

**Rekomendasi Kuliner Ala @KulinerYogya
Melalui Instagram Tahun 2020**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Jurusan
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Lavtania Nagatama Gabrileva

20170530009

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lavtania Nagatama Gabrileva

Nomor Mahasiswa : 20170530009

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Advertising

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Rekomendasi Kuliner Ala @KulinerYogya Melalui Instagram Tahun 2020**" adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dirujuk maupun dikutip telah saya nyatakan dengan benar. Apabila suatu saat skripsi saya terbukti merupakan plagiat atau menjiplak karya dari orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan.

Yogyakarta, 24 Juli 2021



Lavtania N. Gabrileva

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak-pihak yang telah mendukung serta membantu penulis dalam berproses yang didalamnya ada rintangan, perjuangan, serta suka cita dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar karena sudah menjadi salah satu bagian dalam proses menulis karya ini.

1. Segala puji bagi **Allah SWT** atas limpahan karunia yang diberikan sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
2. Orang tua serta keluarga saya khususnya Papa, Mama dan Adik, **Agung Heru, Nanti Yohana, Amelia Nagata V**, serta Oma dan Eyang saya yang tidak hentinya untuk mendoakan, membimbing, mendukung serta mempercayai saya dalam segala hal.
3. **Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si.** dosen pembimbing yang sangat baik telah memberikan semangat serta kemudahan. Semoga Mbak Ami selalu sehat dan dilancarkan segalanya.
4. **Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si** dan **Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., MA.** selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan untuk menjadikan skripsi ini jauh lebih baik.
5. **Anistia Yushifa, Loista Nur Reza** yang telah setia menemani untuk berproses selama berada dibangku kuliah.

6. **Ayu Nur, Dina Ari, Izza, Ajeng, Danti, Ingrid, Galuh** dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu memberikan dukungan.
7. **Ghabie Aulia, Fadlani Aji, Nida L Imanika, dan Ayu Farizqa**, terima kasih untuk selalu berjuang bersama dan bantuannya sehingga skripsi ini bisa selesai.
8. **Ilmu Komunikasi 2017**, terima kasih untuk segala pengalaman menjadi teman seperjuangan baik suka maupun duka.
9. **BTS, One Direction, dan LANY**, terima kasih karena lagu-lagunya yang memberikan semangat kepada penulis.
10. **Lavtania** saya sendiri, terima kasih untuk selalu mau berjuang dan tetap melakukan yang terbaik.
11. Terima kasih kepada semua yang telah berjasa dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Semoga kalian diberi kelancaran, kemudahan serta perlindungan Allah SWT dimanapun kalian berada.

MOTTO

“Strive for progress, not perfection”

-Unknown-

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang dengan senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya, tidak lupa Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Rekomendasi Kuliner Ala @KulinerYogya Melalui Instagram Tahun 2020” guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa ada bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa sangat membantu serta membimbing. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Mbak Ayu Amalia, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang memberikan bimbingan serta kemudahan pada saat proses penulisan.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si, dan Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., MA. selaku dosen penguji saya, terima kasih untuk saran serta masukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Seluruh Dosen, Tata Usaha, Karyawan, dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Pemilik akun @KulmerYogya (Arief Budiman) serta lima informan (Galuh, Nurita, Aisha, Dimas, dan Idhea) saya yang telah senantiasa untuk memberikan kemudahan informasi selama penelitian.

Penulis menyadari banyaknya kekurangan pada saat pembuatan penelitian ini. Maka dari itu, penulis tidak menutup kesempatan bagi siapapun yang ini memberikan kritik serta saran yang membangun. Kurang lebihnya penulis mohon maaf, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat kepada siapapun, terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Juli 2021

Penulis



Lavtania N. Gabrileva

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	18
1. Manfaat Teoritis	18
2. Manfaat Praktis.....	18
E. Kajian Teori	18

1. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	18
2. Promosi Online	21
3. Promosi Melalui <i>New Media</i> (Media Baru)	22
4. <i>Foodstagram</i>	30
F. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Objek Penelitian	35
3. Teknik Pengumpulan Data	35
4. Teknik Analisis Data	38
5. Uji Validitas Data	39
BAB II.....	41
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	41
A. Profil dan Sejarah @ <i>KulinerYogya</i>	41
B. <i>Influencer</i> Kuliner di Media Sosial	44
BAB III.....	52
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
1. Promosi Melalui <i>New Media</i> (Media Baru)	53
2. <i>Foodstagram</i>	80
3. <i>Unique Selling Proposition (USP)</i>	98
4. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	107
BAB IV	110
PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113

LAMPIRAN.....	124
---------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 <i>Instagram Reach Rankings Worldwide 2020</i>	6
Gambar 1.3 <i>Instagram Audience Overview Indonesia 2020</i>	7
Gambar 1.4 Akun Instagram @ <i>KulinerYogya</i>	10
Gambar 1.5 Unggahan Konten Promosi Kuliner @ <i>KulinerYogya</i>	11
Gambar 2.1 Profil Instagram @ <i>KulinerYogya</i>	41
Gambar 2.2 Profil Akun @ <i>Promodiyogya</i>	42
Gambar 2.3 Profil Akun @ <i>Bukumenujogja</i>	43
Gambar 2.4 Instagram @ <i>Anakjajan</i>	47
Gambar 2.5 Profil YouTube <i>Nex Carlos</i>	48
Gambar 2.6 Profil TikTok @ <i>Mgdalenaofficial</i>	49
Gambar 3.1 Akun @ <i>KulinerYogya</i> Join Instagram Tahun 2013 dan Jumlah <i>Followers</i> 421 ribu.....	65
Gambar 3.2 Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020	67
Gambar 3.3 Data Pengguna Instagram Indonesia Tahun 2020	68
Gambar 3.4 Promosi Kuliner Tradisional Ala @ <i>KulinerYogya</i>	72
Gambar 3.5 Promosi Kuliner Kaki Lima Ala @ <i>KulinerYogya</i>	73
Gambar 3.6 @ <i>KulinerYogya</i> Balas Komentar dengan <i>Followers</i> Melalui Komentar	75
Gambar 3.7 @ <i>KulinerYogya</i> Balas Komentar dengan <i>Followers</i> Melalui DM (<i>Direct Message</i>).....	76
Gambar 3.8 Komentar <i>Followers</i> Pada Postingan @ <i>KulinerYogya</i>	82
Gambar 3.9 <i>Hashtag</i> @ <i>KulinerYogya</i>	83
Gambar 3.10 Keterangan Lokasi Unggahan @ <i>KulinerYogya</i>	84

Gambar 3.11 <i>Like Followers @KulinerYogya</i>	86
Gambar 3.12 <i>@KulinerYogya Mentions Akun Instagram Produk</i>	87
Gambar 3.13 <i>Analytics Posting Time @KulinerYogya Tahun 2020</i>	88
Gambar 3.14 <i>Analytics Average Post @KulinerYogya Tahun 2020</i>	90
Gambar 3.15 <i>Analytics Hashtags @KulinerYogya Tahun 2020</i>	91
Gambar 3.16 <i>Analytics Hashtag Variation @KulinerYogya Tahun 2020</i>	92
Gambar 3.17 <i>Hashtags yang digunakan @KulinerYogya</i>	93
Gambar 3.18 <i>Analytics Content @KulinerYogya Tahun 2020</i>	94
Gambar 3.19 <i>Analytics Most Engaging Content Type @KulinerYogya Tahun 2020</i>	95
Gambar 3.20 <i>Post Performance @KulinerYogya Tahun 2020</i>	96
Gambar 3.21 <i>Konten @KulinerYogya dengan Engagements Tertinggi Tahun 2020</i>	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kompetitor <i>Foodstagram @KulinerYogya</i>	15
Tabel 3.1 Unggahan Promosi Ala <i>@KulinerYogya</i>	58
Tabel 3.2 <i>Gimmick @KulinerYogya</i>	103

DAFTAR BAGAN

3.1 Bagan Alur Rekomendasi Kuliner Ala @ <i>KulinerYogya</i>	78
--	----