokumentasikannya.

Hasil Dan Pembahasan

Galamai dikenal sebagai makanan khas warga kota Payakumbuh, Sumatra Barat. Galamai sendiri sudah ada jauh sebelum city branding “kota rendang” dimana dahulu lebih dikenal sebagai “kota galamai”. Menurut Yulfian Azrial dalam buku Budaya Adat Mingakabau yang dikutip oleh Saputry (2019) menyebutkan ada dua versi kenapa makanan ini disebut galamai. Pertama, dilihat dari sifatnya. Kedua ditilik dari asal usulnya. Kalau dari sifat galamai itu bersifat galeme atau gelemai (berlemak). Galamai merupakan makanan pelengkap saat pesta pernikahan ataupun acara adat.

Proses pembuatan galamai berlangsung mencerminkan kerja sama yang harmonis. Bahandisiapkan oleh kaum ibu dan pengadukan dalam kual dilakukan para kaum pria. Cara mengaduk galamai mempunyai teknik sendiri yang lazim disebut mangacau galamai. Ketika galamai sudah matang dalam kual, tidak bisa langsung disantap. Namun harus di dtuang ke dalam piring. Setelah suhu Galamai sudah dingin, baru dipotong dengan pisau yang tajam.

Dalam proses pembuatan Galamai, diyakini HC Israr dan Sahar Ismail Datuak Kakamo, serupa dengan karakter masyarakat kota Payahkumbuh, makna kiasan ‘enak tak bisa langsung diputus, manis tak bisa langsung ditelan’ yang memiliki makna bahwa dibutuhkan pemimpin yang arif, bijaksana dan berani dalam memimpin Kota Payahkumbuh.

Galamai juga mengandung filosofi masyarakat Minagkabau, yakni “Tagang Bajelo-Jelo, Kandua Badantiang-Dantiang” yang artinya keras, tapi penuh dengan kearifan dan kebijaksanaan. Lunak, tapi berprinsip tegas. Kata HC Israr dalam buku autobiografinya dan Sahar Ismail Datuak Kakamo dalam catatan hariannya. Selain filosofi diatas, sejumlah masyarakat Payakumbuh meyakini, galamai mengandung arti persatuan. Jika tidak percaya, belilah galamai atau buat sendiri dirumah, setelah itu coba potong denganpisau. Pasti galamai sulit dipisahkan. Ini mengibaratkan kehidupan warga Payakumbuh yangselalu rukun dalam perbedaan (Elrahmani:2020)

Profil Penelitian

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menjadikan para penjual dan pembuat galamai sebagai objek, saat ini para penjual galamai masih sangat terbatas dalam menggunakan media sosialkhususnya Instagram untuk memperkenalkan dagangan mereka khususnya galamai. Dalam penelitian yang melibatkan penjual dan pembuat galamai sebagai objek penelitianini, untuk mengetahui bagaimana tanggapan mereka untuk memperkenalkan galamai. melalui Instagram. Ternyata beberapa dari penjual sudah pernah melakukan pemasaran di Instagram tetapi untuk konten yang mereka *upload* hanya sekedar foto dan pembeli tidak banyak yang tertarik.

Narasumber

Dalam penelitian ini peneliti memilih 5 orang pedagang galamai dan 1 orang pembuat galamai yang berada di kota Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota. Narasumber dipilih dan diberi pertanyaan

oleh peneliti terkait dengan penelitian, narasumber yang dipilih memiliki kriteria bahwa narasumber tersebut berlatar belakang mempunyai tempat usaha yang menjual galamai dan tempat pembuatan galamai. Narasumber berdomisili di Kota Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota lokasi dimana penelitian ini peneliti lakukan.

Lokasi

Lokasi penelitian berada di Kota Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota, dimana kota Payakumbuh pernah disebut sebagai Kota Galamai karena menjadi tempat asal makanan galamai itu sendiri. Di kota Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota sangat minim pembuat galamai hanya tersisa beberapa saja sebagai pemasok ke toko oleh-oleh yang berada di Kota Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota dan sekitarnya.

Cara Mempopulerkan Galamai di Masyarakat Luar Sumatra Barat

Wawancara dilakukan terhadap 5 orang penjual dan 1 orang pembuat galamai dapat disimpulkan bahwa diantara para penjual galamai ini masih belum banyak yang memanfaatkan media sosial khususnya Instagram untuk melakukan pengenalan produk/penjualan.

Dari hasil wawancara terungkap bahwa pemahaman dan keterampilan memperkenalkan suatu produk melalui media sosial khususnya Instagram dengan cara membuat konten yang menarik seperti video cara pembuatan galamai, informasi mengenai sejarah galamai, penggunaan foto-foto yang berkualitas sangat terbatas bahkan minim keterampilan untuk memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram salah satunya *reels*.

Dengan membuat *reels* tentang bagaimana cara pembuatan galamai mulai dari awal sampai Galamai tersajikan, dapat memberikan pemahaman tentang proses makanan tersebut dibuat dan informasi menjadi lebih menarik bila disajikan dalam bentuk video. Itu bisa menarik bagi para pengguna. Melalui photo dan informasi yang tepat dapat memberikan wawasan bagi pengamat *reels*. Dengan memaksimalkan akses informasi tersebut, Galamai akan dikenal sebagai salah satu makanan tradisional khas Payakumbuh. Dan makin banyak orang ingin mencoba Galamai

Cara Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Pemasaran Galamai

Saat ini Instagram mempunyai banyak fitur yang bisa digunakan untuk melakukan pemasaran produk seperti *instagram shop* para penjual dapat memasarkan produk mereka di *Instagram shop* yaitu fitur toko yang terdapat di dalam instagram, *reels* para penjual bisa membuat video singkat tentang bagaimana cara pembuatan galamai, *Instagram storie* para penjual bisa membuat promo menarik di *Instagram stories*, *hashtags* para penjual dapat menggunakan fitur ini sesuai dengan jenis produk yang mereka jual sehingga produk bisa lebih mudah dicari. Para penjual dapat melakukan jual beli di instagram dengan fitur-fitur diatas sehingga dapat menjangkau pembeli jauh lebih luas karena tidak adanya batasan ruang dan waktu seperti melakukan penjualan di tempat atau toko. Para penjual bisa menjangkau pembeli ke seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Apalagi sekarang ini eranya sudah mulai berganti ke *online shop* orang-orang lebih tertarik untuk belanja secara *online* dari pada harus datang langsung ke tempat penjual karena dapat menghemat waktu dan biaya.

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal yang menjadi kesimpulan pada bagian ini, sebagai berikut:

Masih banyak para penjual galamai yang belum menggunakan media sosial khususnya Instagram

untuk melakukan pemasaran produk yang mereka jual. Sudah ada beberapa yang mencoba tetapi para penjual hanya membuat konten berupa foto-foto saja dan itu kurang menarik

Cara untuk memperkenalkan galamai kepada masyarakat diluar Sumatra Barat melalui media sosial khususnya Instagram dapat membantu untuk mempopularkan Galamai dan sekaligus memlestariakan makanan tradisional Payakhumbu. Konten atau materi yang akan dibuat dalam bentuk video atau pun foto, sebaiknya disertai dengan fakta menarik dan informasi yang berguna sehingga pengguna Instagram mendapatkan manfaat dengan melihat video singkat (*reels*) dan foto.

Untuk membantu para penjual makananan tradisional, dibutuhkan keterampilan sederhana bagaimana menggunakan fitur-fitur dalam Instagram, sehingga kualitas *reels* menjadi lebih baik dan menarik untuk diikuti.

Daftar Pustaka

- Buinac, E., & Lundberg, J. (2015). Instagram as a Marketing Tool (A Case Study about how companies Communicate their Brands on Social Media). *Journal of Interactive Marketing*, 18, 890–900.
- Elrahman, G.S. (2020). Dibalik Polemik City Branding Payakumbuh: dari Kota Galami, kota Batiah hingga Kota Rendang. <https://padangkita.com/di-balik-polemik-city-branding-payakumbuh-dari-kota-galamai-kota-bataih-hingga-kota-rendang/>. Diakses pada hari Selasa, 01 November 2022 pukul 20.30 WIB.
- Fiana, R. M., Murtius, W. S., & Asben, A. (2016). Pengaruh Konsentrasi Maltodekstrin Terhadap Mutu Minuman Instan dari Teh Kombucha. *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas*, 2(2), 1–8..
- Margono, S. (2002). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Oktaviana, L. D., Iriane, R., & Ajiono. (2022). *Pelatihan Content Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing di UMKM Kab. Banyumas*. 3(1), 54–59. <https://doi.org/10.31949/jb.v3i1.1831>
- Saputry, R. (2019). *10 Kuliner Khas Payakumbuh yang Dijamin Akan Menggugah Selera*. IDNTimes.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhartono, I. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. Remaja Rosdakarya.