

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Tinjauan Pustaka .....	6
1.5.1 Penelitian Terdahulu .....	6
1.5.2 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Kerangka Konseptual.....	29
1.7 Metodologi Penelitian .....	34
1.7.1 Paradigma dan Pendekatan .....	34
1.7.2 Metode Penelitian .....	35
1.7.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	36
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.7.5 Sumber Data.....	38
1.7.6 Narasumber Penelitian .....	38
1.7.7 Analisis Data .....	39

<b>BAB II PROMOSI DAN PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA</b>	
PROMOSI KONTEN KULINER .....	41
2.1 Memahami Konsep Promosi .....	41
2.2 Keunggulan Instagram Sebagai Media Promosi .....	46
<b>BAB III MENGENAL @MALANGFOODIES DARI SEJARAH HINGGA</b>	
UPAYA MENJADI MEDIA PROMOSI KULINER TERBESAR DI MALANG .....	57
3.1 Sejarah @Malangfoodies Sebagai Media Promosi Kuliner .....	57
3.2 Upaya Menjadi Media Promosi Kuliner No. 1 di Malang .....	61
<b>BAB IV LANGKAH STRATEGIS KOMUNIKASI PEMASARAN</b>	
TERINTEGRASI DALAM PENGELOLAAN @MALANGFOODIES SEBAGAI MEDIA PROMOSI KULINER .....	65
4.1 Temuan Penelitian .....	66
4.1.1 Alat ( <i>Tools</i> ) Komunikasi .....	66
4.1.2 Merancang Pesan Komunikasi .....	76
4.1.3 Pemasaran Konten Kuliner di Instagram .....	81
4.1.4 Penggunaan Media Instagram dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran .....	92
4.2 Analisis dan Pembahasan .....	99
4.2.1 <i>Tools</i> Komunikasi .....	99
4.2.2 Mengelola Pesan Promosi .....	106
4.2.3 Pemasaran Konten Kuliner di Instagram .....	110
4.2.4 Penggunaan Instagram Sebagai Media Dalam Komunikasi Pemasaran .....	112
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	
5.1 Kesimpulan .....	118
5.1.1 Penggunaan <i>Tools</i> atau Alat Komunikasi .....	118
5.1.2 Mengelola Pesan Promosi .....	120
5.1.3 Pemasaran Konten Kuliner .....	121
5.1.4 Penggunaan Fitur-Fitur Instagram .....	121
5.2 Saran .....	122

5.2.1 Saran Praktis .....	122
5.2.2 Saran Akademis .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	123
LAMPIRAN.....	127

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Halaman Utama Instagram @malangfoodie .....	58
Gambar 3. 2 Tampilan Twitter @malangkuliner .....	59
Gambar 3. 3 Logo Malang Foodies .....	60
Gambar 4. 1 Contoh Konten Informatif .....	67
Gambar 4. 2 Akun Instagram Salah Satu Pengelola @malangfoodies .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media Promosi Kuliner Malang .....	3
Tabel 1. 2 Bauran Promosi.....	30
Tabel 1. 3 Desain Komunikasi .....	31
Tabel 1. 4 Jenis Konten.....	31
Tabel 1. 5 Fitur-Fitur Instagram.....	32
Tabel 1. 6 Daftar Narasumber.....	38

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 <i>Marketing Communication Mix</i> dan <i>Integrated Marketing Communications</i> .....	10
Bagan 1. 2 Strategi Komunikasi Pemasaran @malangfoodies .....	34