

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.3 Manfaat Praktis	16
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori	16
1.5.1 Strategi Promosi.....	16
1.5.2 <i>New Media</i>	22
1.5.3 Pemasaran <i>Online</i>	25
1.5.4 Media Sosial Instagram	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Promosi Efektif.....	30
2.1.1 Pengertian Strategi.....	30
2.1.2 Pengertian Strategi Promosi	31

2.1.3	Pengertian Efektif	31
2.2	Promosi	32
2.2.1	Pengertian Promosi	32
2.2.2	Tujuan Promosi.....	34
2.2.3	Manfaat Promosi.....	35
2.2.4	Media Promosi.....	36
2.2.5	Jenis Promosi	37
2.2.6	Karakteristik Promosi	40
2.3	Perilaku Konsumen	40
2.3.1	Tahap Respon Konsumen	41
2.4	Karakteristik Khalayak.....	42
2.5	Media Sosial.....	44
2.5.1	Pengertian Media Sosial	44
2.5.2	Karakteristik Media Sosial	45
2.5.3	Efektivitas Media Sosial	46
2.6	Penelitian Terdahulu	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian.....	50
3.2	Jenis Penelitian.....	50
3.3	Objek Penelitian	51
3.4	Lokasi Penelitian	51
3.5	Jenis dan Sumber Data	52
3.5.1	Informan	52
3.5.2	Peristiwa	53
3.5.3	Sekunder.....	53
3.5.4	Primer	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1	Wawancara	54
3.5.2	Observasi.....	54
3.5.3	Dokumentasi.....	55
3.7	Keabsahan Data.....	55

3.8	Teknik Analisis Data.....	57
3.8.1	Reduksi Data	58
3.8.2	Penyajian Data.....	59
3.8.3	Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi.....	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil dan Sejarah Berdirinya Instagram Javafoodie.....	61
4.2	Filosofi dan Makna Logo Instagram Javafoodie.....	65
4.2.1	Filosofi Instagram Javafoodie	65
4.2.2	Makna Logo Instagram Javafoodie	65
4.3	Struktur Organisasi Instagram Javafoodie	66
4.4	Deskripsi Jabatan Instagram Javafoodie	67
4.4.1	<i>Owner & Founder</i>	67
4.4.2	<i>Co-Owner</i>	67
4.4.3	<i>Photographer 1 & 2</i>	67
4.4.4	<i>Videographer 1 & 2</i>	68
4.4.5	<i>Team Creative</i>	68
4.5	Tingkat Efektivitas Media Sosial Instagram Javafoodie.....	68
4.5.1	<i>Attention</i> (Perhatian)	68
4.5.2	<i>Interest</i> (Ketertarikan).....	69
4.5.3	<i>Desire</i> (Keinginan).....	71
4.5.4	<i>Action</i> (Tindakan).....	72
4.6	<i>Marketing Mix “4P’s”</i> Instagram Javafoodie.....	75
4.6.1	<i>Product</i> (Perhatian)	75
4.6.2	<i>Pricing</i> (Penetapan Harga).....	79
4.6.3	<i>Place</i> (Penempatan).....	81
4.6.4	<i>Promotion</i> (Promosi).....	81
4.6.4.1	1 Promosi Kuliner pada Instagram Javafoodie	82
4.6.4.2	1 <i>Giveaway</i> Promosi di Instagram Javafoodie.....	101
4.7	Indikator Konten Visual Produk Kuliner Instagram Javafoodie.....	105
4.7.1	<i>Angle</i> (Sudut Pengambilan).....	105
4.7.2	<i>Lighting</i> (Pencahayaan).....	107

4.7.3 <i>Background</i> (Latar Belakang)	108
4.7.4 <i>Property</i> (Elemen Tambahan).....	109
4.7.5 <i>Photo Resolution</i> (Resolusi Foto)	111
4.8 Komunikasi Publik di Instagram Javafoodie	113
4.9 Pembahasan.....	115
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Akun Instagra, Kuliner DI Yogyakarta.....	13
Tabel 4.1 Conoth Rate Card Jasa Promosi.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Instagram Secara Global.....	7
Gambar 1.2	Data Pengguna Instagram Berdasarkan Umur.....	7
Gambar 1.3	Data Konten Paling Diminati Pengguna Instagram.....	8
Gambar 1.4	Data Pengguna Instagram Antara Perempuan & Laki-Laki.....	8
Gambar 1.5	Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 1.6	Grafik Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia.....	29
Gambar 2.1	Diagram Model AIDA.....	46
Gambar 3.1	Triangulasi Sumber.....	56
Gambar 3.2	Analisis Data Instagram Javafoodie.....	58
Gambar 4.1	Profile Akun Instagram Javafoodie.....	63
Gambar 4.2	Logo Instagram Javafoodie.....	65
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Javafoodie.....	66
Gambar 4.4	Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	73
Gambar 4.5	Postingan Snapgram Instagram Javafoodie.....	74
Gambar 4.6	Akun Instagram Sushitei Jogja.....	76
Gambar 4.7	Jenis Kuliner Khas Jogja dengan Varian Baru.....	78
Gambar 4.8	Jenis Kuliner Bagian dari Jogja Tapi Bukan Khas Jogja.....	79
Gambar 4.9	Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	84
Gambar 4.10	Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	87

Gambar 4.11 Postingan Event 17 Agustusan.....	88
Gambar 4.12 Postingan Bulan Ramadhan.....	89
Gambar 4.13 Postingan Perayaan <i>Halloween</i>	89
Gambar 4.14 Postingan Perayaan <i>Valentine Day</i>	90
Gambar 4.15 Postingan Perayaan Hari Natal.....	90
Gambar 4.16 Postingan Promo Akun Instagram Javafoodie.....	91
Gambar 4.17 Postingan <i>Giveaway</i> Instagram Javafoodie.....	94
Gambar 4.18 Postingan Festival Kuliner Akun Instagram Javafoodie.....	96
Gambar 4.19 Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	98
Gambar 4.20 Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	99
Gambar 4.21 Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	99
Gambar 4.22 Postingan Akun Instagram Javafoodie.....	100
Gambar 4.23 Postingan <i>Giveaway</i> Javafoodie dengan Klien.....	102
Gambar 4.24 Postingan <i>Giveaway</i> Javafoodie untuk Konsumen.....	103
Gambar 4.25 Teknik Foto Berdasarkan <i>Angle</i> Depan.....	106
Gambar 4.26 Teknik Foto Berdasarkan <i>Angle</i> Atas.....	106
Gambar 4.27 Teknik Foto Berdasarkan <i>Lighting</i>	107
Gambar 4.28 Teknik Foto Berdasarkan <i>Background</i>	108
Gambar 4.29 Teknik Foto Berdasarkan <i>Property</i> Manusia.....	109
Gambar 4.30 Teknik Foto Berdasarkan <i>Property</i> Bahan Makanan.....	110
Gambar 4.31 Teknik Foto Berdasarkan <i>Photo Resolution</i>	111

Gambar 4.32 Seminar Nasional Kewirausahaan.....	114
Gambar 4.33 Seminar <i>Sharing Session</i>	114