

ABSTRAKSI

PROMOSI PRODUK KULINER DI MEDIA SOSIAL

(Studi Kasus Promosi Produk Kuliner oleh kulineryogya di Media Sosial)

Oleh: Wanda Ismarosa Fatima

Di era teknologi dan informasi yang semakin cepat seperti sekarang ini, internet menjadi suatu elemen yang terpenetrasi dengan mudah ke dalam kehidupan masyarakat. Dalam penggunaan internet yang tinggi, pengaksesan media sosial menunjukkan jumlah yang sangat tinggi. Tidak terkecuali di Indonesia. Di Indonesia, terdapat beberapa media sosial yang dekat dan digunakan oleh masyarakat. Salah satunya adalah Instagram. Penggunaan media sosial Instagram tidak lagi hanya sebatas pada media untuk berekspresi diri. Melainkan berkembang menjadi media untuk berpromosi beranakeragam produk, salah satunya adalah produk kuliner. Contoh pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk kuliner adalah kulineryogya.

Peneliti tertarik untuk meneliti kulineryogya karena akun kulineryogya memiliki jumlah pengikut media sosial Instagram yang paling banyak di Yogyakarta. Selain itu, kulineryogya juga pernah dinobatkan sebagai “Top 4 Instagram Kuliner di Indonesia”. Ditambah dengan fakta bahwa sebuah promosi produk kuliner di media sosial merupakan hal baru, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana kulineryogya sebagai aktor promosi mempromosikan produk kuliner di media sosialnya. Selain Instagram, kulineryogya juga menggunakan media sosial Youtube dan LINE Official Account serta sebuah situs web sebagai media promosi.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan *pattern matching* antara prinsip promosi digital dengan aktivitas promosi yang dilakukan kulineryogya. Hasil penelitian berupa deskripsi aktivitas promosi yang dilakukan kulineryogya dan kesesuaian antara prinsip promosi digital dengan apa yang dilakukan. Temuan lain yakni seputar fitur media sosial Instagram yang ternyata dapat dijadikan media promosi secara tidak langsung. Dan bahwa promosi di media sosial membutuhkan beberapa prinsip dan pengelolaan khusus agar dapat dimanfaatkan secara optimal.

Kata Kunci: *promosi, media sosial, Instagram, kulineryogya*

CULINARY PRODUCT'S PROMOTION ON SOCIAL MEDIAS

(Case Study of Culinary Product's Promotion on Social Medias by kulineryogya)

By: Wanda Ismarosa Fatima

In this new era of technology and information, internet becomes something that easily penetrated into society. On internet uses, high numbers shows that people are highly accessing social medias. Not exclude Indonesians. In Indonesia, there are some social medias that close and always being used by Indonesians. One of them is Instagram. The utilizing of Instagram nowadays no longer only serve 'the expressive medium'. But develop into some tools to promote some products, and that includes culinary products. The example of utilizing social medias into culinary product's promotion is an account named kulineryogya.

Researcher has interests in examine kulineryogya because it has the biggest number of followes in Yogyakarta. Kulineryogya also has ever titled with 'Top 4 Culinary Instagram in Indonesia'. In the fact that promoting culinary products on social medias is a brand new activity, this research will describe how kulineryogya itself promoting those culinary products on its social medias. Besides Instagram, kulineryogya also using Youtube and LINE Official Account as its promotion tools.

This research using case study methods with pattern matching between the principles of digital promotion and promotion activities that kulineryogya does. Others finding is that some features on Instagram may become some extra promotion tools to promote something. And some promotion on social medias need guides over some principles of digital promotion and optimization so it can be managed and used optimally.

Search key: *promotion, social medias, Instagram, kulineryogya*