

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @DAPURBALIKPAPAN SEBAGAI MEDIA
PROMOSI KULINER BAGI MASYARAKAT BALIKPAPAN DI TENGAH
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Oleh:

Alya Nur

NPM: 17043010056

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @DAPURBALIKPAPAN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI KULINER KOTA BALIKPAPAN
DI TENGAH PANDEMI COVID-19**

Disusun oleh:



ALYA NUR

NPM. 17043010056

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



RIRIN PUSPITA TUTIASRI, S.IKOM., M.MED.KOM

NPT. 3 8904 13 03401



DR. DRS. EC. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

Saat berlangsungnya pandemi covid-19 berbagai aturan dan regulasi mengenai pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) turut serta mengatur pada sektor kuliner yang mana di dalamnya terdapat pembatasan waktu operasional, jumlah kapasitas pengunjung, pemberlakuan *dine in* dan *take away*. Pemberlakuan aturan tersebut memberikan dampak penurunan pendapatan bagi para pelaku usaha kuliner. Oleh karena itu, para pelaku usaha kuliner mengatur strategi .Salah satunya adalah dengan cara melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Akun @dapurbalikpapan merupakan salah satu media promosi kuliner yang terdapat di Balikpapan, akun ini secara konsisten mempromosikan kuliner dan mendapatkan berbagai respon dan reaksi dari pengikutnya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan sebagai media promosi kuliner bagi masyarakat di tengah pandemi covid-19. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *7C Frame Work*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram akun @dapurbalikpapan yang merupakan media promosi kuliner berfungsi sebagai sumber referensi kuliner bagi para pengikutnya serta menjadi penghibur dalam menghabiskan waktu. Adapun promosi yang menarik dan menjadi kelebihan serta efektif bagi para pengikut akun @dapurbalikpapan adalah menjangkau berbagai jenis kuliner mulai dari pedagang kaki lima, hingga tempat-tempat *instagramable* dengan menyertakan foto gambar yang menarik, penulisan promosi secara mempersuasi dan penyertaan informasi pendukung promosi. Fitur yang dianggap paling efektif dalam promosi akun @dapurbalikpapan adalah instastory dan tagar. Karena melalui keduanya dapat menarik perhatian dan berfungsi memudahkan berbagai jenis promosi yang ada.

Kata kunci: Pandemi, Promosi, Instagram, *7C framework*.

ABSTRACT

During the COVID-19 pandemic, various rules and regulations regarding the implementation of restrictions on community activities (PPKM) took part in regulating the culinary sector, which included restrictions on operational time, the number of visitor capacities, and the implementation of dine-in and take-away. The enactment of these regulations has the effect of decreasing income for culinary business actors. Therefore, culinary business actors set a strategy. One of them is by doing promotions by utilizing social media. The @dapurbalikpapan account is one of the culinary promotion media in Balikpapan, this account consistently promotes culinary and gets various responses and reactions from its followers. This study aims to find out how to use Instagram @dapurbalikpapan as a culinary promotion medium for the community in the midst of the covid-19 pandemic. The research approach used is descriptive qualitative with data collection methods through interviews, observation, and documentation. The theory used in this research is the theory of 7C Frame Work. The results in this study indicate that the Instagram account @dapurbalikpapan which is a culinary promotion media serves as a source of culinary reference for its followers as well as being an entertainer in spending time. The promotions that are attractive and become advantages and effective for followers of the @dapurbalikpapan account are reaching various types of culinary, ranging from street vendors, to instagramable places by including attractive photos, persuasive promotional writing and inclusion of promotional supporting information. The features that are considered the most effective in promoting the @dapurbalikpapan account are instastory and hashtags. Because through both can attract attention and function to facilitate various types of existing promotions.

Key word : Pandemic, Promotion, Instagram, 7C framework.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas kelimpahan rahmat dan anugerah dari-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan proposal yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan Sebagai Media Promosi Kuliner Bagi Masyarakat Balikpapan Di Tengah Pandemi Covid-19”.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti sangat banyak menerima bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini. Penulis ingin memberikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Ibu Ririn Puspita Tutiasri I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan, saran, waktu, perhatian dan semangat bagi peneliti.

Pada kesempatan ini, peneliti juga ingin menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno. MS, CHRA. M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si., Selaku koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Tata Usaha Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si dan Ibu Heidy Arviani, S.Sos, MA selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun bagi peneliti.
5. Mamah, Kak Lukman, Kak Ijum yang selalu senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat agar peneliti dapat menyelesaikan proposal ini. Semoga mamah dan kakak dipanjangkan umurnya, agar penulis dapat membalas berbagai curahan kebaikan yang telah diberikan.
6. Alya Nur, terimakasih telah mampu berada di titik ini. Walaupun terkadang lupa dengan kalimat “jika kamu tidak bergerak hari ini, besok kamu harus lari”.
7. Ahmad Hanif yang kerap memberikan dukungan dan semangat, serta mendengarkan keluh kesah penulis.
8. Almira, Luna, Dinar yang kerap memberikan bantuan dan semangat bagi penulis
9. Sarang Tawon grup (Novi, Sani, Cindy, Ais, Ifrenk, Nisa, Gea, Afifa, Rinne, Syadza, Pipeh, Pully) yang menjadi tempat diskusi dan saling menyemangati.
10. Farah, Yutika, Cici, Valerina yang menjadi kawan satu bimbingan skripsi dan saling memberikan saran, serta dukungan.

11. Serta Pihak-pihak yang tak bisa dituliskan satu persatu namanya.

Terimakasih telah membantu penulis untuk sampai di titik ini.

Akhir kata, Terlepas dari berbagai kekurangan dan kelebihan dalam penelitian ini. Penulis sangat berharap mendapatkan kritik dan saran yang membangun agar kedepannya penelitian ini dapat memberikan berbagai kontribusi dan manfaat bagi berbagai pihak.

Balikpapan, November 2021

Alya Nur

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 New Media.....	18
2.2.1 Karakteristik New Media	19
2.2.2 Jenis-jenis Media Baru.....	22
2.3 Media Sosial.....	25
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	25
2.3.2. Karakteristik Media Sosial.....	26
2.4 Instagram.....	29
2.4 Promosi	33
2.5 Media Promosi	35

2.6 Teori 7C Framework.....	36
2.7 Kerangka Berpikir.....	41
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian	42
3.2 Definisi Konseptual	43
3.2.1 Instagram @dapurbalickpapan sebagai Media Promosi	43
3.2.3 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Bagi Masyarakat di Tengah Pandemi.....	44
3.3 Unit Analisis	44
3.4 Informan.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Wawancara.....	45
3.5.2 Observasi.....	46
3.5.3 Dokumentasi	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Objek Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Penyajian Data	51
4.3 Identitas Informan Penelitian.....	51
4.4 Penyajian Data dan Analisis	54
4.4.1 Akun @Dapurbalickpapan Sebagai Sumber Referensi Kuliner Bagi Para Pengikut.	54
4.4.2 Peran @dapurbalickpapan di Tengah Pandemi Bagi para Pengikut.....	58
4.4.3 Promosi Menarik dalam Akun @dapurbalickpapan Bagi para Pengikut	66
4.4.4 Keragaman Promosi dalam akun @dapurbalickpapan	71
4.5 Pembahasan.....	83
4.5.1 Akun @dapurbalickpapan sebagai Sumber Referensi berbagai Promosi Kuliner di Balickpapan	83

4.5.2 Peran @dapurbalikpapan di Tengah Pandemi Bagi Para Pengikut	85
4.4.3 Promosi Menarik dalam Akun @dapurbalikpapan Bagi para Pengikut	87
4.5.4 Keragaman Promosi dalam Akun @dapurbalikpapan	89
BAB V	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
DAFTAR LAMPIRAN.....	104
Lampiran 1	104
Lampiran 2	106
Lampiran 5	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun @dapurbalikpapan.....	5
Gambar 1. 2 Konten <i>Question and Answer</i>	7
Gambar 1. 3 Respon Para Pengikut	8
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	41
Gambar 4. 1 Fitur Question and Answer	63
Gambar 4. 2 Bingo dalam Akun @dapurbalikpapan	64
Gambar 4. 3 Foto Menarik dalam Akun @dapurbalikpapan	66
Gambar 4. 4 Caption dalam Akun @dapurbalikpapan	67
Gambar 4. 5 Pernyataan Informasi Detail dalam Akun @dapurbalikpapan.....	69
Gambar 4. 6 Tampilan Reels dalam Akun @dapurbalikpapan.....	73
Gambar 4. 7 Tampilan Promosi dalam Feeds	74
Gambar 4. 8 Tampilan Promosi Feeds dalam Akun @dapurbalikpapan	75
Gambar 4. 9 Tampilan Promosi dalam Instastory Akun @dapurbalikpapan.....	77
Gambar 4. 10 Tagar dalam Akun @dapurbalikpapan.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Saat Ini 18

Tabel 4. 1 Data Informan Penelitian 54