

**STRATEGI PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM* @ariesskuliner
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMPROMOSIKAN
KULINER DI PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Andan Ayu Salsabila

NIM: 302180067

Pembimbing

Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag.

NIP. 196601102000031001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

**STRATEGI PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM* @ariesskuliner
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMPROMOSIKAN
KULINER DI PONOROGO**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1)
pada Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah**

**Institut Agama Islam Negeri
Ponorogo**

Oleh:

Andan Ayu Salsabila

NIM. 302180067

Pembimbing

Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag.

NIP. 196601102000031001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andan Ayu Salsabila

NIM : 302180067

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**STRATEGI PENGELOLAAN AKUN *INSTAGRAM* @ariesskuliner
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DALAM MEMPROMOSIKAN
KULINER DI PONOROGO**

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 25 Juli 2022

Pembuat Pernyataan



Andan Ayu Salsabila

NIM 302180067

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Munaqosah Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah secara cermat kami baca atau teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dan arahan kami, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Andan Ayu Salsabila

NIM : 302180067

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

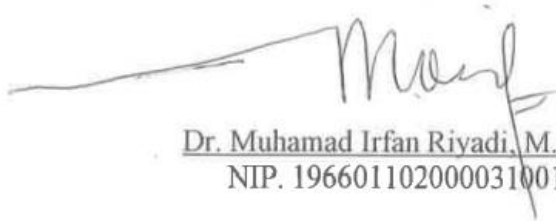
Judul : Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam sidang munaqosah skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Untuk itu kami mengharap atas persetujuan munaqosahnya. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 29 Juni 2022

Pembimbing



Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag.
NIP. 196601102000031001

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara

Nama : Andan Ayu Salsabila
NIM : 302180067
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 29 Juni 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam



Kayyis Fithri Ajhuri, M. A.

NIP. 198306072015031004

Menyetujui
Pembimbing



Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag.

NIP. 196601102000031001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

PENGESAHAN

Nama : Andan Ayu Salsabila
NIM : 302180067
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosyah di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 31 Agustus 2022

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin
Tanggal : 12 September 2022

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Dr. Iswahyudi, M. Ag.
2. Penguji I : Muchlis Daroini, M.Kom.I.
3. Penguji II : Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M.Ag.

Ponorogo, 12 September 2022

Mengesahkan
Dekan,

Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag.
NIP. 196806161998031002

**SURAT PERSETUJUAN
PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

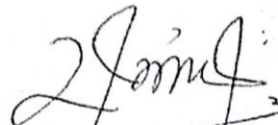
Nama : Andan Ayu Salsabila
NIM : 302180067
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id Adapun isi dari keseluruhan artikel tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Ponorogo, 12 September 2022

Penulis



Andan Ayu Salsabila
NIM. 302180067

MOTTO

الصَّبْرُ يُعِينُ عَلَى كُلِّ عَمَلٍ

“Kesabaran itu menolong segala pekerjaan”



ABSTRAK

Salsabila, Andan Ayu. 2022. Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo. Skripsi. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Dr. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Pengelolaan, Media Sosial, Instagram, Promosi.

Teknologi komunikasi dan informasi semakin canggih dan berkembang pesat. *Internet* merupakan media yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari segala hal yang ingin diketahui ataupun hanya untuk eksistensi, salah satunya yaitu media sosial. Salah satu media sosial yang paling diminati saat ini adalah *Instagram*. Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki wisata kuliner yang sangat pesat. *Instagram* menjadi salah satu media untuk melakukan promosi. Oleh karena itu, dalam menggunakan akun media sosial *Instagram* harus menggunakan strategi pengelolaan agar sesuai dengan rencana.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan: (1) strategi pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner dalam mempromosikan kuliner di Ponorgo, (2) hasil pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner, (3) tantangan dalam pengelolaan *Instagram* @ariesskuliner. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu dengan model Miles dan Huberman. Informan pada penelitian ini adalah founder akun @arisskuliner, pengusaha kuliner, dan followers.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, strategi pengelolaan akun *Instagram* @ariesskuliner yaitu dengan tahap perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi. Kedua, hasil yang didapat dalam mengelola akun @ariesskuliner yaitu adanya peningkatan *follower* yang signifikan setiap sebulan, dan pengusaha kuliner sangat puas dengan penyampaian konten yang disajikan secara menarik. Ketiga, tantangan dalam penegelolaan akun @ariesskuliner ini yaitu berupa mencari konten yang berbeda, adanya persepsi negatif, dan konsistensi dalam mengupload konten.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih terhadap segenap pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini selesai, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Evi Muafiah, M. Ag., selaku Rektor IAIN Ponorogo yang telah memberikan kesempatan penulis menimba ilmu di almamater tercinta.
2. Dr. Ahmad Munir, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ushulluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo yang membntu melancarkan proses Pendidikan penulis selama di Fakultas Ushulluddin Adab dan Dakwah hingga menyelesaikan skripsi ini.
3. Kayyis Fithri Ajhuri, M. A., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Muhamad Irfan Riyadi, M. Ag., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen serta segenap civitas akademik IAIN Ponorogo, yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran selama penulis menuntut ilmu.
6. Aris Setiawan selaku founder akun *Instagram* @ariesskuliner yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian sekaligus menjadi informan.
7. Pengusaha kuliner Takoparty, Roti Bakar Gandaria, dan para *followers* yang telah berkenan untuk membantu dan meluangkan waktu menjadi informan dalam penelitian ini.

Semoga amal baik mereka dicatat sebagai amalan oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Ponorogo, 8 Mei 2022

Penulis

Andan Ayu Salsabila
NIM. 302180067

iaain
PONOROGO

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah Swt yang telah memberikan kekuatan, membekali dengan ilmu melalui dosen-dosen IAIN Ponorogo. Atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw. Dengan mengharap rahmat dan ridho Allah Swt skripsi ini saya persembahkan kepada mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupan saya, khususnya untuk:

1. Kedua orang tua penulis, bapak Gunawan tercinta dan ibu Dian Wulantini terkasih, yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan moral dan material, yang mungkin tidak akan pernah cukup penulis balas hanya dengan secarik kertas yang sederhana ini. Penulis berharap ini sebagai langkah awal untuk membahagiakan kalian bapak dan ibu. Terimakasih atas segala dukungan, semoga karya ini dapat menjadi batu loncatan penulis untuk mewujudkan cita-cita yang akan penulis persembahkan untuk bapak dan ibu kelak. Sehat dan bahagia selalu manusia istimewa.
2. Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah menemani perjalanan hidup penulis. Menjadi keluarga kedua serta tempat berbagi keluh kesah.

3. Teman-teman KPI C 2018. Terimakasih untuk memori yang kita lewati bersama setiap harinya, atas tawa yang setiap hari kita miliki, dan atas solidaritas yang luar biasa.
4. Teman-teman seperjuangan skripsi dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.



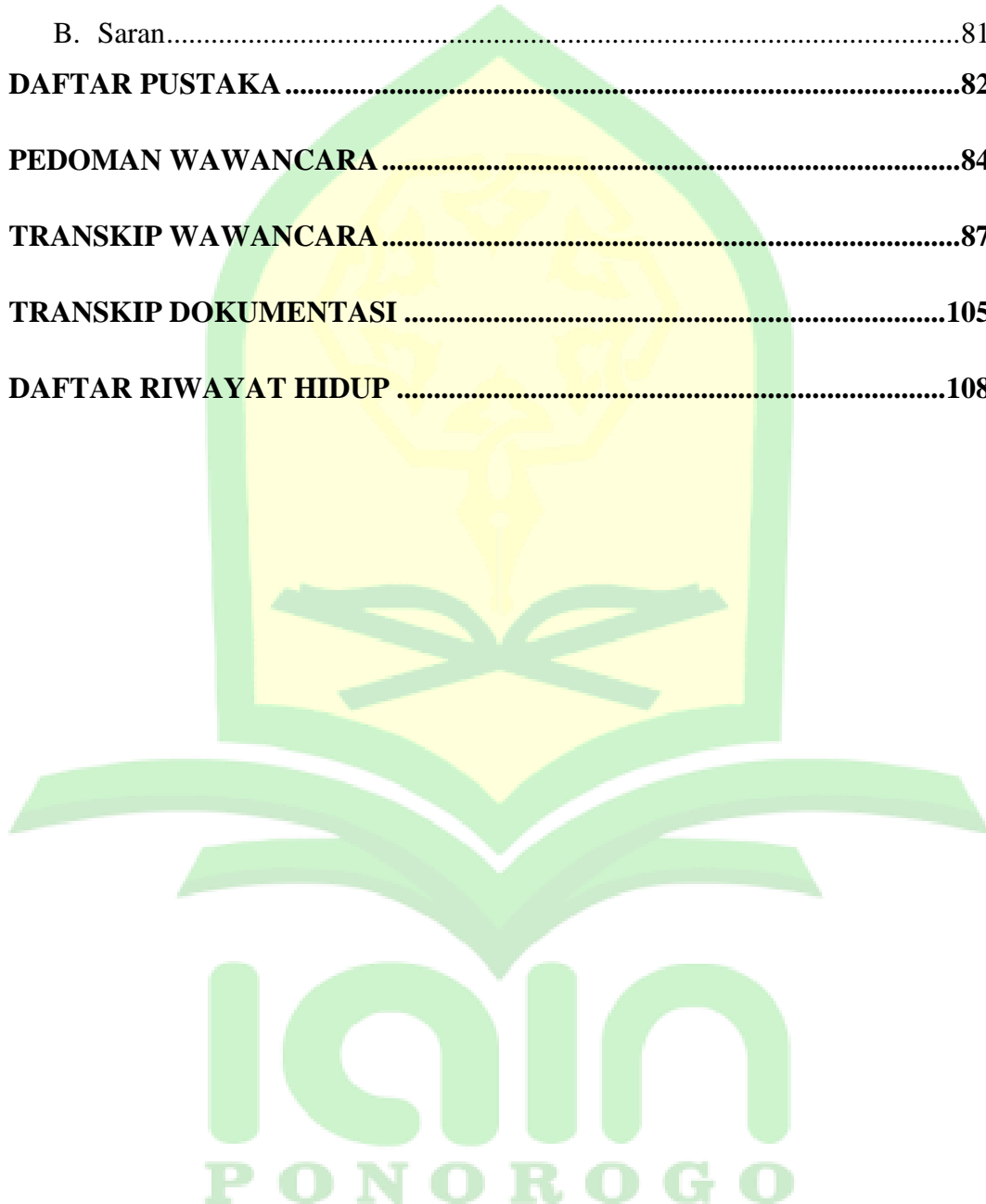
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
HALAMAN MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR BAGAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Telaah Pustaka	7
F. Metode Penelitian.....	9
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	9
2. Data dan Sumber Data.....	9
3. Teknik Pengumpulan Data	11

4. Teknik Pengolahan Data	12
5. Teknik Analisis Data	13
6. Pengecekan Keabsahan Data.....	15
G. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN TEORI	19
A. Strategi Komunikasi.....	19
1. Pengertian Strategi.....	19
2. Komunikasi.....	20
a. Pengertian Komunikasi.....	20
b. Unsur-Unsur Komunikasi.....	20
3. Tahap Penetapan Strategi Komunikasi.....	21
B. Pegelolaan	23
1. Pengertian Pengelolaan.....	23
2. Tujuan Pengelolaan	25
3. Fungsi Pengelolaan.....	26
C. Media Sosial <i>Instagram</i>	27
1. Media Sosial	27
a. Pengertian Media Sosial	27
b. Fungsi Media Sosial.....	27
c. Manfaat Media sosial.....	28
d. Dampak Media Sosial.....	29
e. Jenis-Jenis Media Sosial	30
2. <i>Instagram</i>	32
a. Pengertian <i>Instagram</i>	32
b. Keunggulan <i>Instagram</i>	33
c. Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	34
D. Promosi	36
1. Pengertian Promosi.....	36
2. Tujuan Promosi	37
3. Bauran Promosi	38
E. Strategi Pengelolaan Media Sosial <i>Instagram</i> Dalam Promosi	40

BAB III PROFIL AKUN @ariesskuliner DAN PAPARAN DATA.....	41
A. Profil Akun @ariesskuliner.....	41
1. Sejarah Akun @ariesskuliner	41
2. Profil dan Logo @ariesskuliner.....	42
3. Struktur Organisasi	44
B. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ariesskuliner dalam Promosi	45
1. Perencanaan.....	45
2. Pelaksanaan	49
3. Pengawasan	56
4. Evaluasi	57
C. Hasil Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.	58
D. Tantangan dalam Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo	62
BAB IV ANALISIS STRATEGI, HASIL, TANTANGAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROMOSI	66
A. Analisis Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ariesskuliner dalam Promosi	66
1. Perencanaan.....	66
2. Pelaksanaan	67
3. Pengawasan	71
4. Evaluasi	72
B. Analisis Hasil Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.	
1. Faktor Keberhasilan	73
2. Dampak Pengguna Akun @ariesskuliner	75
C. Analisis Tantangan dalam Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo	
1. Tantangan Mencari Konten Yang Berbeda.....	77

2. Tantangan Adanya Persepsi Negatif	77
3. Tantangan Untuk Tetap Konsistensi Dalam Mengupload Konten	78
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
PEDOMAN WAWANCARA	84
TRANSKIP WAWANCARA	87
TRANSKIP DOKUMENTASI	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Metode Analisis Data Miles dan Huberman.....	14
Gambar 3.1 Tampilan Profil <i>Insagram</i> @ariesskuliner	43
Gambar 3.2 Logo Instagram @ariesskuliner	43
Gambar 3.3 Konten Kuliner Produk Online/Produk Rumahan	46
Gambar 3.4 Konten Kuliner Tempat Makan	46
Gambar 3.5 Konten Kuliner Café	47
Gambar 3.6 Konten Kuliner Pedagang Kaki Lima	47
Gambar 3.7 Konten Giveaway	48
Gambar 3.8 Caption Honest Review dan Smart Review	53
Gambar 3.9 Penyebarluasan Konten Melalui Feed Instagram	54
Gambar 3.10 Penyebarluasan Konten Melalui Instastory	55
Gambar 3.11 Penyebarluasan Konten Melalui Instagram Tv	56
Gambar 3.12 Pengawasan Pada Comment	57
Gambar 3.13 Grafik Peningkatan Followers @ariesskuliner	58



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teori	40
Bagan 3.1 Struktur Organisasi Akun Instagram @ariesskuliner	44



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi semakin canggih dan berkembang pesat. Dengan semakin canggih nya teknologi komunikasi juga semakin memudahkan kita dalam melakukan kehidupan sehari-hari, terutama dalam mencari dan menerima informasi dengan menggunakan internet. Teknologi komunikasi menjadi perangkat yang semakin memudahkan orang-orang untuk menjalankan atau mengerjakan berbagai kegiatan di kehidupan sehari-hari. Perkembangan komunikasi telah banyak memberikan perubahan pada pola komunikasi. Salah satu hal yang dipengaruhi oleh teknologi yaitu munculnya media baru atau yang biasa dikenal internet.

Internet merupakan media yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari segala hal yang ingin diketahui ataupun hanya untuk eksistensi, salah satunya *blog*, *Instagram*, maupun *youtube*. *Internet* memberikan sensasi baru dengan dapat memberikan jenis interaksi sosial baru dengan interaksi sebelumnya. Jika pada zaman dulu masyarakat hanya dapat berinteraksi dengan cara bertatap muka, akan tetapi sekarang masyarakat dapat berinteraksi tanpa bertemu secara langsung, seperti yang kita lakukan interaksi secara *online* dimana kita berkomunikasi tanpa perlu

bertatap muka secara langsung. Masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi saat ini dalam melakukan interaksi sosial.¹

Media sosial merupakan sarana yang dipergunakan untuk berinteraksi dengan teman, saudara maupun kolega, yang awalnya dirancang untuk kebutuhan internal. Media sosial dapat dikatakan sebagai media online karena dalam penggunaannya membutuhkan *internet*. Di dalam media sosial interaksi tidak hanya melalui tulisan, namun interaksi dapat juga dilakukan dengan menggunakan visual dan video.²

Salah satu media sosial yang paling diminati saat ini adalah *Instagram*. Media sosial berbasis gambar ini menjadi sangat populer karena dinilai sangat atraktif dan menarik perhatian pengguna melalui pemanfaatan visual yang dapat dikreasikan sendiri oleh setiap penggunanya. Mengenai penggunaan media sosial *Instagram* dalam berbisnis, tentunya *Instagram* dapat memberikan banyak kemudahan bagi para pebisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui media sosial untuk mendapatkan keuntungan. Apalagi generasi muda saat ini juga sering memanfaatkan media sosial untuk narsisme dan mendulang *like* serta komentar.³

¹ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: interkasi, Identitas dan Modal Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2016), 1.

² Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma, dkk. “*Komik sebagai Sarana Komunikasi Promosi dalam Media Sosial*”. *Nawala Visual*, vol. 1 No. 1 2018, 1-8.

³ Saijuri & Qorib, Fathul, 2019, *Analisis Sikap Narsisme di Media Sosial Instagram pada Siswa SMK PGRI 3 MALANG*, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 8 No 1, 29-34.

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan. Karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Semua itu, membutuhkan pengolahan yang serba enak.

Kabupaten Ponorogo merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki wisata kuliner yang sangat pesat. Kuliner menjadi salah satu kebutuhan yang pokok kebutuhan hidup kita. Di zaman yang semakin berkembang, kita lebih mencari kepraktisan dalam mencukupi kebutuhan pokoknya terutama makan. Dari perkembangan inilah begitu pesat persaingan usaha untuk menyediakan kebutuhan kuliner. Persaingan ketat menuntut para pelaku usaha untuk melakukan perubahan agar produk yang dipasarkan dapat bertahan dan terus berkembang.

Tempat kuliner seperti *cafe* sering dijadikan sebagai tempat nongkrong bersama teman-teman apalagi yang memiliki fasilitas lengkap seperti desain interior yang unik dan menarik, harga yang terjangkau, adalah hal yang dicari. Hal itu sering diincar oleh pengunjung apalagi tempat-tempat yang sedang kekinian kemudian mengunggahnya ke media sosial terutama media sosial *instagram*.

Banyak keuntungan menggunakan media sosial dalam pemasaran produk, misalnya dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Dengan bantuan digital marketing, para profesional bisnis jangka panjang dan wirausahawan pemula bisa lebih mudah mempromosikan produknya ke publik. Promosi kuliner tidak hanya dilakukan dengan cara berkomunikasi

secara langsung, akan tetapi dapat dilakukan dengan menggunakan komunikasi visual. Berkembangnya teknologi digital salah satunya media sosial instagram merupakan jalan yang efektif untuk dimanfaatkan dalam melakukan promosi secara visual.

Terdapat beberapa akun *Instagram* di Ponorogo yang mempromosikan kuliner secara umum, yaitu @ariesskuliner dengan 43.000 *followers*, @street_foodponorogo dengan 12.900 *followers*, @wisatakulinerponorogo dengan 35.000 *followers*, @ponorogokulineran dengan 4.900 *followers*, @kulinerhitsponorogo dengan 2.734 *followers*, @ponorogo_makan dengan 1.668 *followers*, @ponorogo_food dengan 1.049 *followers*.

Pada penelitian ini mengambil Akun *instagram* @ariesskuliner dengan alasan bahwasannya lebih unggul dari segi jumlah *followers* dan dari segi jumlah konten yang telah di upload. Akun *Instagram* @ariesskuliner memposting segala sesuatu yang berkaitan dengan kuliner di Kabupaten Ponorogo, baik rumah makan, *street food*, *cafe*, angkringan, dan sebagainya.

Instagram merupakan media yang cepat dan massif dalam mengomunikasikan sesuatu. *Followers* @ariesskuliner tersebut berisi orang Ponorogo dan non-Ponorogo. Akun @ariesskuliner memposting gambar dan video berbeda dan beragam melalui feed ataupun *instastory*. Setiap hari juga selalu ada *followers* yang menandai @ariesskuliner dalam fotonya sehingga konten juga selalu baru.

Akun *Instagram* @ariesskuliner ini membantu para pengusaha kuliner dalam segi peningkatan penjualan dan pastinya juga dari segi peningkatan followers pada akun pribadi usaha tersebut. Para pencari kuliner pun dengan mudah mendapatkan informasi kuliner yang ada di Ponorogo melewati akun tersebut dengan adanya konten video dan foto visual yang sangat menarik.

Pengelolaan media sosial *Instagram* oleh @arieskuliner adalah untuk melakukan berbagai kegiatan promosi-promosi yang dengan secara langsung bisa dilihat oleh pengikut mereka. selain itu, penerapan strategi juga harus dilakukan dengan baik. Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo?
2. Bagaimana hasil pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo?
3. Apa saja tantangan dalam pengelolaan media sosial *instagram* sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo.
2. Mengetahui hasil pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo.
3. Mengetahui tantangan dalam pengelolaan *instagram* sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan serta memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan dapat memberi gambaran mengenai strategi pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Bagi masyarakat Ponorogo penelitian ini dapat dijadikan bahan informasi untuk mengetahui strategi pengelolaan akun *instagram* @ariesskuliner sebagai media komunikasi dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo

- b. Bagi peneliti selanjutnya sebagai pengalaman dan masukan dalam pembelajaran.

E. Telaah Pustaka

Dalam menentukan judul penelitian ini, penulis juga melakukan telaah terhadap penelitian terdahulu untuk menghindari kesamaan, sekaligus sebagai perbandingan dengan penelitian ini.

Setelah penulis melakukan telaah terhadap penelitian terdahulu bahwasannya belum ada penelitian mengenai akun Instagram @ariesskuliner. Berdasarkan hasil penelusuran peneliti terkait tema penelitian terdapat beberapa penelitian yang hampir serupa, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Akun Instagram @detjolomadoe_official Sebagai Media Promosi Online Pariwisata Karanganyar”, karya Reza Wahyu Rohman P. mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2020. Skripsi ini ingin mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi online pariwisata di Karanganyar. Skripsi tersebut menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif.

Skripsi ini dengan penelitian penulis memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas tentang pemanfaatan media sosial Instagram. Perbedaannya terletak pada subjek, waktu, dan lokasi penelitian. Peneliti Reza Wahyu Rohman P. memilih akun

@detjolomadoe_official sebagai subjek penelitian. Waktu dan lokasi penelitian dilakukan pada tahun 2020 bertempat di Karanganyar. Sedangkan penelitian penulis dilakukan pada tahun 2022 bertempat di Ponorogo pada akun @ariesskuliner. Fokus penelitian Reza Wahyu Rohman P. adalah bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi pariwisata. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah bagaimana strategi pengelolaan instagram sebagai media promosi kuliner.

Kedua, skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo”, oleh Fitri Alam Nasyroh mahasiswa IAIN Ponorogo.

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi penegelolaan instagram sebagai media informasi. Skripsi ini dengan penelitian penulis memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan membahas tentang strategi pengelolaan media sosial Instagram. Fokus penelitian Fitri Alam Nasyroh adalah bagaimana strategi pengelolaan Instagram sebagai media informasi. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah bagaimana strategi pengelolaan instagram sebagai media promosi kuliner.

Ketiga, skripsi yang berjudul “Konstruksi Busana Model Busana Muslimah Zaskia Adya Mecca di Instagram (analisis semiotic roland barthes)” oleh Mu’arifatul Ainy, Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menjelaskan bagaimana upaya Zaskia dalam membangun atau membentuk paduan busana muslimah yang di unggah di media sosial Instagram. Dalam penelitian ini sama-sama mengulas tentang pemanfaatan media sosial dan sama-sama meneliti tentang media Instagram. Peneliti fokus meneliti pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi visual dalam promosi kuliner. Sedangkan Ainy meneliti tentang konstruksi busana muslimah Zaskia Adya Mecca di Instagram.⁴

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa foto, video, data tertulis maupun lisan dari orang-orang yang dapat diamati.⁵

Dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti menganalisa data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

2. Data dan Sumber Data

Pengambilan sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder:

⁴ Mu'arifatul Ainy, Skripsi: "Konstruksi Busana Model Busana Muslimah Zaskia Adya Mecca di Instagram (analisis semiotic roland barthes)", Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.

⁵ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008, 67.

a. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang diperoleh dari observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melakukan wawancara secara mendalam dengan para informan dan subjek penelitian yang lainnya. Data tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi. Sasaran penelitian lainnya seperti hasil dan tantangan akun @ariesskuliner.

b. Data Sekunder

Data sekunder ini merupakan data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, jurnal, artikel, buku referensi, internet dan sebagainya. Data ini bertujuan untuk menunjang penelitian yang sedang berlangsung.

c. Sumber data

Menurut Lofland sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. berkaitan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto, dan statistik.⁶

Adapun sumber data dalam penelitian ini dari para informan dan subyek vital terutama admin @ariesskuliner dan data tambahan dari buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan penelitian, serta

⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 15.

beberapa situs internet yang dapat mendukung keabsahan data penelitian

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penumpulan data dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara kepada narasumber, serta melakukan dokumentasi terkait materi penelitian.

a. Observasi

Metode ini adalah proses langsung mengamati subjek dan objek penelitian secara langsung. Dengan metode ini, peneliti dimungkinkan melihat serta mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku serta kejadian yang telah terjadi sebenarnya. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁷

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mngetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.⁸

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: ALFABETA, 2018), 145.

⁸ Ibid, 137.

Wawancara dilakukan dengan mewawancarai admin dan *followers* akun @ariesskuliner baik secara online maupun secara offline.

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Data yang diperoleh dari metode dokumentasi diharapkan mampu mendukung proses analisis data. Salah satu kegiatan dokumentasi yang dilakukan adalah mengumpulkan data dari posting dalam grup.

4. Teknik Pengolahan Data

Setelah data-data yang diperlukan sudah tergali dan terkumpul, maka langkah selanjutnya mengolah data tersebut menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing adalah meneliti data-data yang telah diperoleh, terutama dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain.⁹

b. *Classifying* (Klasifikasi)

⁹ Abu Achmadi dan Cholid Narkubo, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005), hlm. 85.

Classifying adalah proses pengelompokan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subyek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung di lapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.¹⁰

c. *Verifying* (Verifikasi)

Verifying adalah proses memeriksa data dan informasi yang telah didapat dari lapangan agar validitas data dapat diakui dan digunakan dalam penelitian.

d. *Concluding* (Kesimpulan)

Selanjutnya adalah kesimpulan, yaitu adalah langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Kesimpulan inilah yang nantinya akan menjadi sebuah data terkait dengan objek penelitian peneliti. Hal ini disebut dengan istilah *concluding*, yaitu kesimpulan atas proses pengolahan data yang terdiri dari tiga proses sebelumnya: *editing*, *classifying*, dan *verifying*.

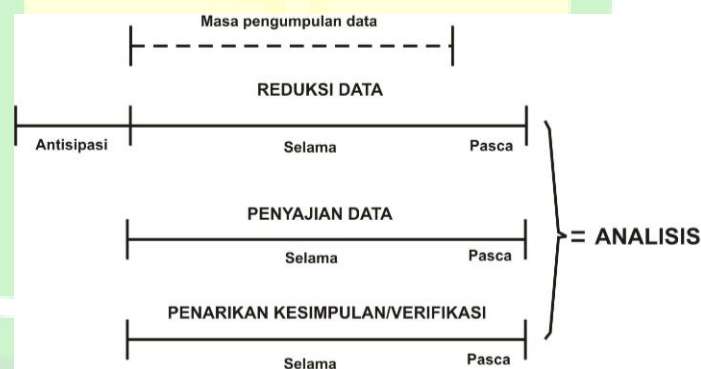
5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 104-105.

kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan serta menganalisis data yang diperoleh di lapangan dan selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan model Miles dan Huberman.



Gambar 2.1 Metode Analisis Data Miles dan Huberman

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan sebuah proses menyajikan data penelitian dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir penelitian melalui

kalimat yang disusun secara sistematis dan logis sehingga mudah untuk dipahami. Oleh karena itulah sangat diperlukan penyajian data yang jelas dan sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan pekerjaannya.

c. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan implikasi dari prinsip induktif penelitian. Selain itu, kesimpulan diverifikasi selama penelitian berlangsung guna memperoleh kebenaran tentang sebuah data dan informasi. Secara keseluruhan, data dan informasi yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokan dengan tujuan sebagai media validitasnya.

6. Pengecekan Keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:¹¹

a. Memperpanjang observasi/pengamatan

Dalam perpanjangan pengamatan ini berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan wawancara dan melakukan pengamatan lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Adapun berapa lama perpanjangan observasi ini dilakukan tergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data.

b. Meningkatkan ketekunan pengamatan

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 270-276.

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih teliti dan cermat serta berkesinambungan. Dengan dilakukannya cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan direkam secara pasti dan sistematis.

Untuk meningkatkan ketekunan ini peneliti melakukan cara dengan membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumen-dokumen yang berkaitan dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan dan pengetahuan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak.

c. Triangulasi

Triangulasi data adalah teknik mengecek kebenaran data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi data dengan sumber ini antara lain dengan menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi data dengan teknik yaitu menguji kredibilitas dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, contohnya data yang diperoleh dengan wawancara, maka dicek kembali dengan observasi, dokumentasi.

Triangulasi data yang terakhir yaitu dengan triangulasi waktu yaitu yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan

dengan wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam situasi atau waktu yang berbeda.

d. Diskusi dengan teman atau orang lain

Mendiskusikan hasil data dengan teman atau orang lain yang paham dengan penelitian yang sedang dilakukan.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka supaya pembahasan skripsi ini dapat tersusun secara sistematis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka penulis membagi pembahasan menjadi lima bab, dan masing-masing bab terbagi kedalam beberapa sub bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan, bab ini menguraikan penjelasan yang bersifat umum, seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori, pada bab ini penulis akan memaparkan teori tentang, strategi komunikasi, pengelolaan, media sosial, Instagram, Promosi dan Kuliner.

BAB III Paparan Data, pada bab ini penulis akan menjelaskan latar belakang Akun @ariesskuliner, profil dan logo @ariesskuliner, struktur organisasi, kontak, startegi, hasil, dan tantangan dalam pengelolaan akun @ariesskuliner

BAB IV Pembahasan, dalam bab ini berisi tentang paparan hasil observasi, wawancara maupun studi pustaka dari penelitian, serta pembahasan atau analisis terhadapnya.

BAB V Penutup, pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan sebagai jawaban dari pokok-pokok permasalahan dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian sebagai masukan-masukan untuk berbagai pihak yang terkait.



BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI PENGELOLAAN MEDIA

SOSIAL INSTAGRAM

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani yaitu “stratos” artinya tentara dan “agein” artinya pemimpin yang menunggu, disatukan menjadi memimpin tentara. Dari kata ini muncullah kata strategi yang artinya memimpin tentara pada tingkat atas.¹²

Strategi dalam bisnis dan pemasaran dapat diartikan sebagai sarana atau rencana-rencana yang dirancang sedemikian rupa dan terstruktur untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh sebuah organisasi. Strategi diartikan sebagai keterampilan manajerial (administrasi, kepemimpinan, orasi dan kekuasaan). Menurut James Brian Quinn, strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan pokok, kebijakan, dan rangkaian tindakan sebuah organisasi ke dalam kesatuan yang kohesif.¹³

Strategi merupakan sarana berpikir dan rencana yang akan digunakan dsalam rangka menjalankan suatu kegiatan yang pada akhirnya ingin mendapatkan tujuan yang diinginkan pada kegiatan tersebut.

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2017), 64.

¹³ Adelina Safitri, “*Strategi Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palangka Raya*”, (Skripsi, IAIN Palangka Raya, 2019) hlm. 15

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Ditinjau secara etimologi, dapat disebutkan istilah komunikasi dalam Bahasa Inggris yaitu Communication berasal dari kata latin communis, artinya sama. Maksudnya bila seseorang mengadakan kegiatan komunikasi dengan suatu pihak, maka orang tersebut cenderung berusaha untuk persamaan arti dengan pihak yang menjadi lawan komunikasinya atau menyamakan dirinya dengan yang diajaknya berkomunikasi.¹⁴

b. Unsur-Unsur Komunikasi

Harold Lasswell mengatakan dalam karyanya berjudul "*The Structure and Function of Communication in Society*" dikutip dari buku Onong Uchana Effendy mengatakan bahwa cara yang baik dalam menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan "*who say what, in which channel, to whom, with what effect?*" (siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek).¹⁵

Pernyataan ini menunjukkan bahwa komunikasi terdiri dari 5 unsur yaitu:

- 1) Komunikator (*communicator, sender, source*), komunikator yang menyampaikan informasi pada sejumlah orang atau hanya seorangan.

¹⁴ Lubis, Suwardi, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Medan: Bartong Jaya, 2011, hal. 6-7

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001, hal. 10

- 2) Pesan (*message*), pesan atau informasi yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- 3) Media (*channel*), saluran komunikasi tempat berlalunya informasi dari komunikator kepada komunikan.
- 4) Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*), komunikan yang menerima informasi dari komunikator.
- 5) Efek (*effect, impact, influence*), tanggapan atau seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa informasi atau pesan.¹⁶

3. Tahap Penetapan Strategi Komunikasi

Adapun tahapan-tahapan dalam penetapan strategi komunikasi menurut Hafied Cangara. yaitu:¹⁷

a. Menetapkan komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali semua aktivitas komunikasi. Karena itu jika proses komunikasi tidak berhasil dengan baik, maka kesalahan utama bersumber dari komunikator, karena komunikatorlah yang tidak memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat dan mendekati khalayak yang menjadi target sasaran.

b. Menetapkan target sasaran

¹⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), 2016, hal. 62

¹⁷ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada), 2017, hal. 133-174

Untuk mengetahui dan memahami segmentasi masyarakat, para peneliti sering kali memulai dengan cara memetakan (scanning) karakteristik masyarakat. Ada tiga cara untuk memetakan karakteristik masyarakat yaitu:

- 1) Aspek sosiodemografik, mencakup usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, agama, ideologi, etnis, termasuk kepemilikan media.
- 2) Aspek profil psikologi, mencakup sikap yang tercermin dari kejiwaan masyarakat, misalnya, sabar, terbuka, emosional, tertutup, berani, penakut.
- 3) Aspek karakteristik perilaku masyarakat. Misalnya agamis, solidaritas tinggi, individual, jujur, tanggung jawab.

c. Penetapan tim kerja

Untuk melaksanakan proses atau program komunikasi, diperlukan tim kerja yang dapat memahami tugas-tugas komunikasi yang akan dilaksanakan.

d. Teknik menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

e. Memilih media dan saluran komunikasi

Media atau saluran komunikasi dibagi menjadi dua yaitu, media lama (media cetak) dan media baru (internet).

f. Penyebarluasan media komunikasi

Penyebarluasan berita sangat menentukan keberhasilan suatu program, sebab jika tidak selain buang waktu dan tenaga juga bisa menjadi pemborosan dari segi uang. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik, dan jangkauan media itu sendiri.

g. Penyusunan jadwal kegiatan (time schedule)

Menetapkan jadwal kegiatan (time schedule) untuk suatu program komunikasi harus memakai strategi, terutama untuk menghindari kegiatan yang memiliki gaung lebih besar pengaruhnya dari kegiatan yang akan kita lakukan.

h. Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penelitian keberhasilan kegiatan komunikasi yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya. Evaluasi dilakukan dalam rangka mengukur sejauh mana keberhasilan suatu program komunikasi. Efektivitas suatu program komunikasi hanya bisa diketahui dengan evaluasi.

B. Pengelolaan

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata kelola, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti memimpin, mengendalikan, mengatur, dan mengusahakan

agar lebih baik, lebih maju, serta bertanggung jawab atas pekerjaan tertentu. Pengelolaan adalah proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan.¹⁸

Pengelolaan bisa diartikan sebagai manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan-penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.¹⁹

Menurut pengertian lain, pengelolaan adalah substantifa dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudian, pengelolaan menghasilkan sesuatu dan sesuatu itu merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya.²⁰

Drs. M. Manulang dalam bukunya dasar-dasar manajemen istilah pengelolaan (manajemen) mengandung tiga pengetahuan, yaitu: pertama, manajemen sebagai suatu proses, kedua, manajemen sebagai kolektifitas orang-orang yang melakukan aktifitas manajemen dan yang ketiga, manajemen sebagai suatu seni (suatu art) dan sebagi suatu ilmu.

¹⁸ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 2002), 695.

¹⁹ Soewarno Handyaningrat, *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*, Jakarta: CV. Haji Masagung, 2011, 9.

²⁰ Arikunto, Suharsimi, *Pengelolaan Kelas dan Siswa*, Jakarta: CV Rajawali, 1988, 8.

Menurut pengertian yang pertama yakni manajemen sebagai suatu proses, Dalam buku *encyclopedia of the social sciences* dikatakan bahwa manajemen adalah suatu proses dengan proses mana pelaksanaan suatu tujuan tertentu diselenggarakan dan diawasi. Sedangkan menurut pengertian yang kedua, manajemen adalah kolektivitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen. Dan menurut pengertian yang ketiga, manajemen adalah suatu seni atau ilmu adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.²¹

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengelolaan (manajemen) adalah suatu cara atau proses yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan agar berjalan efektif dan efisien.

2. Tujuan Pengelolaan

Tujuan pengelolaan adalah segenap sumber daya yang ada seperti: sumber daya manusia, peralatan atau sarana yang ada dalam suatu organisasi dapat digerakkan sedemikian rupa, sehingga dapat menghindarkan dari segenap pemborosan waktu, tenaga dan materi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Terdapat beberapa tujuan pengelolaan, yaitu:

- 1) Untuk pencapaian tujuan organisasi berdasarkan visi dan misi.

²¹ Drs. M. Manulang, *dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesi, 1990), 15-17.

- 2) Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Pengelolaan dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.
- 3) Untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda, salah satu cara yang umum yaitu efisien dan efektivitas.

3. Fungsi Pengelolaan

Menurut George R Terry juga mengemukakan fungsi pengelolaan antara lain *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (menggerakkan), dan *Controlling* (pengawasan).²²

- 1) Perencanaan (*Planning*) adalah pemilihan fakta-fakta dan usaha menghubungkan fakta satu dengan lainnya, kemudian membuat perkiraan dan peramalan tentang keadaan dan perumusan tindakan untuk masa yang akan datang yang sekiranya diperlukan untuk mencapai hasil yang dikehendaki.
- 2) Pengorganisasian (*Organizing*) diartikan sebagai kegiatan mengaplikasikan seluruh kegiatan yang harus dilaksanakan antara kelompok kerja dan menetapkan wewenang tertentu serta tanggung jawab sehingga terwujud kesatuan usaha dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

²² George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 168

- 3) Penggerakan (*Actuating*) adalah menempatkan semua anggota daripada kelompok agar bisa bekerja secara sadar untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan perencanaan dan pola organisasi.
- 4) Pengawasan (*Controlling*) diartikan sebagai proses penentuan yang dicapai, pengukuran dan koreksi terhadap aktivitas pelaksanaan dan bilamana perlu mengambil tindakan korektif terhadap aktivitas pelaksanaan dapat berjalan menurut rencana

C. Media Sosial Instagram

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online dimana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi informasi, menciptakan konten isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterima dan seterusnya.²³

Media sosial juga dapat diartikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtua.²⁴

b. Fungsi Media Sosial

²³ Prahastiwi, U., 2011, *Media Sosial, new Media dan Gender dalam Pusaran teori Komunikasi*, Yogyakarta: Aspikom, 49.

²⁴ Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015, 11.

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- 1) *Identity* menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi, serta foto.
- 2) *Conversations* menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
- 3) *Sharing* menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
- 4) *Presence* menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
- 5) *Relationships* menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
- 6) *Reputation* menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
- 7) *Groups* menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan subkomunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demokrasi.

c. Manfaat Media Sosial

Media sosial memberikan manfaat yang sangat penting bagi para penggunanya. Sosial media memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:²⁵

²⁵ Prahastiwi, U., 2011, *Media Sosial, new Media dan Gender dalam Pusaran teori Komunikasi*, Yogyakarta: Aspikom, 49.

- 1) *Personal branding is not only figure, it's for everyone.* Berbagai media sosial seperti facebook, twitter, youtube dapat menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi, bahkan mendapatkan popularitas di sosial media. Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audiensnya lah yang akan menentukan.
- 2) *Fantastic marketing result throught social media. People dont't watch TV's anymore, they watch their mobile phones.* Fenomena dimana cara hidup masyarakat saat ini cenderung lebih memanfaatkan telepon genggam mereka yang sudah terkenal dengan sebutan “*smartphones*”. Dengan smarthphone, kita dapat melihat berbagai informasi.
- 3) Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual, personal dan dua arah. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam.
- 4) Media sosial memiliki sifat viral. Viral berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan cepat karena para penghuni sosial media memiliki karakter berbagi

²⁵ Nasrullah, Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

d. Dampak Media Sosial

Dampak positif dan negatif media sosial menurut Arif Rahmadi:²⁶

1) Dampak Positif

a) Mendapatkan Informasi

Informasi yang diperoleh seperti informasi beasiswa, lowongan kerja, info seputar agama, politik maupun hal hal yang sedang trend dan dibicarakan banyak orang.

b) Menjalin silaturahmi.

Dengan sosial media kita dapat menjalin silaturahmi meskipun terpisah jarak baik dengan teman lama maupun teman baru.

c) Membentuk Komunitas.

Dalam hal komunitas media online berperan untuk berkoordinasi, sharing dan interaksi ketika tidak sedang bersama.

d) *Branding*

Branding dalam pengertian umum merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar brand atau merk yang ditawarkan dikenal dan memiliki nilai sendiri di benak konsumen dan calon konsumen.

5) Promosi
Adanya sosial media membantu dan memudahkan orang untuk

²⁶ Arief Rohmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), 2-6.

berjualan produk dan jasa yang dimiliki. Hal ini tentu merubah cara berjualan dari dulu yang harus memiliki tempat mangkal, sekarang dari rumah pun bisa berjualan dengan memanfaatkan sosial media.

2) Dampak Negatif

- a) Dengan adanya sosial media seseorang dapat dengan mudah membuat suatu akun. Tak jarang satu orang memiliki lebih dari satu akun dan terkadang ada yang membuat akun palsu untuk melakukan tindak penipuan, penculikan maupun tindak kejahatan lainnya.
- b) Dalam taraf yang ekstrim beberapa orang menggunakan sosial media untuk melakukan tindak penipuan dan kejahatan lainnya.
- c) Tujuan dari menyebar virus seperti pada *facebook* ataupun *twitter* adalah untuk mendapatkan data personal korban. Virus tersebut seringkali berupa tautan video maupun foto porno yang ketika diklik akan mengaktifkan virus tersebut dan biasanya akun yang sudah menjadi korban akan otomatis menyebarkan tautan yang berupa video atau gambar porno yang berisi virus tadi.

e. Jenis-Jenis Media Sosial

Dengan berkembangnya jaman dan teknologi semakin banyak bermunculan media sosial pada saat ini, yang awalnya hanya berfungsi

sebagai media komunikasi sekarang memiliki banyak fungsi yang tentunya sangat dibutuhkan oleh banyak orang.

Berikut merupakan jenis-jenis media sosial ialah:²⁷

1) *Online communities dan forums*

Online communities and forums dibentuk oleh konsumen atau sekelompok konsumen tanya adanya pengaruh iklan dan afiliasi perusahaan yang dimana anggotanya dapat berkomunikasi dengan perusahaan maupun antar anggota melalui posting atau chat diskusi tentang minat khusus yang berhubungan dengan produk maupun merek.

2) *Blog-gers*

Blog merupakan catatan jurnal online yang dikelola oleh seseorang dan diperbaharui secara berkala, *blog* penting sebagai saluran promosi yaitu *word of mouth*

3) *Social networks*

Social networks atau jaringan sosial merupakan kekuatan yang penting dalam kegiatan pemasaran. *Social networks* dapat berupa situs jejaring sosial seperti Facebook, Instagram, LinkedIn, dan lain sebagainya.

2. Instagram

a. Pengertian Instagram

²⁷ Kotler dan Keller, *Marketing Management edition 15th*, (Pearson Education, Inc, 2016)

Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.²⁸

Pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang difeed pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna dan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti Anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan merespon suka terhadap foto atau video yang dibagikan.

b. Keunggulan Instagram

Instagram memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu mudah dipahami, tidak ada batasan waktu, mudah digunakan, serta mudah dalam memberikan hal-hal yang bersifat baru. Keunggulan Instagram dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁹

1) Mudah Dipahami

²⁸ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

²⁹ Mathew Sugiarto, *Instagram Marketing*, (Jakarta Selatan: PT. Pengembang Lintas Pengetahuan 2018), 13.

Semua orang dapat membagikan foto atau video dengan orang lain dengan mudah. Gambar adalah bahasa universal, sehingga mudah untuk cepat dipahami. Tidak seperti teks yang membutuhkan waktu membaca untuk memahami konteksnya.

2) Waktu Tayang 24 Jam

Instagram aktif 24 jam penuh. Jadi setiap konten yang diunggah oleh pengguna akan tetap dinikmati dimanapun mereka berada oleh pengguna lain.

3) Kemudahan Penggunaan

Tampilan dan penggunaan instagram sangat mudah dipahami dibandingkan media sosial lainnya. Cara penggunaannya sangatlah mudah cukup scrool layar untuk melihat foto baru, double tap untuk melakukan like. Tahan foto untuk mengintip secara cepat sangat sederhana dan mudah diingat.

4) Mudah Menyampaikan Hal Baru

Rasa keingintahuan masyarakat Indonesia yang sangat tinggi tentang suatu hal yang baru salah satu alasan instagram lebih menonjolkan gambar daripada teks untuk menyampaikan produk baru dengan konsep unik agar mudah dipahami.

c. Fitur-Fitur Instagram

Ada beberapa fitur yang menarik yang ada pada instagram yaitu³⁰:

³⁰ Ibid, 25.

1) Judul pada foto atau *caption*

Bertujuan untuk menginformasikan pesan yang ingin disampaikan dan memperkuat karakter sebuah postingan

2) *Hashtag*

Merupakan tanda pagar yang berfungsi untuk mengelompokkan tema agar lebih spesifik pada media sosial serta mempermudah pengguna untuk mencari sebuah topik yang saling berkaitan. Tanda pagar ini juga digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempermudah dalam mempromosikan barang jasa atau sebuah tempat wisata agar memudahkan calon pembeli atau pengunjung mendapatkan informasi

3) *Follow*

Merupakan fitur untuk mengikuti sebuah akun atau menambahkan pertemanan pada sebuah akun, sedangkan *followers* merupakan pengguna yang sudah mengikuti sebuah akun tertentu.

4) *Comment*

Fitur yang disediakan untuk memberikan pemikiran, gagasan, ide, melalui kata-kata yang bersifat positif maupun negatif, baik itu kritik, saran, ataupun sanjungan.

5) Tanda Suka (*like*)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan *facebook*, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada

sebuah foto di dalam instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

6) *Mentions*

Merupakan sebuah fitur yang berfungsi untuk menambahkan akun lain dengan menyematkan tanda aroba (@) kemudian dimasukkan ke dalam pemilik akun tersebut.

7) *Instagram Story*

Instagram story adalah fitur yang ditawarkan untuk mengunggah foto atau video dalam 15 detik namun hanya bertahan 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video yang diunggah tidak ditampilkan kembali.

8) *Instagram Tv*

Instagram TV adalah fitur untuk mengunggah video yang berdurasi lebih dari satu menit.

D. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu komponen dari *Marketing mix* (*product, price, place, dan promotion*). Promosi sangat penting dalam pemasaran dikarenakan tanpa melakukan promosi orang-orang tidak akan mengetahui produk yang kita jual dan juga banyak yang mengatakan bahwa sebaik dan sebagus apapun produk yang kita jual tapi konsumen tidak mengetahui produk tersebut maka konsumen tidak akan membelinya, maka dari itu sangat penting melakukan sebuah promosi.

Promosi dapat diartikan tindakan menginformasikan atau meningkatkan konsumen tentang spesifikasi produk atau merek. Promosi mempunyai kekuatan untuk menyampaikan pesan, dan diperlukan perancangan khusus agar promosi tersebut memiliki visual yang kuat dan menciptakan keserasian didalam rangkaian pemasaran, karena promosi adalah berkaitan langsung dalam upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dengan memikat hati merekamelalui pemberian kesan-kesan baik, yang mampu diingat dan dirasakan oleh konsumen.³¹

2. Tujuan Promosi

Terdapat beberapa Tujuan Promosi yaitu:³²

- a. Penyampaian informasi Konsumen tidak dapat membeli produk kecuali mereka telah diberi informasi mengenai produk tersebut.
- b. Memosisikan produk Proses memantapkan citra produk tertentu secara mudah ke dalam pikiran konsumen
- c. Nilai tambah Bauran promosi sering dirancang untuk mengomunikasikan manfaat nilai tambah produk.
- d. Mengendalikan volume penjualan Banyak perusahaan mengalami pola penjualan musiman. Dengan meningkatkan kegiatan promosi di luar musim larisnya, perusahaan-perusahaan tersebut dapat mencapai volume penjualan yang lebih stabil sepanjang tahun.

³¹ Immaniar, Dewi, Sudaryono dan Dwi Ayu Ningrum. “*Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus Pada Book-Store*”. Tangerang: Jurnal CCIT. 2014.

³² Griffin, R. W dan Ebert, R. J., Bisnis. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006, 156

“Tujuan Utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya”.³³

3. Bauran Promosi

Pengertian bauran promosi adalah perpaduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjual personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan, gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian.³⁴

Terdapat empat elemen di dalam bauran promosi (*promotion mix*) yaitu:

a. Periklanan (*Advertising*)

Advertising berasal dari bahasa latin yaitu *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain.³⁵ Periklanan merupakan sarana promosi yang paling sering digunakan oleh perusahaan yang fungsinya menginformasikan, menarik serta memengaruhi calon konsumen agar terpengaruh dan membeli produk tersebut.

³³ Tjiptono, Fandy. 2008. “*Strategi Pemasaran*”. Yogyakarta: Andi, 221.

³⁴ Kotler dan Amstrong. *Marketing Management, 15th edition*, (New Jersey: Pearson Prectice Hall, 2014). 429

³⁵ Suntoyo Danang, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2015), 156.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi lainnya yang sering dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan jumlah pelanggan yaitu mengadakan sale pada penjualan. Hal ini bertujuan agar pembeli berminat sehingga membeli produk yang ditawarkan.

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Personal selling yaitu upaya promosi dengan komunikasi langsung atau tatap muka antara penjual dan pembeli yang diharapkan dapat terjadi interaksi antara penjual dan calon pembeli sehingga memberikan dampak positif dan calon pembeli bersedia membeli produk yang ditawarkan.

d. Publisitas (*Public Relation/PR*)

Publisitas atau hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari sebuah perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, sikap, dan keyakinan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

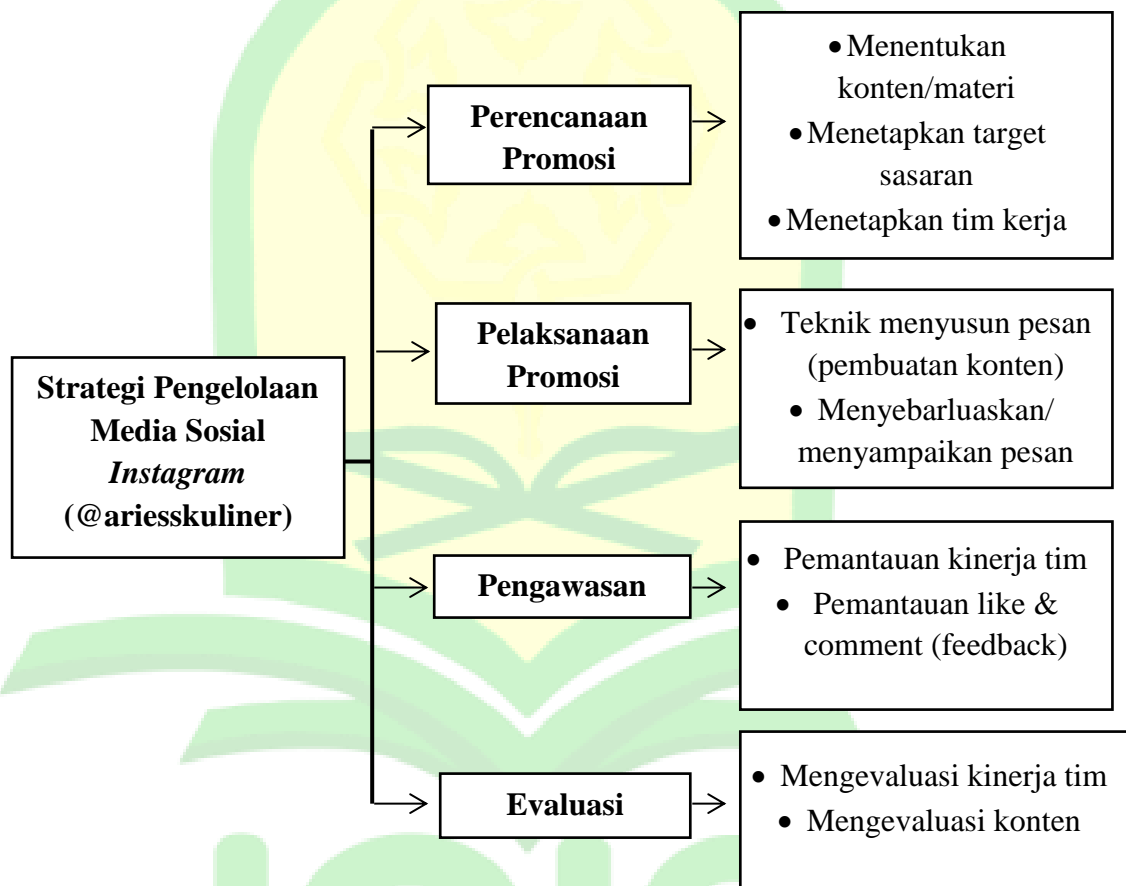
e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Direct Marketing merupakan upaya promosi perusahaan dengan pelanggan atau konsumen secara langsung dengan meminta respon atau dialog dengan pelanggan dan prospek tertentu melalui media non-personal internet, media cetak, dan media penyiaran.³⁶

³⁶ Ririn Tri Ratnasari, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa Cet 1*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 81-83

E. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Promosi

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai strategi komunikasi dan pengelolaan media sosial dari beberapa literatur yang ada, maka penulis membuat konsep mengenai strategi pengelolaan media sosial Instagram dalam promosi sebagai berikut.



Bagan 2.1 Kerangka Teori

BAB III

PROFIL AKUN @ariesskuliner DAN PAPARAN DATA

A. PROFIL AKUN @ariesskuliner

1. Sejarah Akun @ariesskuliner

Akun @ariesskuliner merupakan sebuah akun yang bergerak di platform Instagram dengan tujuan melakukan endorsment dan mempromosikan kuliner yang ada di Ponorogo melalui media sosial. Awalnya akun ini berdiri didasarkan pada kesukaan dalam bidang kuliner pada saat pemilik melakukan pendidikan di salah satu Universitas di Yogyakarta.

Pemilik atau founder akun @ariesskuliner adalah Aris Setiawan yang beralamat di Wonopringgo Kabupaten Ponorogo. Akun @ariesskuliner mulai aktif di Instagram pada Desember 2018.

Selain kesukaannya dalam bidang kuliner, Aris Setiawan juga mempunyai hoby dalam bidang fotografi. Sebelum adanya akun @ariesskuliner pemilik mempunyai bisnis di bidang wedding fotografi sekaligus akun @ariespotrait pada tahun 2014.

Pada tahun 2015 mendirikan akun Instagram @ariessphoto. Dikarenakan job wedding dan foto tidak menentu, sehingga pemilik akun @ariesskuliner yaitu Aris Setiawan memiliki inisiatif untuk membuat akun kuliner yang dinamakan @ariesskuliner, dimana pemilik memiliki

hoby fotografi dan kesukaannya dalam kukiner sekaligus sudah mempunyai peralatan yang memadai.

” Sebelum kuliah sekitar tahun 2015 saya memang sudah suka sama foto. Waktu itu saya mempunyai akun Instagram @ariessphoto yang bekerja dibidang wedding fotografi. Tapi kalau tidak musim manten kan juga bingung mau ngapain, akhirnya tiap hari bawa kamera dan mulai wara wiri untuk foto kuliner dan akhirnya membuat akun @ariesskuliner ini”³⁷

Nama Ariess Kuliner tersebut diambil dari nama pemilik sekaligus bintang dari pemilik yaitu aries. Pada tahun 2021 Perkembangan akun @ariesskuliner sangat pesat dibanding akun lain yang dimiliki oleh Aris Setiawan dan memiliki dampak yang besar terhadap followersnya, sehingga Aris Setiawan membuka endorsment bagi pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya di akun @ariesskuliner.

Saat ini followers atau pengikut akun @ariesskuliner sudah mencapai 44.000 dengan postingan lebih dari 2.500.

2. Profil dan Logo @ariesskuliner

a. Profil @ariesskuliner

Nama : Ariess Kuliner

Founder : Aris Setiawan

Alamat : Jl. Wonopringgo IV No.19, Kertosari, Kec. Babadan,
Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

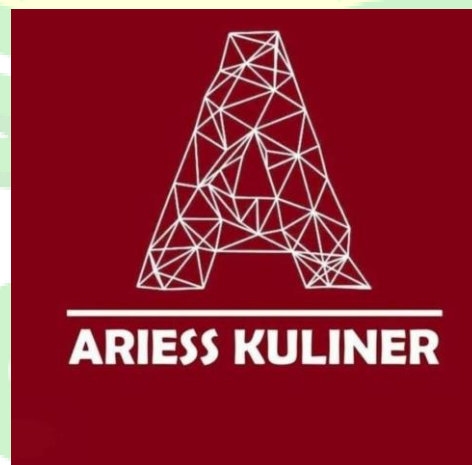
Kontak : 085655983389

³⁷ Lihat Transkrip Wawancara, No. 01/W/16-02/2022



Gambar 3.1 Tampilan Profil *Insagram* @ariesskuliner³⁸

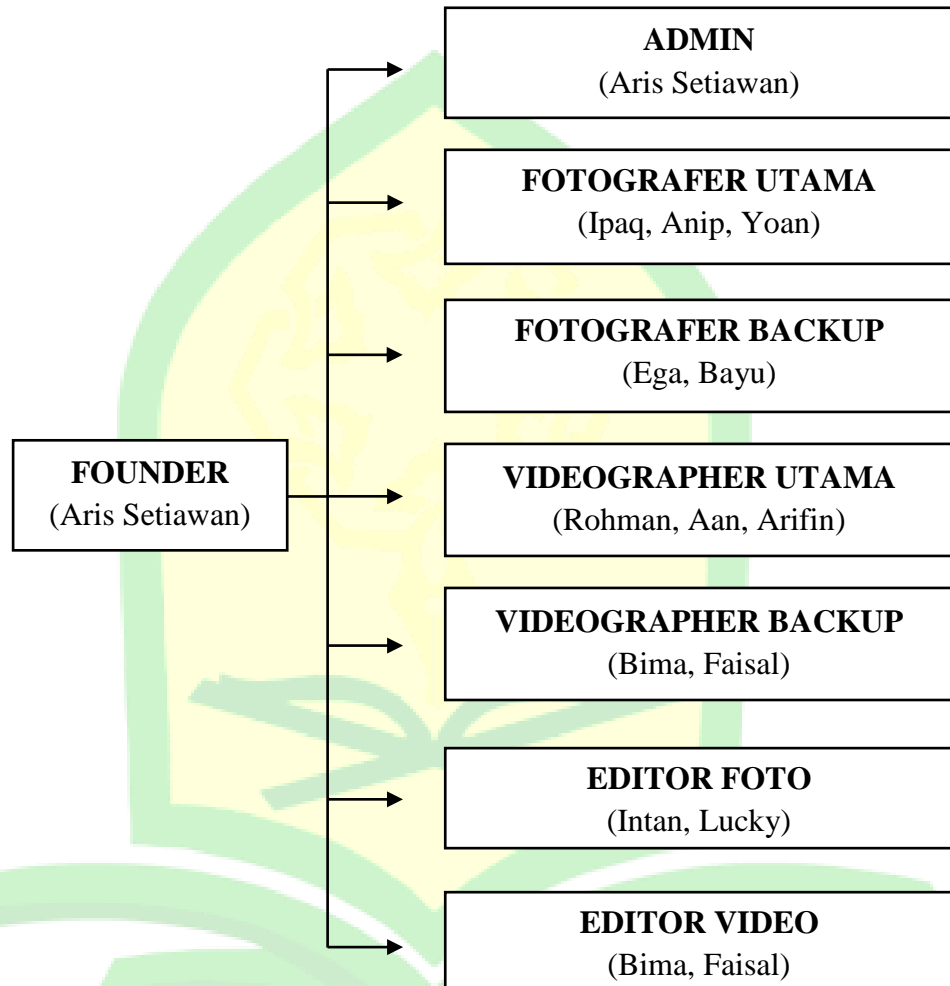
b. Logo @ariesskuliner



Gambar 3.2 Logo Instagram @ariesskuliner

³⁸ Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 25 Maret 2022

3. Struktur Organisasi



Bagan 3.1 Struktur Organisasi Akun Instagram @ariesskuliner

1) *Founder*

Founder adalah pemilik atau pendiri sebuah perusahaan, organisasi, komunitas dan yang lainnya melalui ide dan gagasan pribadinya.

2) Admin

Admin adalah seseorang yang mempunyai tugas untuk memeriksa dan mencatat status data statistic perkembangan akun dan bertugas dalam menjalin komunikasi dengan *followers*.

3) Fotografer

Fotografer adalah seseorang yang bertugas untuk mengambil gambar berfokus pada foto. Pada akun @ariesskuliner fotografer dibagi menjadi 2 yaitu, fotografer utama dan fotografer backup.

4) Videographer

Videographer adalah seseorang yang bertugas untuk mengambil gambar berfokus pada pembuatan video. Pada akun @ariesskuliner videographer dibagi menjadi 2 yaitu, videographer utama dan videographer backup.

5) Editor

Editor adalah seseorang yang bertugas mengedit foto atau video dan mengolah atau menyusun pesan.

B. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ariesskuliner dalam Promosi.

1. Perencanaan

Perencanaan dilakukan akun @ariesskuliner dengan menentukan dan memilih konten, yaitu dengan cara memilih konten yang berbeda setiap harinya, dapat berupa foto dan video. Perbedaan konten yang dilakukan itu terletak pada jenis produk/store yang dipromosikan. Sesuai pengamatan

yang telah dilakukan peneliti terhadap postingan akun @ariesskuliner selama bulan Januari 2022 sampa Mei 2022 didapatkan beberapa postingan.

Berikut ini data yang didapatkan dari akun @ariesskuliner:

1) Konten Produk online atau produk rumahan



Gambar 3.3 Konten Kuliner Produk Online/Produk Rumahan³⁹

2) Konten Tempat makan



Gambar 3.4 Konten Kuliner Tempat Makan⁴⁰

³⁹ Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 1 April 2022

⁴⁰ *Ibid.*

3) Konten Cafe

Gambar 3.5 Konten Kuliner Cafe⁴¹

4) Konten Pedagang kaki lima

Gambar 3.6 Konten Kuliner Pedagang Kaki Lima⁴²

⁴¹ *Ibid.*

⁴² Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 2 April 2022

Selain konten (postingan) diatas, akun @ariesskuliner juga terdapat konten (program) giveaway. Hal itu dilakukan guna mempertahankan koneksi antara akun @ariesskuliner dengan followers atau masyarakat.



Gambar 3.7 Konten Giveaway⁴³

Selanjutnya menentukan target sasaran merupakan salah satu strategi yang penting. Target sasaran akun @ariesskuliner yaitu semua kalangan masyarakat. Khususnya orang yang menyukai kuliner.

“Kalau target sih sebener e umum dan buat semua kalangan sih mbak. Penting kalau netizen seneng kuliner, ya itu target saya. Jadi target atau sasarannya sih khusus nya buat yang suka kuliner.”⁴⁴

⁴³ Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 3 April 2022

⁴⁴ Lihat Transkrip Wawancara, No. 02/W/29-03/2022

Kemudian untuk produk/konten yang disajikan mempunyai target sasaran tersendiri. Target sasaran berdasarkan hasil pengamatan dari postingan akun @ariesskuliner yaitu berdasarkan gaya hidup dan tingkat pendapatan.

Penetapan tim kerja akun @ariesskuliner dilakukan menurut struktur organisasi yang sudah ditetapkan. Tim yang bekerja langsung di lokasi/outlet merupakan tim utama. Jika tim utama memungkinkan tidak dapat datang ke lokasi pembuatan konten, dapat digantikan oleh tim backup. Jadi penetapan tim kerja dilakukan secara fleksibel dengan kesibukan anggota tim diluar mengelola akun @ariesskuliner.

Anggota tim yang bertugas dalam pembuatan konten harus mempersiapkan alat guna memenuhi hasil gambar yang bagus sesuai kebutuhannya. Alat yang digunakan mulai dari kamera dslr, kamera mirrorless dan kamera handphone.

Kalau untuk alat sih tergantung hari itu yang dipesen apa buat endors. Kalau paket foto ya kita biasanya bawa alat "foto/kamera wedding. Kalau untuk vidio kayak buat vidio reel itu pakek hp biasanya cukup sih. Tapi kalau liputan ada talent/mc yang ngomong di depan kamera dengan durasi yang panjang itu biasanya bawa kamera yang biasanya saya buat untuk vidio wedding kayak mirrorless itu."⁴⁵

2. Pelaksanaan

a. Proses pembuatan konten

⁴⁵ *Ibid.*

Akun @ariesskuliner membuat konten sendiri walaupun itu *endorment*. Jadi, tidak menerima *repost*. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan jangka panjang, dimana kedepannya akan lebih di percaya atau lebih *believable* dan juga *engagement* ke akun @ariesskuliner ini lebih tinggi dibandingkan hanya melakukan *repost*.

“Dalam pembuatan konten saya gunakan konten dari saya sendiri. Walaupun itu *endorses*, saya tetap menggunakan foto atau video dari konten yang saya buat sendiri. Jadi saya tidak menerima *repost*. Kan saya sudah mencantumkan di profil kalau I don't *repost* gitu. Karena saya tidak mau hanya *repost*, mending saya datang langsung ke lokasi meskipun jauh dan bayarnya sama. Nah disini tujuannya memang buat jangka panjang sih. Long time nya kan lebih bagus, jadi lebih *believable* lebih dipercaya netizen.”⁴⁶

Proses pembuatan dan penyusunan konten akun @ariesskuliner yaitu dengan cara membuat visual foto dan video yang menarik. Kemudian pembuatan *caption* juga menjadi salah satu hal yang penting, dimana *caption* harus dibuat secara menarik, tepat, dan reaktif agar dapat menarik respon followers. Berikut proses pembuatan konten promosi yang dilakukan oleh akun @ariesskuliner:

1) Pembuatan visual foto dan video

Akun @ariesskuliner melakukan setting visual foto agar menjadi menarik yaitu dengan cara fokus pada letak produk dan posisi kamera yang nantinya akan dilakukan penentuan lensa. Lensa yang digunakan yaitu lensa panjang dan lensa lebar (*width*).

⁴⁶ *Ibid.*

Lensa panjang digunakan pada posisi kamera yang dilakukan dari samping produk. Sedangkan lensa lebar digunakan pada posisi kamera yang dilakukan dari atas produk. Jika penentuan lensa tidak sesuai dengan letak produk dan posisi kamera, akan terjadi distorsi.

“Kalau foto produk kuliner itu saya fokus ke lensa nya. Saya biasanya buat tele buat foto produk, jadi aku pakek lensa panjang. Karena kalau ngambilnya lensa yang lebar pasti distorsi. Seumpama piring nya bulat itu jadi mletot. Jadi agar aman, saya kalau foto diberi jarak sekitar 50, 75, 85 mm masih bagus. Kecuali kalau foto dari atas itu lensa lebar atau width pun nggk masalah. Jadi kalau dari samping itu saya pakai lensa panjang atau lensa tele, kalau dari atas pakek lensa weidth atau lebar itu nggak papa. Nah kesalahan produk makanan basanya disitu, dimana fotonya itu kurang menarik, dimana letak produk dengan posisi kamera itu tidak pas, jadi ter distorsi. Jadi kalau pkek lensa lebar itu fotonya harus dari atas.”⁴⁷

Kemudian setting visual juga dilakukan dengan menentukan angle foto atau video. Akun @ariesskuliner membuat angle foto mulai dari tempat lokasi bagian luar, lokasi bagian dalam, proses pembuatan, dan produk jadinya. Sedangkan angle dalam pembuatan video hampir sama dengan pembuatan angle foto yaitu mulai dari jalan disekitar lokasi ,tempat lokasi bagian luar, lokasi bagian dalam, proses pembuatan, dan produk jadinya. Kecuali produk online atau produk rumahan, angle foto hanya difokuskan ke produk yang diminta untuk dipromosikan.

“Kemudian untuk tampilan visualnya baik foto atau video yang pertama itu saya mengambil jalan disekitar lokasi ne,

⁴⁷ Lihat Transkrip Wawancara, No. 02/W/29-03/2022

terus tempat lokasi bagian luar nya, lokasi dalam, proses pembuatan, sama produk jadinya itu."⁴⁸

2) Pembuatan caption

Selain itu caption juga harus dapat dipercaya oleh konsumen. Dimana akun @ariesskuliner menggunakan smart review dan honest review. Smart review menerapkan atau memberikan ulasan dengan cerdas yaitu dengan memberikan honest review tidak dilebih-lebihkan, serta jika makanan tersebut dianggap tidak enak maka akan disebutkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh kuliner tersebut misalnya kuliner tersebut sedang mengadakan promo atau sedang mengeluarkan produk terbaru, karena sebenarnya enak atau tidak sebuah kuliner (makanan & minuman) itu tergantung selera, dimana selera masing-masing orang itu berbeda-beda.

"Kalau untuk caption itu sesuai yang saya rasakan sih mbak. Walaupun itu endorse kalau menurutku itu biasa aja ya saya buat caption nya biasa, pling bilange cuma enak gitu. Tapi kalau emang saya bener-bener suka gitu ya saya ngmong kalau ini salah satu kuliner terenak menurut mimin gitu. Jadi aku harus bener-bener jujur apa menurut ku, walaupun itu endors. Jadi ya tergantung yang saya rasakan. Kalau yang nggk enak itu biasanya saya tidak bilang nggk enak gitu, tapi ya oke gitu aja"⁴⁹

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ *Ibid.*



Gambar 3.8 Caption *Honest Review* dan *Smart Review*⁵⁰

Pada gambar (caption) diatas terlihat perbedaannya. Pada caption @tokoparty.id terlihat @ariesskuliner dengan jujur mengatakan (*honest review*) bahwa takoyaki yang dijual memang enak dan memberitahukan kelebihan yang dimiliki oleh @tokoparty.id tersebut. Sedangkan pada caption warung mas Sanusi terlihat @ariesskuliner hanya menuliskan informasi mengenai makanan dan kondisi tempat warung mas Sanusi, hal ini menerapkan *smart review* dengan menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh warung mas Sanusi.

b. Mengunggah Konten Promosi

1) Menentukan jadwal posting

Jadwal posting akun @ariesskuliner dilakukan dengan mengupload konten yang beragam atau berbeda dalam satu

⁵⁰ Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 4 April 2022

harinya. Akun @ariesskuliner mengupload minimal 3 konten dalam satu harinya.

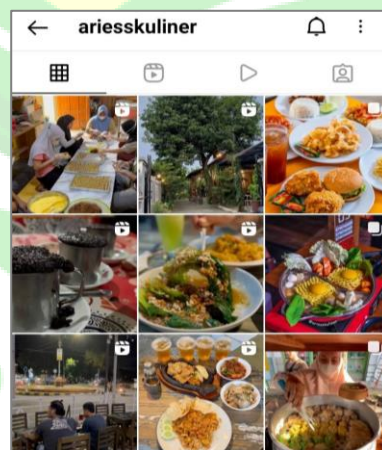
“Untuk penyampaian nya sendiri yang pertama saya menyusun jadwal agar dalam satu hari itu konten tidak sama. Kemudian saya minimal mengupload 3 konten dalam satu harinya. Biasanya pada pagi hari, siang hari dan malam hari.”⁵¹

2) Menyampaikan/menyebarluaskan konten

Akun @ariesskuliner dalam menyebarluaskan konten yaitu dengan cara memanfaatkan beberapa fitur yang ada di Instagram. Seperti feed, story, instagram tv. Berikut ini cara menyebarluaskan konten promosi pada akun @ariesskuliner:

a) Feed Instagram

Feed instagram digunakan untuk mengupload hasil dari pembuatan konten, baik itu endorsment atau konten sendiri. Konten pada feed ini meliputi foto dan juga video yang di lengkapi dengan pemberian caption dan juga hashtag.



Gambar 3.9 Penyebarluasan Konten Melalui Feed Instagram⁵²

⁵¹ Lihat Transkrip Wawancara, No. 02/W/29-03/2022

⁵² Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 1 April 2022

b) *Instagram Story*

Instagram story biasa disebut dengan *Instastory* digunakan untuk me repost yang telah diupload melalui feed.

Kemudian *Instastory* juga digunakan untuk melakukan endorsment.

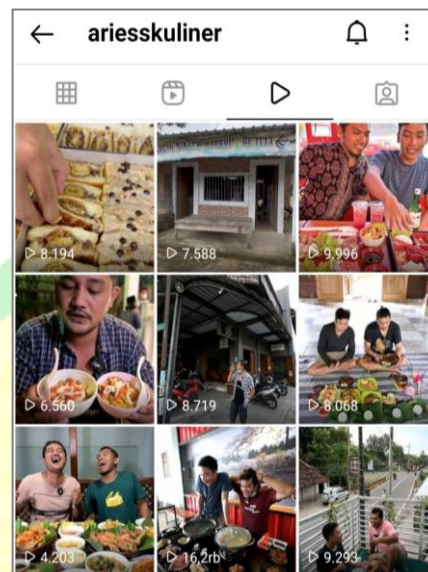


Gambar 3.10 Penyebarluasan Konten Melalui Instastory⁵³

c) *Instagram Tv/Video*

Instagram tv digunakan pada video yang berdurasi panjang dan juga dalam melakukan review produk secara detail dan mendalam. Kemudian terdapat talent yang mereview kuliner tersebut.

⁵³ Screenshoot diambil di akun @ariesskuliner, pada 4 April 2022



Gambar 3.11 Penyebarluasan Konten Melalui Instagram Tv⁵⁴

3. Pengawasan

Pengawasan atau pemantauan dilakukan pada kinerja tim dengan cara pengecekan dalam pembuatan konten. Dimana founder selalu melakukan pengawasan pada saat tim membuat konten diluar maupun pada saat proses editing.

Selanjutnya pengawasan pada like dilakukan dengan cara melihat jumlah like pada postingan satu dan membandingkan dengan postingan yang lain. Jika memang like tersebut lebih banyak berarti penyajian ataupun kuliner tersebut dapat dilakukan reverensi untuk kedepannya. Kemudian jika like tersebut kurang dari yang sebelumnya, kemungkinan kuliner atau cara penyajian kurang menarik. Sehingga akan dilakukan pada proses evaluasi.

⁵⁴ Screenshot diambil di akun @ariesskuliner, pada 5 April 2022

Pengawasan pada comment dilakukan setiap penguploadan konten. Dimana admin selalu mengawasi comment dan membalas satu persatu. Hal tersebut dilakukan karena kolom komentar merupakan salah satu hal yang terlihat mengenai engagement sebuah akun atau produk kuliner.



Gambar 3.12 Pengawasan pada *Comment*

4. Evaluasi

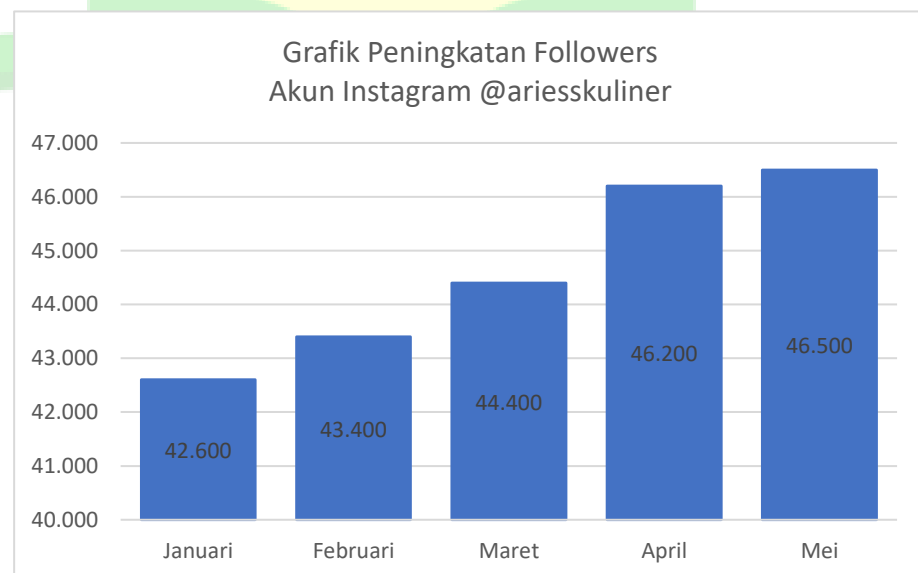
Akun @ariesskuliner melakukan evaluasi mengenai setting visual atau tehnik pengambilan gambar seperti tata letak, angle foto dan vidio. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar tampilan visual konten benar-benar menarik dan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Kemudian evaluasi juga dilakukan pada isi konten, seperti konten mana yang harus diperbaiki dan konten mana yang sekiranya disukai dan tidak. Pada evaluasi ini, akun @ariesskuliner melihat trend yang sedang

terjadi. Sehingga pada evaluasi ini biasanya akun @ariesskuliner menggunakan fitur insight postingan

Selain itu proses evaluasi ini biasanya memunculkan inovasi baru, seperti adanya grup telegram dan whatsapp, free endors dengan syarat memesan foto produk pada akun @ariessfotoproduk, dan juga giveaway. Pada evaluasi ini inovasi hanya sekedar ide, dimana untuk keberlanjutannya pada proses perencanaan.

C. Hasil Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo

Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti pada akun @ariesskuliner mengenai jumlah followers mulai dari bulan Januari 2022 sampai Mei 2022 yaitu sebagai berikut:



Gambar 4.1 Grafik Peningkatan Followers @ariesskuliner

Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa pada bulan januari 2022 sampai Mei 2022, followers akun @ariesskuliner mengalami peningkatan. Bulan Januari jumlah followers sebanyak 42.600, Februari sebanyak 43.400, Maret sebanyak 44.400, April sebanyak 46.200, dan Mei sebanyak 46.500.

Faktor keberhasilan pada akun @ariesskuliner juga dapat dilihat dari feedback yang di dapat mulai dari *comment* dan *like*. Kemudian hasil juga dapat dilihat dari insight dan jangkauan Instagram. Selain itu Berikut beberapa produk/store yang dipromosikan akun @ariesskuliner:

1) Usaha Kuliner Takoparty

Menurut pengusaha kuliner takoparty yaitu hasil yang diperoleh berupa peningkatan penjualan.

“Ada peningkatan penjualan kak. Saya puas sekali karena akun tersebut punya dampak yang besar buat penjualan dan promote usaha saya.”⁵⁵

Selain itu kuliner takoparty juga memperoleh hasil dari segi peningkatan *followers* yang signifikan dalam seharinya.

“Dari segi *followers* dan *income* meningkat banyak sekali. Kayaknya dalam sehari naik sekitar 50-70 an. Dan itu bertahan kurang lebih 5-7 hari kak.”⁵⁶

Menurut Inez sebelum mempunyai usaha, dirinya memang sudah mengikuti akun @ariesskuliner tersebut. Inez mencari referensi-referensi kuliner melewati akun tersebut. Kemudian setelah mempunyai usaha,

⁵⁵ Lihat Transkrip Wawancara, No. 04/W/25-04/2022

⁵⁶ Lihat Transkrip Wawancara, No. 04/W/25-04/2022

dirinya mengaku bahwa akun @ariesskuliner ternyata memiliki dampak yang sangat besar.

“Seneng sih kak. Kebetulan saya sudah follow akun tersebut sebelum saya punya usaha kuliner. Saya bisa cari-cari referensi kuliner di akun tersebut. Kemudian setelah ada usaha, ternyata akun tersebut memiliki dampak yang besar. Next saya mau endorse lagi di akun @ariesskuliner itu.”⁵⁷

2) Usaha Kuliner Roti Bakar Gandaria

Antonius merupakan owner dari roti bakar Gandaria, yang memiliki 3 cabang di Ponorogo. Menurutnya setelah melakukan endorsement terjadi peningkatan penjualan pada usahanya.

Pengusaha kuliner Roti Bakar Gandaria mengatakan bahwa akun @ariesskuliner ini sangat membantu sekali dalam proses mempromosikan dan mengenalkan usaha/produk kuliner kepada konsumen.

“Akun @ariesskuliner ini sangat membantu sekali dalam mempromosikan atau mengenalkan usaha ke pasar/konsumen”⁵⁸

Selain itu peneliti melakukan wawancara terhadap 3 informan yang merupakan pengguna akun instagram @ariesskuliner yang diwawancarai oleh peneliti, Menurut Afifah yang merupakan *followers* akun @ariesskuliner mengatakan bahwa akun *Instagram* @ariesskuliner sangat membantu dalam memudahkan dan menemukan tempat-tempat kuliner di Ponorogo.

“saya mengikuti akun ini sekitar pertengahan tahun 2021. Akun ini sangat membantu bagi saya yang suka kulineran khususnya di

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Lihat Transkrip Wawancara, No. 05/W/25-04/2022

daerah Ponorogo. kemudian keuntungan yang saya dapatkan itu jadi memudahkan dalam mencari dan menemukan tempat-tempat kuliner yang baru.”⁵⁹

Afifah juga mengatakan bahwa dalam pengelolaannya, akun @ariesskuliner menyajikan konsep pada konten yang disampaikan itu cukup menarik dan informasi yang diberikan cukup rinci.

“Mengenai konten yang disajikan itu cukup menarik perhatian karena konten yang disajikan selalu terkonsep dan memberikan informasi yang sangat rinci, sehingga bisa dipercaya.”⁶⁰

Kemudian menurut Baiq, akun @ariesskuliner ini sangat membantu dalam hal mencari berbagai kuliner di Ponorogo, khususnya yang awam mengenai kuliner di Ponorogo. Menurutnya akun @ariesskuliner ini memiliki dampak yang positif mengenai letak kuliner yang akan dikunjungi serta informasi kuliner yang baru berdiri.

“saya mengikuti akun @ariesskuliner ini sejak tahun 2020. Dengan adanya akun tersebut membuat saya cukup terbantu dalam hal mau mencari berbagai macam jenis kuliner di Ponorogo, mau cari yang manis sampek yang pedas itu ada di akun ini. Sehingga sangat membantu kami tentunya yang awam mengenai kuliner di Ponorogo. dampak positifnya saya jadi tau dimana-mana letak kuliner yang mau saya tuju, dan saya juga bisa tau stand stand mana saja dari makanan dan minuman yang baru berdiri beserta alamatnya”.⁶¹

Baiq juga mengatakan mengenai konsep atau konten yang disajikan akun @ariesskuliner itu cukup bagus, dari segi pengambilan gambar, caption, dan selalu menunjukkan harga pada kuliner tersebut.

“Untuk konsep nya sendiri cukup bagus, pengambilan gambarnya bagus dan jernih, caption yang dibuat juga bagus dan sangat

⁵⁹ Lihat Transkrip Wawancara, No. 07/W/30-04/2022

⁶⁰ Lihat Transkrip Wawancara, No. 07/W/30-04/2022

⁶¹ Lihat Transkrip Wawancara, No. 06/W/30-04/2022

lengkap informasinya, kemudian selalu menunjukkan yang ada pada setiap kuliner yang mereka up di sosial media mereka.”⁶²

Selanjutnya menurut Tiyas selaku followers yang berasal dari Ngawi, akun @ariesskuliner ini sangat membantu mencari rekomendasi dan referensi makanan dan minuman. Kemudian menurutnya akun ini juga bisa menjadi hiburan dalam hal kuliner

“akun ini sangat membantu khususnya buat saya yang tinggal di Ngawi untuk melihat beberapa rekomendasi dan referensi makanan di Ponorogo. Keuntungan mengikuti akun @ariesskuliner ini bisa terbantu dalam mencari kuliner ketika bingung mau kemana dan bisa menjadi hiburan untuk melihat-lihat kuliner yang ada di Ponorogo.”⁶³

Tiyas juga mengatakan bahwa konsep atau konten yang disajikan sangat jelas dan mudah dimengerti. Pengambilan foto dan video juga sangat menarik serta caption cukup jelas.

“konsep dan konten yang disajikan cukup jelas, mudah dimengerti, dan menarik karena dalam pengambilan foto atau video kuliner dapat menggugah selera dan orang-orang bisa sangat tertarik, khususnya saya. Caption nya pun juga cukup jelas dan dapat dimengerti.”⁶⁴

D. Tantangan Dalam Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo

⁶² *Ibid.*

⁶³ Lihat Transkrip Wawancara, No. 08/W/30-04/2022

⁶⁴ *Ibid.*

Pada proses strategi pengelolaan, akun @ariesskuliner menghadapi beberapa tantangan. Tantangan merupakan sebuah halangan yang menjadi faktor yang menghalangi atau mencegah suatu tujuan.

Akun @ariesskuliner tidak menerima konten repost, sehingga harus membuat konten sendiri. Mencari konten yang berbeda dalam setiap harinya, merupakan salah satu prinsip yang diterapkan oleh akun @ariesskuliner. Pasalnya dalam pembuatan atau mencari konten yang berbeda dalam satu harinya itu adalah sebuah tantangan tersendiri, dikarenakan hampir kebanyakan kuliner di Ponorogo sama antara satu dengan yang lain, tidak seperti di kota-kota besar.

"Tantangan yang pertama itu ya dalam mencari konten yang berbeda-beda, soal di sini kebanyakan kuliner nya mirip-mirip semua, jarang ada diversifikasi kayak di kota-kota besar. Kemudian meskipun banyak kuliner yang baru, tapi itu juga mirip-mirip semua."⁶⁵

Akun @ariesskuliner dalam mengatasi tantangan tersebut yaitu dengan melakukan jeda pada postingan yang sama dalam satu harinya atau satu minggu. Jadi, akun @ariesskuliner harus mempunyai stok konten kuliner yang banyak.

"Untuk mengatasinya kita biasanya jeda postingan yang sama beberapa hari atau minggu. Jadi, kita punya stok kuliner yang cukup banyak baik dari kita hunting sendiri maupun dari endors. Nah tiap hari kita posting yang berbeda-beda, jadi feed ig kita tetep berbeda-beda kontennya."⁶⁶

Perbedaan persepsi merupakan hal yang biasa terjadi. Persepsi yang dimiliki setiap orang dalam melihat suatu hal itu berbeda-beda antara satu dengan

⁶⁵ Lihat Transkrip Wawancara, No. 03/W/30-04/2022

⁶⁶ *Ibid.*

yang lain. Perbedaan persepsi dimungkinkan terjadi karena perbedaan kondisi psikologis, sosial dan budaya.

Dalam mengelola akun *Instagram* @ariesskuliner memiliki sebuah tantangan yaitu adanya persepsi negatif dari luar. Persepsi negatif tersebut dapat dilihat dari *comment* pada setiap postingan. Berikut beberapa persepsi negatif yang dilihat dari comment:

Pada persepsi ini, komunikasi menganggap bahwa postingan kuliner di bulan puasa merupakan salah satu hal yang mengganggu. Akan tetapi, akun @ariesskuliner ini mengupload konten ketika bulan puasa yaitu pada sore hari menjelang maghrib, dengan tujuan untuk memberi referensi kuliner.

“Pertama, menurut orang-orang postingan akun ini mengganggu orang puasa / orang diet, jawaban kita, kare ini akun kuliner, bukan akun diet.”⁶⁷

Kemudian pada persepsi ini, sebagian dari komunikasi tidak percaya pada caption. Mereka menganggap postingan itu semuanya endorsement, Padahal akun @ariesskuliner ini hanya memberi informasi sesuai yg dirasakan dan tidak semua adalah endorsement. Akan tetapi walaupun itu endorsement, akun @ariesskuliner tetap memberikan informasi yang dirasakan.

” Kemudian tidak percaya pada caption. Padahal menurut kita *take it or leave it*, kita cuma ngasih info sesuai yg kita rasakan, tp balik lagi rasa itu subjektif, setuju monggo nggak setuju ya nggak papa”⁶⁸

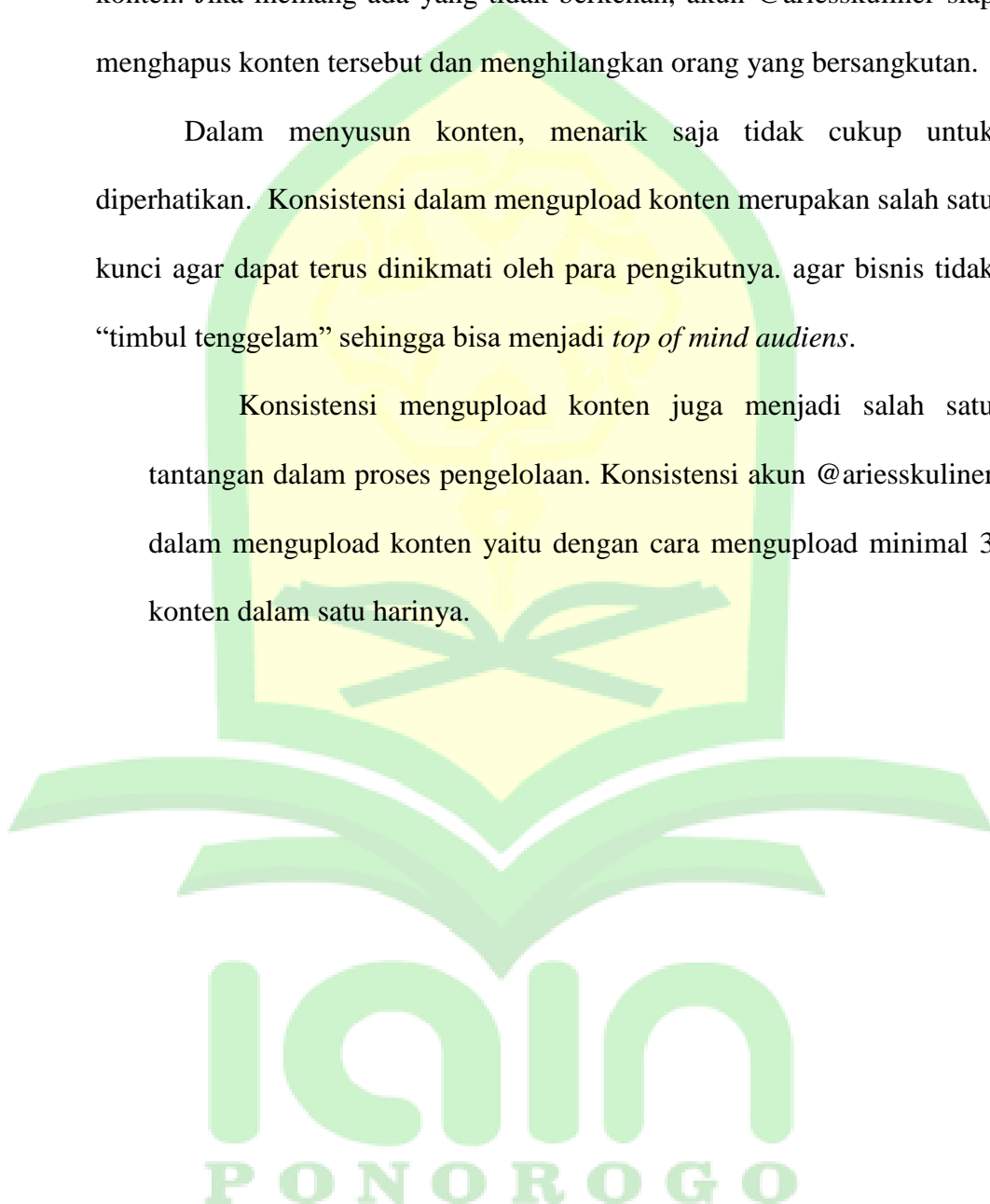
⁶⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/W/21-04/2022

⁶⁸ Ibid.

Menurut sebagian orang postingan yang diupload oleh akun @ariesskuliner mengganggu privasi, dikarenakan wajahnya terlihat di konten. Jika memang ada yang tidak berkenan, akun @ariesskuliner siap menghapus konten tersebut dan menghilangkan orang yang bersangkutan.

Dalam menyusun konten, menarik saja tidak cukup untuk diperhatikan. Konsistensi dalam mengupload konten merupakan salah satu kunci agar dapat terus dinikmati oleh para pengikutnya. agar bisnis tidak “timbul tenggelam” sehingga bisa menjadi *top of mind audiens*.

Konsistensi mengupload konten juga menjadi salah satu tantangan dalam proses pengelolaan. Konsistensi akun @ariesskuliner dalam mengupload konten yaitu dengan cara mengupload minimal 3 konten dalam satu harinya.



BAB IV
ANALISIS STRATEGI, HASIL DAN TANTANGAN
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM
PROMOSI

A. Analisis Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram @ariesskuliner dalam Promosi

Ada beberapa strategi pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh akun *Instagram* @ariesskuliner yaitu, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Setiap tahap tersebut terdapat strategi komunikasi men

1. Perencanaan

a. Menentukan Konten atau Topik

Akun @ariesskuliner dalam menentukan dan memilih konten yaitu dengan cara memilih konten yang berbeda setiap harinya, dapat berupa foto dan video. Perbedaan konten yang dilakukan itu terletak pada jenis produk/*store* yang dipromosikan.

Konten pada akun @ariesskuliner yaitu berupa produk *online* atau produk rumahan, tempat makan (restaurant), cafe, pedagang kaki lima. Kemudian giveaway juga menjadi salah satu konten yang diupload di akun @ariesskuliner dengan tujuan untuk menarik perhatian *followers* dan tetap menjaga hubungan dan kerjasama antara pengusaha kuliner.

b. Menentukan target sasaran

Target sasaran akun @ariesskuliner yaitu semua kalangan masyarakat. Khususnya orang yang menyukai kuliner. Kemudian target sasaran untuk produk yang disampaikan yaitu sesuai dengan aspek karakteristik masyarakat meliputi gaya hidup dan aspek sosiodemografik meliputi tingkat pendapatan.

c. Menetapkan tim kerja

Penetapan tim kerja akun @ariesskuliner dilakukan menurut struktur organisasi yang sudah ditetapkan. Tim yang bekerja langsung di lokasi/*outlet* merupakan tim utama. Jika tim utama memungkinkan tidak dapat datang ke lokasi pembuatan konten, dapat digantikan oleh tim *backup*. Jadi penetapan tim kerja dilakukan secara fleksibel dengan kesibukan anggota tim diluar mengelola akun @ariesskuliner.

Kemudian mempersiapkan alat yang akan digunakan guna memenuhi hasil gambar yang bagus sesuai kebutuhannya. Alat yang digunakan mulai dari kamera dslr, kamera mirrorless dan kamera handphone.

2. Pelaksanaan

Tahap selanjutnya yaitu proses pelaksanaan yang meliputi berbagai kegiatan antara lain, Teknik menyusun pesan, kemudian menyebarkan pesan, dan menyusun jadwal posting. Berikut tahap pelaksanaan yang dilakukan akun @ariesskuliner dalam strategi pengelolaan:

a. Teknik menyusun pesan

Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.⁶⁹

Menyusun pesan berarti bagaimana proses pembuatan konten yang akan disampaikan dengan baik dan menarik. Akun @ariesskuliner dalam pembuatan konten yaitu hasil konten yang dibuat sendiri. Jadi, tidak menerima repost dalam pembuatan kontennya.

Proses pembuatan dan penyusunan konten akun @ariesskuliner yaitu dengan cara membuat visual foto dan video yang menarik. Kemudian pembuatan caption juga menjadi salah satu hal yang penting, dimana caption harus dibuat secara menarik, tepat, dan reaktif agar dapat menarik respon followers. Berikut proses pembuatan konten promosi yang dilakukan oleh akun @ariesskuliner:

1) Pembuatan setting visual foto dan video

Akun @ariesskuliner melakukan setting visual foto agar menjadi menarik yaitu dengan cara fokus pada letak produk dan posisi kamera yang nantinya akan dilakukan penentuan lensa. Lensa yang digunakan yaitu lensa panjang dan lensa lebar (width).

Lensa panjang digunakan pada posisi kamera yang dilakukan dari samping produk. Sedangkan lensa lebar digunakan pada posisi

⁶⁹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada), 2017, 138.

kamera yang dilakukan dari atas produk. Jika penentuan lensa tidak sesuai dengan letak produk dan posisi kamera, akan terjadi distorsi.

Kemudian *setting visual* juga dilakukan dengan menentukan *angle* foto atau video. Akun @ariesskuliner membuat *angle* foto mulai dari tempat lokasi bagian luar, lokasi bagian dalam, proses pembuatan, dan produk jadinya. Sedangkan *angle* dalam pembuatan video hampir sama dengan pembuatan *angle* foto yaitu mulai dari jalan disekitar lokasi, tempat lokasi bagian luar, lokasi bagian dalam, proses pembuatan, dan produk jadinya. Kecuali produk online atau produk rumahan, *angle* foto hanya difokuskan ke produk yang diminta untuk dipromosikan.

2) Pembuatan *caption*

Caption atau keterangan foto berfungsi sebagai penjelas dari konten, biasanya mendeskripsikan isi konten. Akun @ariesskuliner dalam pembuatan *caption* harus menarik dan reaktif supaya dapat menarik respon *followers*. Pada pembuatan *caption* berisi opini, nama store/produk, alamat, nama akun media sosial/nomor *whatsapp*, jam buka, harga.

Selain itu *caption* juga harus dapat dipercaya oleh konsumen. Dimana akun @ariesskuliner menggunakan *smart review* dan *honest review*. *Smart review* menerapkan atau memberikan ulasan dengan cerdas yaitu dengan memberikan *honest review* tidak dilebih-lebihkan,

serta jika makanan tersebut dianggap tidak enak maka akan disebutkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh kuliner tersebut misalnya kuliner tersebut sedang mengadakan promo atau sedang mengeluarkan produk terbaru.

Hal itu dikarenakan sebenarnya enak atau tidak sebuah kuliner (makanan & minuman) itu tergantung dengan selera, dimana selera masing-masing orang itu pastinya berbeda-beda.

b. Menyebarluaskan konten

Penyebarluasan berita sangat menentukan keberhasilan suatu program, sebab jika tidak selain buang waktu dan tenaga juga bisa menjadi pemborosan dari segi uang. Penyebaran media pada prinsipnya berbeda satu sama lain, tergantung dari sifat, karakteristik, dan jangkauan media itu sendiri.⁷⁰

Salah satu ciri khas media sosial adalah fleksibel, sehingga penyebaran informasi akan lebih mudah, cepat dan menyeluruh.

Proses penyebarluasan konten promosi yang dilakukan akun @ariesskuliner tidak hanya menggunakan fitur posting di halaman instagram atau feed instagram, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur instagram yang menarik lainnya seperti instastory, instagram TV dan reels yang membantu keberhasilan akun @ariesskuliner dalam proses penyampaian konten promosi.

⁷⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada), 2017, 150.

c. Menyusun jadwal posting

Pemilihan jadwal posting merupakan hal yang penting, dikarenakan pada akun @ariesskuliner dalam mengunggah konten dalam satu hari harus dengan berbagai konten yang beragam atau berbeda.

Pemilihan waktu posting dan penjadwalan posting di instagram merupakan tolak ukur keberhasilan penyampaian suatu informasi kepada masyarakat. Akun @ariesskuliner terkait waktu posting di instagram menerapkan konsistensi posting, yaitu sehari minimal 3 postingan. Kemudian memilih waktu posting pada pagi hari, siang hari dan malam hari.

3. Pengawasan

a. Pemantauan Kinerja Tim

Pengawasan atau pemantauan kinerja tim ini dilakukan dengan cara pengecekan dalam pembuatan konten. Dimana founder selalu melakukan pengawasan pada saat tim membuat konten diluar maupun pada saat proses editing.

b. Pemantauan like dan comment

Pengawasan pada like dilakukan dengan cara melihat jumlah like pada postingan satu dan membandingkan dengan postingan yang lain. Jika like tersebut lebih banyak berarti penyajian ataupun kuliner tersebut dapat dilakukan reverensi untuk kedepannya. Kemudian jika like tersebut jumlahnya jauh dari konten sebelum-sebelumnya berarti diperlukannya evaluasi.

Pengawasan pada comment dilakukan setiap penguploadan konten. Dimana admin selalu mengawasi comment dan membalas satu persatu. Hal tersebut dilakukan karena kolom komentar merupakan salah satu hal yang terlihat mengenai engagement sebuah akun atau produk kuliner.

4. Evaluasi

Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penelitian keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan, dengan tujuan memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai sebelumnya.⁷¹

Di dalam instagram ada sebuah fitur untuk mengukur, mengontol, dan mengevaluasi setiap postingan yaitu insight. Syarat yang paling utama menggunakan insight adalah akun harus dalam mode bisnis.

Kemudian akun @ariesskuliner melakukan evaluasi mengenai setting visual atau tehnik pengambilan gambar seperti tata letak, angle foto dan vidio. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar tampilan visual konten benar-benar menarik dan pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Kemudian evaluasi juga dilakukan pada isi konten, seperti konten mana yang harus diperbaiki dan konten mana yang sekiranya disukai dan tidak. Pada evaluasi ini, akun @ariesskuliner melihat trend yang sedang terjadi.

⁷¹ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Depok: PT Rajagrafindo Persada), 2017, 171.

B. Analisis Hasil Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo

Melakukan strategi pengelolaan merupakan hal yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Hasil dari strategi pengelolaan media sosial ini dapat dilihat dan digunakan untuk mengukur seberapa capaian yang didapat. Hasil yang diperoleh ini meliputi beberapa faktor yaitu, faktor keberhasilan dan respon followers. Berikut hasil strategi pengelolaan media sosial akun Instagram @ariesskuliner:

1. Faktor Keberhasilan

Strategi pengelolaan merupakan salah satu tujuan terciptanya Keberhasilan dalam berkomunikasi yang dapat dilihat dari seberapa jauh orang yang sedang terlibat dalam komunikasi tersebut dapat menerima pesan tersebut dengan baik.

Faktor keberhasilan ini dapat dilihat dari akun @arieskuliner dan juga dapat dilihat dari pengusaha kuliner yang produk/store nya di promosikan oleh akun @ariesskuliner.

a. Keberhasilan akun @ariesskuliner

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan akun @ariesskuliner dalam proses komunikasi adalah pesan atau visual yang menarik perhatian. Pesan dan visual tersebut dapat dilihat dari pemilihan foto mulai dari setting visual dan tampilannya. Pembuatan caption yang menarik juga menjadi faktor dalam menarik perhatian masyarakat.

Kemudian yang menjadi faktor keberhasilan akun @ariesskuliner ini yaitu konsistensinya dalam mengupload konten.

Faktor-faktor yang telah dijelaskan diatas, pada akun Instagram @ariesskuliner menunjukkan bahwa memiliki keberhasilan pada segi peningkatan followers. Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti pada akun @ariesskuliner mengenai jumlah followers mulai dari bulan Januari 2022 sampai Mei 2022 yaitu mengalami peningkatan.

Faktor keberhasilan pada akun @ariesskuliner juga dapat dilihat dari feedback yang di dapat mulai dari *comment* dan *like*.

Kemudian hasil juga dapat dilihat dari insight dan jangkauan Instagram.

b. Keberhasilan Pengusaha Kuliner

Pengusaha kuliner yang melakukan endorsment ataupun yang tidak melakukan endorsment memiliki keberhasilan sendiri setelah produk/store nya dipromosikan oleh akun @ariesskuliner.

Beberapa produk/store yang dipromosikan akun @ariesskuliner yaitu takoparty, dan roti bakar gandaria. Setelah melakukan wawancara dan observasi mengenai akun @ariesskuliner kepada pengusaha kuliner, banyak dari mereka sangat puas dengan cara penyajiannya.

Menurut pengusaha kuliner takoparty yaitu hasil yang diperoleh berupa peningkatan penjualan dan juga memperoleh hasil dari segi peningkatan *followers* yang signifikan dalam seharinya.

Menurut Inez sebelum mempunyai usaha, dirinya memang sudah mengikuti akun @ariesskuliner tersebut. Inez mencari referensi-

referensi kuliner melewati akun tersebut. Kemudian setelah mempunyai usaha, dirinya mengaku bahwa akun @ariesskuliner ternyata memiliki dampak yang sangat besar.

Kemudian Antonius yang merupakan owner dari roti bakar Gandaria, yang memiliki 3 cabang di Ponorogo. Menurutny setelah melakukan endorsement terjadi peningkatan penjualan pada usahanya.

Pengusaha kuliner Roti Bakar Gandaria mengatakan bahwa akun @ariesskuliner ini sangat membantu sekali dalam proses mempromosikan dan mengenalkan usaha/produk kuliner kepada konsumen.

2. Dampak Pengguna Akun @ariesskuliner

Dampak pengguna akun @ariesskuliner salah satunya didapat dari respon followers. Dimana respon *followers* ini merupakan salah satu cara untuk mengetahui hasil yang didapat dari pengelolaan akun @ariesskuliner. Respon adalah suatu unsur penting dalam keseluruhan proses komunikasi., umpan balik dan reaksi penerima(komunikasikan) terhadap pesan yang diberikan oleh komunikator. Bentuk konkret dari sebuah respon dalam komunikasi adalah adanya pendapat atau sikap berbeda-beda yang diberikan *followers* intagram akun *Instagram @ariesskuliner*.

Dari 3 informan yang merupakan *followers* akun instagram @ariesskuliner yang diwawancarai oleh peneliti, hampir semua memberikan respon positif dan memperoleh dampak yang positif dengan mengikuti akun @ariesskuliner.

Menurut Afifah yang merupakan *followers* akun @ariesskuliner mengatakan bahwa akun *Instagram* @ariesskuliner sangat membantu dalam memudahkan dan menemukan tempat-tempat kuliner di Ponorogo. Afifah juga mengatakan bahwa dalam pengelolaannya, akun @ariesskuliner menyajikan konsep pada konten yang disampaikan itu cukup menarik dan informasi yang diberikan cukup rinci.

Kemudian menurut Baiq, akun @ariesskuliner ini sangat membantu dalam hal mencari berbagai kuliner di Ponorogo, khususnya yang awam mengenai kuliner di Ponorogo. Menurutnya akun @ariesskuliner ini memiliki dampak yang positif mengenai letak kuliner yang akan dikunjungi serta informasi kuliner yang baru berdiri dan cukup bagus, dari segi pengambilan gambar, caption, dan selalu menunjukkan harga pada kuliner tersebut.

Selanjutnya menurut Tiyas selaku *followers* yang berasal dari Ngawi, akun @ariesskuliner ini sangat membantu mencari rekomendasi dan referensi makanan dan minuman. Kemudian menurutnya akun ini juga bisa menjadi hiburan dalam hal kuliner Tiyas juga mengatakan bahwa konsep atau konten yang disajikan sangat jelas dan mudah dimengerti. Pengambilan foto dan video juga sangat menarik serta caption cukup jelas.

C. Analisis Tantangan dalam Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.

Pada proses strategi pengelolaan, akun @ariesskuliner menghadapi beberapa tantangan. Tantangan merupakan sebuah halangan yang menjadi

faktor yang menghalangi atau mencegah suatu tujuan. Akun Instagram @ariesskukiner dalam pengelolaan media sosial Terdapat 3 tantangan yaitu, mengenai pembuatan konten yang berbeda, perspektif negatif dan konsistensi dalam penguploadan. Berikut penjelasan 3 tantangan akun @ariesskuliner dalam mengelola media sosial Instagram:

1. Mencari Konten yang Berbeda (Konten Kreatif)

Akun @ariesskuliner tidak menerima konten repost, sehingga harus membuat konten sendiri. Mencari konten yang berbeda dalam setiap harinya, merupakan salah satu prinsip yang diterapkan oleh akun @ariesskuliner. Pasalnya dalam pembuatan atau mencari konten yang berbeda dalam satu harinya itu adalah sebuah tantangan tersendiri, dikarenakan hampir kebanyakan kuliner di Ponorogo sama antara satu dengan yang lain, tidak seperti di kota-kota besar.

Akun @ariesskuliner dalam mengatasi tantangan tersebut yaitu dengan melakukan jeda pada postingan yang sama dalam satu harinya atau satu minggu. Jadi, akun @ariesskuliner harus mempunyai stok konten kuliner yang banyak.

2. Persepsi Negatif

Perbedaan persepsi merupakan hal yang biasa terjadi. Persepsi yang dimiliki setiap dalam melihat suatu hal itu berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Perbedaan persepsi dimungkinkan terjadi karena perbedaan kondisi psikologis, sosial dan budaya.

Dalam mengelola akun Instagram @ariesskuliner memiliki sebuah tantangan yaitu adanya persepsi negatif dari luar. Persepsi negatif tersebut dapat dilihat dari *comment* pada setiap postingan. Berikut beberapa persepsi negatif yang dilihat dari *comment*:

a. Postingan mengganggu orang puasa/orang diet.

Pada persepsi ini, komunikasi menganggap bahwa postingan kuliner di bulan puasa merupakan salah satu hal yang mengganggu. Akan tetapi, akun @ariesskuliner ini mengupload konten ketika bulan puasa yaitu pada sore hari menjelang maghrib, dengan tujuan untuk memberi referensi kuliner.

b. Semua postingan endorsement dan tidak percaya caption.

Pada persepsi ini, sebagian dari komunikasi tidak percaya pada caption. Mereka menganggap postingan itu semuanya *endorsement*. Padahal akun @ariesskuliner ini hanya memberi informasi sesuai yang dirasakan dan tidak semua adalah *endorsement*. Akan tetapi walaupun itu *endorsement*, akun @ariesskuliner tetap memberikan informasi yang dirasakan.

c. Mengganggu privasi, dikarenakan wajahnya terlihat di konten. Jika memang ada yang tidak berkenan, akun @ariesskuliner siap menghapus konten tersebut dan menghilangkan orang yang bersangkutan.

3. Konsistensi Mengupload Konten

Dalam menyusun konten, menarik saja tidak cukup untuk diperhatikan. Konsistensi dalam mengupload konten merupakan salah

satu kunci agar dapat terus dinikmati oleh para pengikutnya. agar bisnis tidak “timbul tenggelam” sehingga bisa menjadi top of mind audiens.

Konsistensi mengupload konten juga menjadi salah satu tantangan dalam proses pengelolaan. Konsistensi akun @ariesskuliner dalam mengupload konten yaitu dengan cara mengupload minimal 3 konten dalam satu harinya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikumpulkan dan dipaparkan diatas bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan Akun Instagram @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Akun *Instagram* @ariesskuliner melakukan strategi pengelolaan dengan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi. Perencanaan, dengan cara menentukan konten/topik meliputi produk online/rumahan; tempat makan; café; dan pedagang kaki lima, kemudian menentukan target sasaran yaitu semua kalangan khususnya orang yang menyukai kuliner, selanjutnya mempersiapkan alat sesuai yang dibutuhkan. Pelaksanaan, dengan cara membuat konten promosi berupa setting visual dan caption, kemudian mengunggah konten promosi melalui fitur-fitur *Instagram*. Pengawasan, dengan cara pemantauan kinerja tim dan pemantauan like dan comment. Evaluasi, dengan cara mengevaluasi cara pengambilan gambar, isi konten dan juga kinerja tim..
2. Hasil yang didapat akun *Instagram* @ariesskuliner dalam melakukan pengelolaan penjualan yaitu dari akunya sendiri, pengusaha kuliner, dan followers. Keberhasilan didapat oleh akun @ariesskuliner yaitu adanya.

peningkatan jumlah *followers*. Kemudian keberhasilan yang didapat oleh pengusaha kuliner yang dipromosikan oleh akun @ariesskuliner yaitu adanya peningkatan penjualan dan jumlah *followers*. Para *followers* juga mengatakan bahwa akun @ariesskuliner dalam menyajikan konsep pada konten sangat menarik dan memiliki dampak yang besar bagi penggunanya.

3. Tantangan yang dihadapi akun *Instagram* @ariesskuliner yaitu berupa mencari konten yang berbeda, adanya persepsi negatif, dan konsistensi dalam mengupload konten.

B. Saran

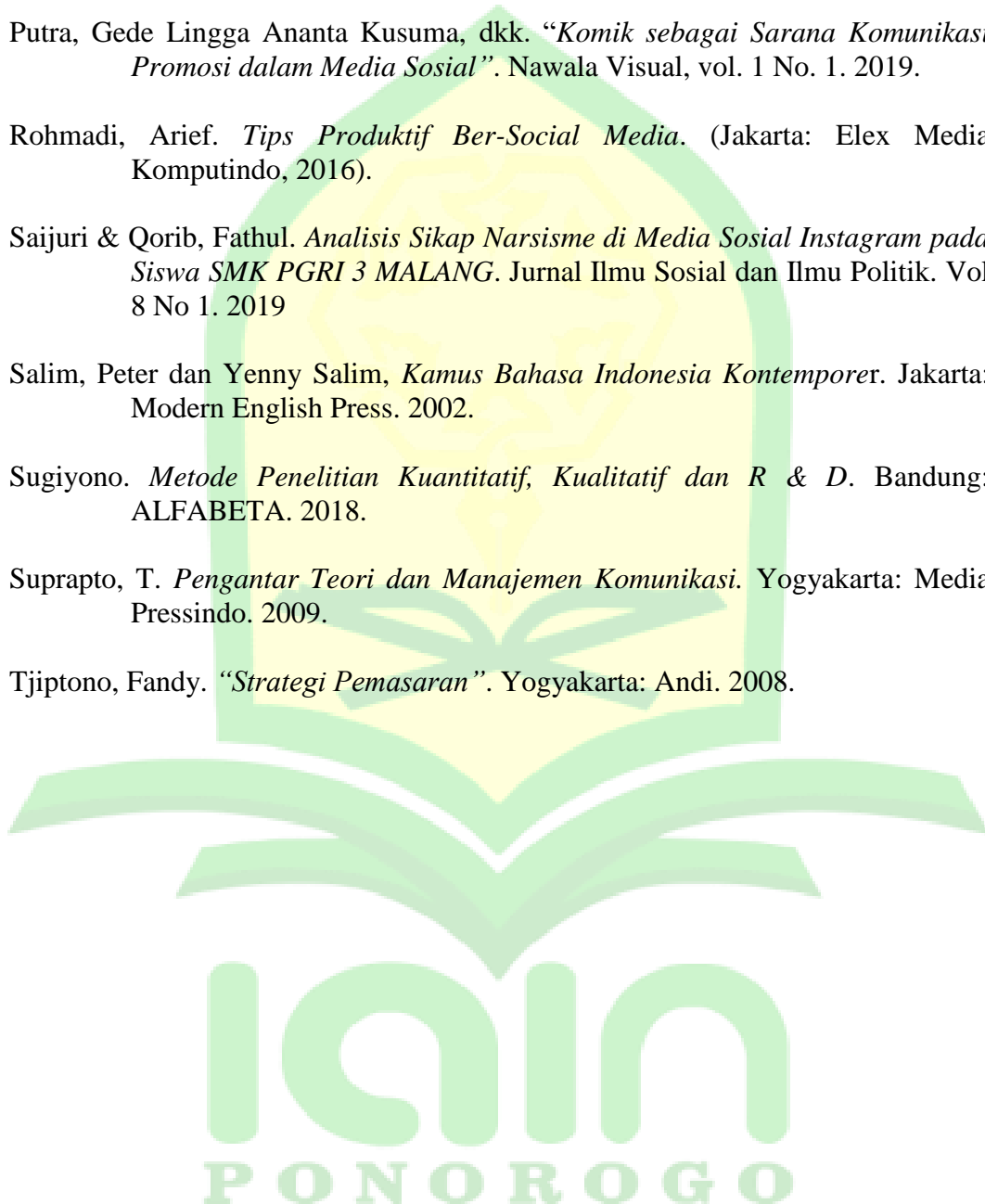
Setelah melakukan penelitian tersebut, penulis dapat memberi saran yang dapat berguna bagi pembaca ataupun peneliti yang hendak melakukan penelitian sejenis. Saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi informan khususnya pengguna media sosial untuk tidak hanya menjadikan *instagram* sebagai media sosial namun juga sebagai media komunikasi dalam melakukan promosi.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan dapat dijadikan referensi untuk menyelesaikan penelitian sejenis yaitu mengenai strategi pengelolaan dan media sosial khususnya *instagram* bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Cholid Narkubo. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2005.
- Ainy, Mu'arifatul. *Skripsi: "Konstruksi Busana Model Busana Muslimah Zaskia Adya Mecca di Instagram (analisis semiotic roland barthes)"*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2018.
- Anggraini, L dan Nathalia, K. *Desain Komunikasi Visual Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa. 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Pengelolaan Kelas dan Siswa*. Jakarta: CV Rajawali. 1988.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta. 2008.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2017.
- Dwi Atmoko, Bambang. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. 2012.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2001.
- Griffin, R. W dan Ebert, R. J. *Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2006.
- Handayani, Soewarno. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: CV. Haji Masagung. 2011.
- Immaniar, Dewi, Sudaryono dan Dwi Ayu Ningrum. *Enriching Media Merchandise Sarana Penunjang Promosi Studi Kasus Pada Book-Store*. Tangerang: Jurnal CCIT. 2014.
- Indrawati, Veni. *Manajemen Usaha Boga*. Yogyakarta: UNY Press. 2000.
- Lubis, Suwardi, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Medan: Bartong Jaya. 2011.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2007.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2016.

- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2014.
- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Education Methods*. Beverly Hills: Sage Publication. 1987.
- Putra, Gede Lingga Ananta Kusuma, dkk. “*Komik sebagai Sarana Komunikasi Promosi dalam Media Sosial*”. *Nawala Visual*, vol. 1 No. 1. 2019.
- Rohmadi, Arief. *Tips Produktif Ber-Social Media*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016).
- Saijuri & Qorib, Fathul. *Analisis Sikap Narsisme di Media Sosial Instagram pada Siswa SMK PGRI 3 MALANG*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol 8 No 1. 2019
- Salim, Peter dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press. 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA. 2018.
- Suprpto, T. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo. 2009.
- Tjiptono, Fandy. “*Strategi Pemasaran*”. Yogyakarta: Andi. 2008.



PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi Pengelolaan Akun *Instagram* @ariesskuliner Sebagai Media Komunikasi Dalam Mempromosikan Kuliner di Ponorogo.

Nama Peneliti : Andan Ayu Salsabila

Prodi/Fakultas : Komunikasi Penyiaran Islam / Ushuluddin Adab dan Dakwah

A. Pertanyaan Founder Akun @ariesskuliner

1. Bagaimana sejarah atau latar belakang terbentuknya akun @ariesskuliner ini?
2. Kapan akun @ariesskuliner ini dibentuk?
3. Apa saja tujuan dibentuknya akun @ariesskuliner ini?
4. Bagaimana struktur organisasi/anggota tim yang terlibat di dalam akun ini?
5. Bagaimana cara menentukan materi konten?
6. Dalam satu hari minimal upload berapa konten?
7. Siapa saja target sasaran akun @ariesskuliner?
8. Apa saja alat yang perlu disiapkan untuk membuat konten?
9. Bagaimana proses pembuatan konten?
10. Apakah ada setting visual yang diterapkan pada akun @ariesskuliner ini?
11. Bagaimana cara dalam membuat caption?

12. Bagaimana cara menyampaikan dan mengunggah konten pada akun @ariesskuliner ini?
13. Instagram merupakan platform yang mempunyai banyak fitur seperti instastory, feed, caption, hashtag, dan sebagainya. Bagaimana akun ini memanfaatkan fitur-fitur tersebut?
14. Bagaimana kolaborasi atau cara menjaga kepercayaan *followers* agar promosi bisa berjalan dengan baik?
15. Bagaimana proses pengawasan atau pemantauan dalam mengelola akun @ariesskuliner ini?
16. Apakah ada evaluasi dan bagaimana cara melakukan evaluasi dalam mengelola akun @ariesskuliner ini?
17. Bagaimana hasil yang didapat dari akun @ariesskuliner ini?
18. Apa saja tantangan dalam pengelolaan media sosial dalam mempromosikan kuliner?
19. Bagaimana cara mengatasi tantangan tersebut?

B. Pertanyaan Pengusaha Kuliner

1. Apakah ada hasil peningkatan penjualan yang didapat setelah usaha anda dipromosikan oleh akun @ariesskuliner?
2. Apakah ada peningkatan dari segi followers Instagram untuk usaha anda?
3. Apa pendapat anda mengenai akun @ariesskuliner dalam mempromosikan kuliner di Ponorogo?

C. Pertanyaan Followers

1. Bagaimana pendapat anda dengan adanya akun @ariesskuliner ini?
2. Apa saja keuntungan yang didapat setelah mengikuti akun @ariesskuliner?
3. Bagaimana konsep konten yang disajikan oleh akun @ariesskuliner ini?



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 01/W/16-02/2022

Narasumber : Aris Setiawan

Peran : Founder Akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Rabu, 16 Februari 2022

Tempat Wawancara : Kertosari, Babadan, Ponorogo (rumah Aris Setiawan)

Materi : Sejarah, tujuan dan struktur organisasi

Peneliti	:	Permisi mas, maaf saya boleh bertanya?
Informan	:	Iya silahkan
Peneliti	:	Saya mau bertanya seputar akun @ariesskuliner. Bisa dijelaskan sejarah atau yang melatar belakangi terbentuknya akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Kalau bicara mengenai sejarah, dari dulu sebelum kuliah saya memang suka fotografi mbak. Tapi dulu masih menggunakan handphone. Nah, sekitar tahun 2011 saya membeli kamera. Pada tahun 2013 saya melanjutkan kuliah di Jogja, kemudian dari situlah inspirasiku foto kuliner. Setelah itu pada tahun 2015 saya membentuk Ariess Photo yang bekerja di bidang wedding fotografi. Terus karena saya dulu jarang makan dirumah ya mbak, jadinya sambil kerja saya suka wara wiri buat cari kuliner dan emang dasarnya saya suka kuliner. Nah gini mbak, jadi kalau tidak musim manten kan juga bingung

		mau ngapain, akhir e tiap hari bawa kamera terus foto-foto kuliner. Dari situ saya membuat akun <i>Instagram</i> @ariesskuliner
Peneliti	:	Jadi @ariesskuliner itu dibentuknya pada tanggal berapa ya mas?
Informan	:	Kalau bicara tanggal saya sedikit lupa, tapi kalo dilihat dari konten pertama yang saya upload di akun itu sekitar bulan Desember 2018.
Peneliti	:	Kemudian tujuan dibentuknya akun @ariesskuliner ini apa mas?
Informan	:	Awalnya sih tujuannya ya cuma sekedar hoby. Tapi semakin lama followers nya meningkat dan saya dapat endors dari pengusaha kuliner untuk mempromosikan kuliner nya. Dari situ tujuan saya ya untuk endorsement sebagai promosi kuliner. Kemudian diluar endors saya juga membuat konten untuk menginformasikan dan mempromosikan kuliner-kuliner yang mungkin masih baru buka atau jajanan pinggir jalan.
Peneliti	:	Untuk struktur organisasi/anggota tim yang terlibat itu siapa saja ya mas?
Informan	:	Struktur organisasi nya sih masih sama seperti @ariessphoto. Dimana ada admin, fotografer utama, fotografer backup, videographer utama, videographer backup, editor foto, dan editor video. Nanti saya kirimkan lewat wa untuk nama lebih rincinya.
Peneliti	:	Nggeh mas. Mungkin sementara itu dulu yang saya tanyakan. Terima kasih atas waktunya.

TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 02/W/29-03/2022

Narasumber : Aris Setiawan

Peran : Founder Akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Selasa, 29 Maret 2022

Tempat Wawancara : Kertosari, Babadan, Ponorogo (rumah Aris Setiawan)

Materi : Pengelolaan akun *Instagram* @ariesskuliner (perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi)

Peneliti	:	Permisi mas, langsung saja saya mau bertanya mengenai perencanaan dalam mengelola akun <i>Instagram</i> @ariesskuliner ini?
Informan	:	Untuk perencanaan nya sendiri yang paling utama yaitu dalam segi penguploadan. Aku nggak pernah posting materi konten yang sama secara berdkatan. Jadi setiap satu harinya itu pasti berbeda. Meskipun hari itu aku buat konten dengan produk yang sama biasanya saya pisah atau jeda dalam jadwal postingan nya. Konten nya itu bisa berupa produk makanan rumahan atau online, tempat makan, café, dan pedagang kaki lima. Saya juga memberikan konten giveaway untuk lebih menarik followers.
Peneliti	:	Kalua untuk target sasarannya itu siapa aja mas?

Informan	:	Kalau target sih sebener e umum dan buat semua kalangan sih mbak. Penting kalau netizen seneng kuliner, ya itu target saya. Jadi target atau sasarannya sih khusus nya buat yang suka kuliner.
Peneliti	:	Dalam mempersiapkan alat yang digunakan untuk membuat konten itu bagaimana?
Informan	:	Kalau untuk alat sih tergantung hari itu yang dipesen apa buat endors. Kalau paket foto ya kita biasanya bawa alat foto/kamera wedding. Kalau untuk vidio kayak buat vidio reel itu pakek hp biasanya cukup sih. Tapi kalau liputan ada talent/mc yang ngomong di depan kamera dengan durasi yang panjang itu biasanya bawa kamera yang biasanya saya buat untuk vidio wedding kayak mirrorless itu.
Peneliti	:	Kemudian pada proses pelaksanaan seperti pembuatan konten itu seperti apa?
Informan	:	Dalam pembuatan konten saya gunakan konten dari saya sendiri. Walaupun itu endors, saya tetep menggunakan foto atau vidio dari konten yang saya buat sendiri. Jadi saya tidak menerima repost. Kan saya sudah mencantumkan di profil kalau I don't repost gitu. Karena saya tidak mau hanya repost, mending saya datang langsung ke lokasi meskipun jauh dan bayarannya sama. Nah disini tujuannya memang buat jangka panjang sih. Long time nya kan lebih bagus, jadi lebih believeble lebih dipercaya netizen.
Peneliti	:	Apakah ada setting visual yang diterapkan pada akun ini?
Informan	:	Kalau foto produk kuliner itu saya fokus ke lensa nya. Saya biasanya buat tele buat foto produk, jadi aku pakek lensa

	<p>panjang. Karena kalau ngambilnya lensa yang lebar pasti distorsi. Seumpama piring nya bulat itu jadi mletot. Jadi agar aman, saya kalau foto diberi jarak sekitar 50, 75, 85 mm masih bagus. Kecuali kalau foto dari atas itu lensa lebar atau width pun nggak masalah. Jadi kalau dari samping itu saya pakai lensa panjang atau lensa tele, kalau dari atas pakek lensa weidth atau lebar itu nggak papa. Nah kesalahan produk makanan biasanya disitu, dimana fotonya itu kurang menarik, dimana letak produk dengan posisi kamera itu tidak pas, jadi ter distorsi. Jadi kalau pkek lensa lebar itu fotonya harus dari atas.</p> <p>Kemudian untuk tampilan visualnya baik foto atau video yang pertama itu sya mengambil jalan disekitar lokasi ne, terus tempat lokasi bagian luar nya, lokasi dalam, proses pembuatan, sama produk jadinya itu.</p>
Peneliti	: Bagaimana dalam pembuatan caption sendiri mas?
Informan	: Kalau untuk caption itu sesuai yang saya rasakan sih mbak. Walaupun itu endorse kalau menurutku itu biasa aja ya saya buat caption nya biasa, pling bilange cuma enak gitu. Terus saya kasih tau mengenai informasi-informasi yang sekiranya harus disampaikan. Tapi kalau emang saya bener-bener suka gitu ya saya ngmong kalau ini salah satu kuliner terenak menurut mimin gitu. Jadi aku harus bener-bener jujur apa menurut ku, walaupun itu endors. Jadi ya tergantung yang saya rasakan. Kalau yang nggak enak itu biasanya saya tidak bilang nggak enak gitu, tapi ya oke gitu aja.
Peneliti	: Bagaimana cara menyampaikan atau mengunggah konten?
Informan	: Untuk penyampaian nya yang pertama saya menyusun jadwal agar dalam satu hari itu konten tidak sama. Saya minimal

		<p>mengupload 3 konten dalam satu harinya. Kemudian aku disini juga memanfaatkan fitur-fitur sing ada di Instagram sih mbk, kan di Instagram banyak fitur kayak feed, video reels, instastory, Instagram tv. Otomatis disitu juga salah satu cara untuk membedakan dalam segi penyampaian.</p>
Peneliti	:	<p>Nah, cara pemanfaatan fitur-fitur tersebut bagaimana mas?</p>
Informan	:	<p>Nah kalau untuk hastag sih dulu saya memakai macam2 saya masukkan, tapi untuk akhir-akhir ini ya saya fokuskan untuk yang diponorogo aja seperti #ariesskuliner #wisatakulinerponorogo, #infoponorogo, #exploreponorogo. Kalau untuk feed saya gunakan konten dari saya sendiri. Caption juga harus disertakan secara rinci dan menarik untuk menjelaskan kuliner yang saya upload. Saya juga menggunakan fitur video reels, dimana sekarang video singkat seperti itu sudah menjadi trend. Kemudian Instagram TV, saya gunakan untuk memuat video yang lebih lama. Instastory saya gunakan untu merepost feed Instagram yang tadinya saya sudah upload, dan juga saya gunakan untuk melakukan endorsement.</p>
Peneliti	:	<p>Bagaimana kolaborasi atau cara menjaga kepercayaan <i>followers</i> agar promosi bisa berjalan dengan baik?</p>
Informan	:	<p>Agar promosi tetap berjalan kuncinya ya itu komunikasi dengan followers juga harus berjalan, paling nggk dari koment sih atau bisa juga dari Dm. Kalau di kolom komen itu admin suka bales sih, dan komen kan merupakan salah satu hal yang paling kelihatan menegnai engagement nya akun ataupun produk yang dipromosikan itu. Netizen pasti melihat komen rame atau nggak nya, nah biar rame ya salah satunya membalas satu persatu komen di ig itu.</p>

Peneliti	:	Bagaimana proses pengawasan atau pemantauan dalam mengelola akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Pertama saya mengawasi kinerja tim saya dulu, walaupun saya sebagai founder atau admin, tapi saya selalu ikut ke lokasi tempat pembuatan kontennya. Kemudian saya pantau itu biasanya dilihat dari like. Contohnya saya posting satu konten dan ternyata like-nya lebih sedikit dibanding yang lain atau yang sebelumnya, atau dari segi komentarnya rame atau nggak. Itu bisa buat referensi untuk kedepan.
Peneliti	:	Apakah ada evaluasi dan bagaimana cara melakukan evaluasi dalam mengelola akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Kalau untuk evaluasi sih dulu lebih sering dibandingkan sekarang. Kalau dulu itu kan masih awal jadi tim itu masih belum paham mengenai setting visual atau teknik pengambilan gambar seperti tata letak, angle foto dan video itu masih banyak yang salah dan perlu direvisi dan dievaluasi. Tapi kalau untuk sekarang evaluasi lebih di isi konten mana yang harus diperbaiki mana yang sekiranya disukai dan tidaknya. Kemudian biasanya dari evaluasi itu muncul inovasi baru atau cara penyajian konten/pesan yang beda gitu aja sih. Inovasi yang terbaru sih ya itu adanya grup telegram dan wa baru. Tapi cuma sekedar berbagi link..trus diskusi di ig gitu. Trus inovasi yang baru juga itu mengenai free endors dengan syarat pesan foto produk di @ariessfotoproduk. Melakukan giveaway. Insight Instagram juga termasuk pada evaluasi yang saya lakukan.

TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 03/W/21-04/2022

Narasumber : Aris Setiawan

Peran : Founder Akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Kamis, 21 April 2022

Tempat Wawancara : Kertosari, Babadan, Ponorogo (rumah Aris Setiawan)

Materi : Tantangan Pengelolaan Akun @ariesskuliner

Peneliti	:	Assalamu'alaikum, maaf mengganggu waktunya. Saya mau wawancara untuk kelanjutan data skripsi
Informan	:	Iya silahkan
Peneliti	:	Apa saja tantangan dalam mengelola akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Tantangan yang pertama itu ya dalam mencari konten yang berbeda kak, soal e disini kebanyakan kuliner nya mirip-mirip semua, jarang ada diversifikasi kayak di kota-kota besar. Kemudian meskipun banyak kuliner yang baru, tapi itu juga mirip-mirip semua.
Peneliti	:	Bagaimana cara mengatasinya?
Informan	:	Untuk mengatasinya kita biasanya jeda postingan yang sama beberapa hari atau minggu. Jadi, kita punya stok kuliner yang cukup banyak baik dari kita hunting sendiri maupun dari

		endors. Nah tiap hari kita posting yang berbeda-beda, jadi feed ig kita tetep berbeda-beda konten nya
Peneliti	:	Kalau untuk persepsi negative itu ada atau tidak mas?
Informan	:	<p>Iya kak ada. Itu juga termasuk tantangan bagi kami. Contohnya</p> <p>Pertama, postingan mengganggu orang puasa / orang diet, jawaban kita : krn ini akun kuliner, bukan akun diet.</p> <p>Kemudian semua postingan dikira endorse, gak percaya caption, jawaban kita: take it or leave it, kita cuma ngasih info sesuai yg kita rasakan, tp balik lagi rasa itu subjektif, stju monggo gk stju ya gpp,</p> <p>Ada juga yang bilang mengganggu privasi karena wajahe kelihatan di konten, krn ambil konten tanpa ijin. Jawaban kita, ini jarang trjadi, ada yg seneng nongol di kamera, ada yg suruh hapus, ya kita hapus, trus kita repost dg menghilangkan orang ybs,</p> <p>kemudian konsistensi dalam mengupload konten juga menjadi salah satu tantangan bagi kita.</p>
Peneliti	:	Siap kak. Terimakasih
Informan	:	Iya kak. Sama-sama.



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 04/W/25-04/2022

Narasumber : Inez

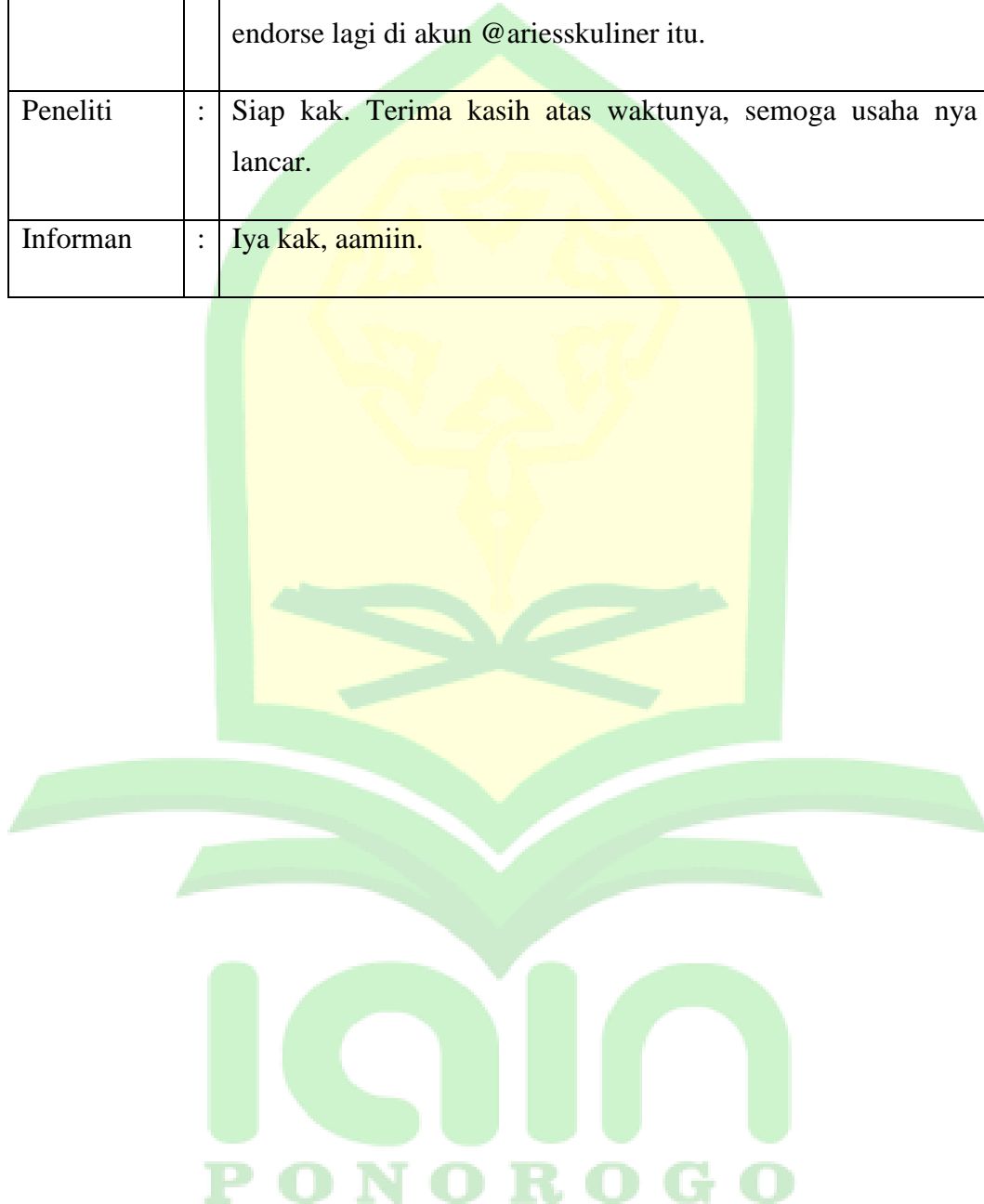
Peran : Pengusaha Kuliner Takoyaki (@takoparty.id)

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 25 April 2022

Materi : Hasil yang didapat setelah dipromosikan di akun @ariesskuliner

Peneliti	:	Assalamu'alaikum, maaf mengganggu waktunya saya Andan mau bertanya mengenai akun @ariesskuliner.
Informan	:	Iya silahkan kak
Peneliti	:	Terkait kuliner @takoparty.id ini kan pernah dipromosikan di akun Instagram @ariesskuliner. Apakah ada hasil peningkatan penjualan yang didapat setelah itu?
Informan	:	Ada kak. Saya puas sekali karena akun tersebut punya dampak yang besar buat penjualan dan promote usaha saya.
Peneliti	:	Apakah ada peningkatan dari segi followers akun @takoparty.id ini kak?
Informan	:	Ada kak. Dari segi followers dan income meningkat banyak sekali. Kayaknya dalam sehari naik sekitar 50-70 an. Dan itu bertahan kurang lebih 5-7 hari kak.
Peneliti	:	Bagaimana pendapatnya mengenai adanya akun @ariesskuliner ini kak?

Informan	:	Seneng sih kak. Kebetulan saya sudah follow akun tersebut sebelum saya punya usaha kuliner. Saya bisa cari-cari referensi kuliner di akun tersebut. Kemudian setelah ada usaha, ternyata akun tersebut memiliki dampak yang besar. Next saya mau endorse lagi di akun @ariesskuliner itu.
Peneliti	:	Siap kak. Terima kasih atas waktunya, semoga usaha nya lancar.
Informan	:	Iya kak, aamiin.



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 05/W/25-04/2022

Narasumber : Antonius

Peran : Pengusaha Kuliner Roti Bakar
(@rotibakargandaria_pusat)

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 25 April 2022

Materi : Hasil yang didapat setelah dipromosikan di akun
@ariesskuliner

Peneliti	:	Assalamu'alaikum, maaf mengganggu waktunya saya Andan mau bertanya mengenai akun @ariesskuliner.
Informan	:	Iya silahkan kak
Peneliti	:	Terkait kuliner roti bakar gandaria ini kan pernah dipromosikan di akun Instagram @ariesskuliner. Apakah ada hasil peningkatan penjualan yang didapat setelah itu?
Informan	:	Ada kak.
Peneliti	:	Apakah ada peningkatan dari segi followers akun roti bakar gandaria ini?
Informan	:	Ada kak, kan roti bakar gandaria ini memiliki beberapa akun cabang, jadi ada sebagian yang meningkat setelah melakukan endors ke @ariesskuliner.
Peneliti	:	Bagaimana pendapatnya mengenai adanya akun @ariesskuliner ini kak?
Informan	:	Membantu sekali dalam mempromosikan atau mengenalkan usaha ke pasar/konsumen.

TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 06/W/30-04/2022

Narasumber : Baiq Herawaty

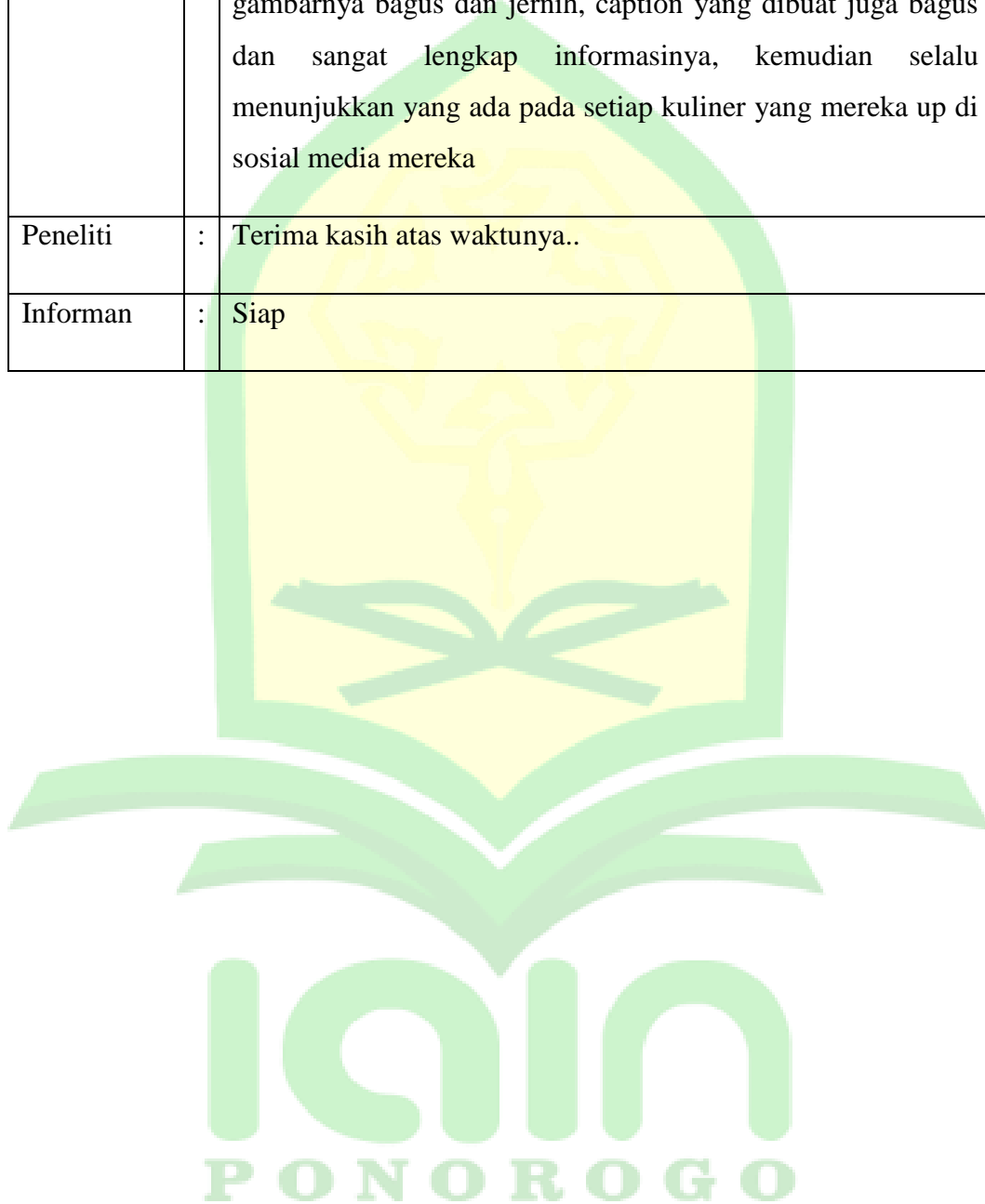
Peran : Followers akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 30 April 2022

Materi : Respon followers terhadap akun @ariesskuliner

Peneliti	:	Sejak kapan mengikuti akun @ariesskuliner?
Informan	:	Saya mengikuti akun ini sejak tahun 2020
Peneliti	:	Bagaimana pendapatnya mengenai adanya akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Dengan adanya akun tersebut membuat saya cukup terbantu dalam hal mau mencari berbagai macam jenis kuliner di Ponorogo, mau cari yang manis sampek yang pedas itu ada di akun ini. Sehingga sangat membantu kami tentunya yang awam mengenai kuliner di Ponorogo.
Peneliti	:	Apa saja keuntungan yang didapat atau diperoleh setelah mengikuti akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Dampak postifnya saya jadi tau dimana-mana letak kuliner yang mau saya tuju, dan saya juga bisa tau stand stand mana saja dari makanan dan minuman yang baru berdiri beserta alamatnya

Peneliti	:	Bagaimana menurut anda mengenai konsep konten yang disajikan akun @ariesskuliner tersebut?
Informan	:	Untuk konsep nya sendiri cukup bagus, pengambilan gambarnya bagus dan jernih, caption yang dibuat juga bagus dan sangat lengkap informasinya, kemudian selalu menunjukkan yang ada pada setiap kuliner yang mereka up di sosial media mereka
Peneliti	:	Terima kasih atas waktunya..
Informan	:	Siap



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 07/W/30-04/2022

Narasumber : Afifah

Peran : Followers akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 30 April 2022

Materi : Respon followers terhadap akun @ariesskuliner

Peneliti	:	Sejak kapan mengikuti akun @ariesskuliner?
Informan	:	Saya mengikuti akun ini sekitar pertengahan tahun 2021
Peneliti	:	Bagaimana pendapatnya mengenai adanya akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Akun ini sangat membantu bagi saya yang suka kulineran khususnya di daerah Ponorogo.
Peneliti	:	Apa saja keuntungan yang didapat atau diperoleh setelah mengikuti akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Kemudian keuntungan yang saya dapatkan itu jadi memudahkan dalam mencari dan menemukan tempat-tempat kuliner yang baru.
Peneliti	:	Bagaimana menurut anda mengenai konsep konten yang disajikan akun @ariesskuliner tersebut?

Informan	:	Mengenai konten yang disajikan itu cukup menarik perhatian karena konten yang disajikan selalu terkonsep dan memberikan informasi yang sangat rinci, sehingga bisa dipercaya
Peneliti	:	Terima kasih atas waktunya..
Informan	:	Siap



TRANSKIP WAWANCARA

Nomor : 08/W/30-04/2022

Narasumber : Tiyas

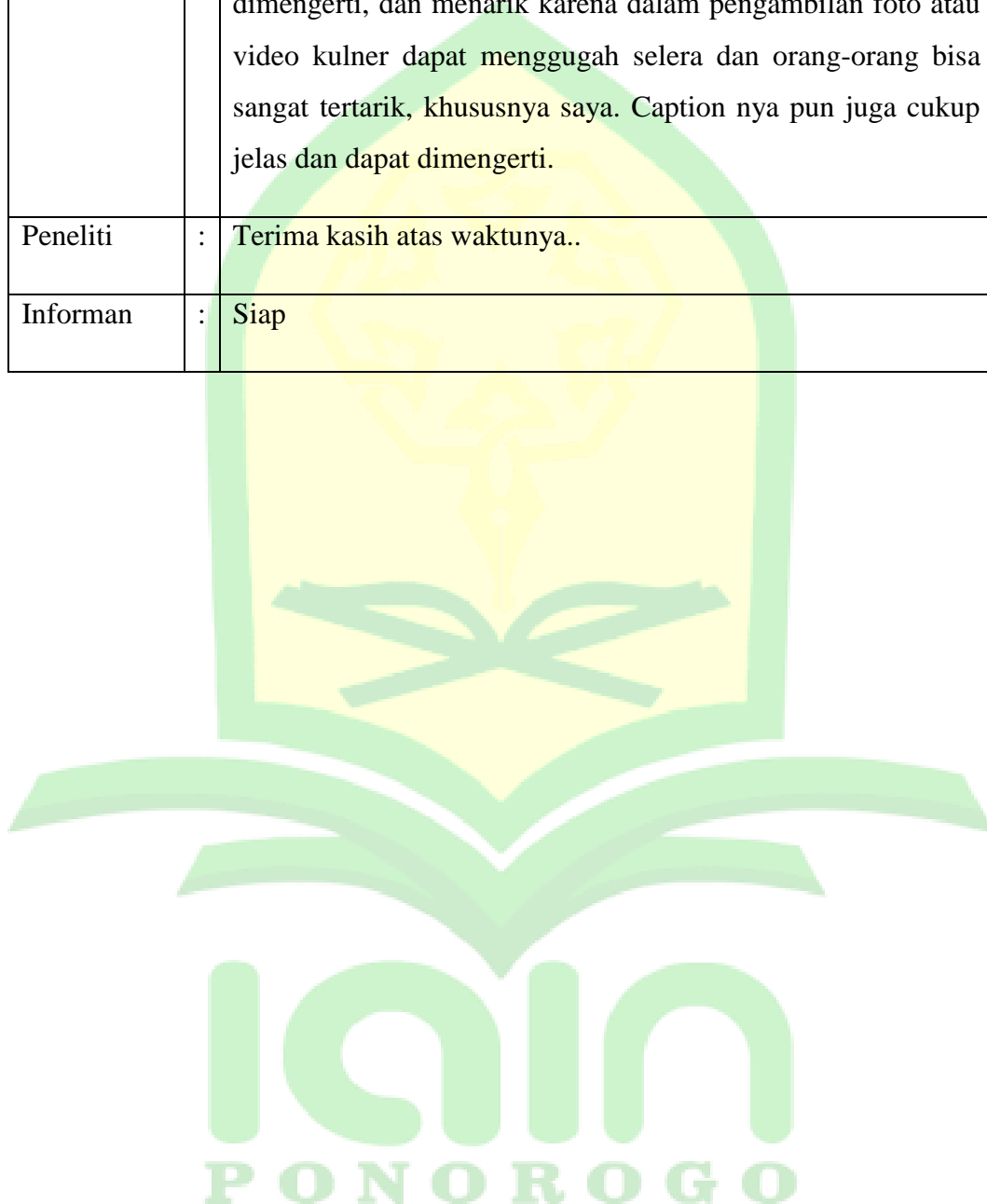
Peran : Followers akun *Instagram* @ariesskuliner

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 30 April 2022

Materi : Respon followers terhadap akun @ariesskuliner

Peneliti	:	Sejak kapan mengikuti akun @ariesskuliner?
Informan	:	Sejak kapannya saya lupa. Pokoknya pas temen ku lihat-lihat makanan di akun ini, terus aku ikutan follow buat liat rekomendasi makanan di Ponorogo.
Peneliti	:	Bagaimana pendapatnya mengenai adanya akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Akun ini sangat membantu khususnya buat saya yang tinggal di Ngawi untuk melihat beberapa rekomendasi dan referensi makanan di Ponorogo.
Peneliti	:	Apa saja keuntungan yang didapat atau diperoleh setelah mengikuti akun @ariesskuliner ini?
Informan	:	Keuntungan mengikuti akun @ariesskuliner ini bisa terbantu dalam mencari kuliner ketika bingung mau kemana dan bisa menjadi hiburan untuk melihat-lihat kuliner yang ada di Ponorogo.

Peneliti	:	Bagaimana menurut anda mengenai konsep konten yang disajikan akun @ariesskuliner tersebut?
Informan	:	konsep dan konten yang disajikan cukup jelas, mudah dimengerti, dan menarik karena dalam pengambilan foto atau video kuliner dapat menggugah selera dan orang-orang bisa sangat tertarik, khususnya saya. Caption nya pun juga cukup jelas dan dapat dimengerti.
Peneliti	:	Terima kasih atas waktunya..
Informan	:	Siap



TRANSKIP DOKUMENTASI

Nomor : 01/D/16-02/2022

Bentuk : Gambar

Hari, Tanggal Wawancara : Rabu, 16 Februari 2022

Refleksi : Dokumentasi pada saat wawancara Aris Setiawan selaku founder akun @ariesskuliner tahap 1. Membahas mengenai sejarah dan tujuan membentuk akun @ariesskuliner.



PONOROGO

TRANSKIP DOKUMENTASI

Nomor : 02/D/29-03/2022

Bentuk : Gambar

Hari, Tanggal Wawancara : Selasa, 29 Maret 2022

Refleksi : Dokumentasi pada saat wawancara Aris Setiawan selaku founder akun @ariesskuliner tahap 2. Membahas mengenai strategi pengelolaan akun @ariesskuliner.



IAIN
P O N O R O G O

TRANSKIP DOKUMENTASI

Nomor : 03/D/30-04/2022

Bentuk : Gambar

Hari, Tanggal Wawancara : Senin, 30 April 2022

Refleksi : Dokumentasi pada saat wawancara dengan Baiq dan Afifah selaku followers akun @ariesskuliner. Membahas mengenai respon followers terhadap adanya akun tersebut.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andan Ayu Salsabila
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 22 November 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Menikah
Bangsa : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Jalan Mangga RT 002/RW 002 Dukuh Coper Kulon,
Desa Coper, Kecamatan Jetis, Kabupaten Ponorogo.
No. Telepon : 085601638527
Email : andansalsabila@gmail.com

PENDIDIKAN

1. 2004-2006 TK Al-Mawaddah
2. 2007-2012 SDN Coper 1 Ponorogo
3. 2013-2015 Madrasah Tsanawiyah Negeri Jetis Ponorogo
4. 2016-2018 Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo