



# **SOSIAL MEDIA MARKETING UMKM BIDANG KULINER DI EMPAT LAWANG**

(STUDI AKUN INSTAGRAM @KULINER\_EMPATLAWANG)

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam  
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Gita Fitri Imaza

41182037190051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS KOMUNIKASI SASTRA DAN BAHASA**

**UNIVERSIAS ISLAM “45” BEKASI**

**2023 M/ 1444 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Revisi 11 November 2022



Gita Fani Imaza

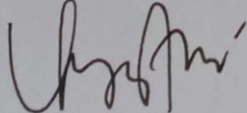
41182037190051

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

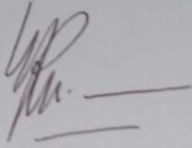
Judul Skripsi : Sosial Media Marketing Umkm Bidang Kuliner di Empat  
Lawang (Studi Akun *Instagam* @kuliner\_empatlawang)  
Nama : Gita Fitri Imaza  
NPM : 41182037190051  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan Dosen Pembimbing untuk mengikuti ujian skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Tin Hartini, S.Ag., M.Si.  
NRP: 45.1.01.02.2016.001

Bekasi, 13 Juli 2023  
Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Skripsi

  
Kartini Rosmalah D.K., M.I.Kom.  
NRP 45.1.22.08.2011.025

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

“Sosial Media Marketing UMKM Bidang Kuliner di Empat Lawang (Studi Akun Instagram @kuliner\_empatlawang)”

Telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 21 Juli 2023

Waktu : 11:00 - 12:00 WIB

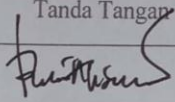
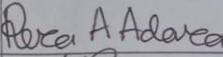
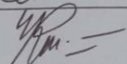
### Oleh

Nama : Gita Fitri Imaza

NPM : 41182037190051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

### DEWAN PENGUJI

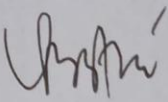
Keterangan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Yudha Asmara Dwi Aksa, M. I. Kom	
Dosen Penguji	Reza A. Adara, M.A	
Dosen Penguji 2	Kartini Rosmala DK, M. I Kom	

Bekasi, 27 Juli 2023

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Komunikasi,  
Sastra dan Bahasa

  
Dr. Nurwadi, M.Hum.  
NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu  
Komunikasi

  
Tin Hartini, S. Ag., M.Si.  
NRP 45.1.01.02.2016.001

## **ABSTRAK**

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan  
Bahasa

2023

Gita Fitri Imaza/ 41182037190051

Sosial Media Marketing UMKM Bidang Kuliner di Empat Lawang (Studi Akun  
*Instagam @kuliner\_empatlawang*)

Di bawah bimbingan Kartini Rosmalah.D.K., LXIV, 1 Tabel, 23 Gambar, 4  
Lampiran

Banyaknya orang yang menggunakan Instagram di Indonesia, sangat menguntungkan bagi pemilik bisnis kuliner untuk menggunakan profil Instagram mereka untuk mendukung rencana komunikasi pemasaran mereka. Akun Instagram @kuliner\_empatlawang yang mendukung dan berperan dalam pengembangan UMKM kuliner di Kabupaten Empat Lawang, Provinsi Sumatera Selatan menjadi objek penelitian ini. Metode penelitian ini digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan. Dalam mencapai tujuan yaitu mempromosikan, Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh @kuliner\_empatlawang melalui media sosial Instagram sudah sesuai dengan teori As'ad dan Alhadid melalui beberapa hal untuk mendukung pemasaran yang dilaksanakan agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dan sudah direncanakan. Dengan keaktifan akun @kuliner\_empatlawang, akun tersebut semakin diakui keberadaanya, Karena dengan keaktifan tersebut, maka akun ini akan perlahan semakin dikenal oleh masyarakat luas dan juga tentunya dapat mencapai tujuan utamanya , yaitu mempromosikan Umkm.

Kata Kunci : *Instagram*, Sosial Media Marketing, UMKM Kuliner

## **ABSTRACT**

Universitas Islam 45 Bekasi

*Stusy od Communication Science*

*Faculty of Communiation, Literature,  
and Language*

2023

Gita Fitri Imaza/ 41182037190051

Sosial Media Marketing UMKM Bidang Kuliner di Empat Lawang (Studi Akun  
*Instagam @kuliner\_empatlawang*)

*Under the guidance* Kartini Rosmalah.D.K., LXIV, 1 table, 23 of picture, 4 of  
*attchments*

*With so many people using Instagram in Indonesia, it is very profitable for  
culinary business owners to use their Instagram profile to support their marketing  
communications plans. The Instagram account @kuliner\_empatlawang which  
supports and supports the development of culinary MSMEs in Empat Lawang  
Regency, South Sumatra Province is the object of this research. This research  
method is used to understand and describe. In achieving the goal of promoting,  
the marketing communication strategy carried out by @kuliner\_empatlawang  
through Instagram social media is in accordance with As'ad and Alhadid's theory  
through several things to support marketing carried out so that it is in line with  
the goals to be achieved and planned. With the activeness of the  
@kuliner\_empatlawang account, this account is increasingly being recognized.  
Because with this activity, this account will slowly become increasingly known by  
the wider community and also of course be able to achieve its main goal, which is  
to promote Umkm.*

*Keywords : Social Media Marketing, Instagram UMKM Kuliner*

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini. Dalam penyusunan laporan kerja praktik ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nuryadi, M.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa
2. Tin Hartini, M.Si. selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Kartini Rosmalah D.K, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya dalam menyelesaikan Proposal ini.
4. Kedua orang tua, Ayahanda Iskandar dan Ibunda Wardah, yang selalu mendukung penuh semua kegiatan positif yang penulis jalani, baik itu dukungan secara Emosional maupun Financial, sehingga Proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ammalia Resturini sebagai *Key Informan*, Kak Ghiby, Kak Endah dan Bu Eti selaku *Informan* yang telah bersedia memberikan daya untuk penelitian ini
6. Kedua saudara saya, Rizky Agustian dan Ahmad Khadaffi yang telah memotivasi saya untuk menyelesaikan proposal ini.
7. Sahabat sekaligus Adik saya, Bibi McCartney dan Ken McCartney, yang telah menemani penulis begadang tiap malam untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Sahabat seperjuangan saya dari awal masuk dunia perkuliahan “*GPP FOREVER*” Neng, Caca, Arnes, Devina, yang sudah saya anggap seperti kakak saya sendiri

Serta semua pihak yang tidak dapat sebutkan satu-persatu, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Proposal ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan, Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon kritik, saran dan masukan konstruktif demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi penulis dan orang lain .

Bekasi, 12 Juli 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3 Tujuan Masalah</b> .....	4
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>1.4.1 Manfaat Akademis</b> .....	5
<b>1.4.2 Manfaat Praktis</b> .....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	6
<b>2.1.1 Penelitian dari Nouvi Ayu Pertiwi dan Rahnia Santi Zinaida yang Berjudul “Palembang Harum: Promosi dan Branding Kuliner Palembang di Media Sosial”</b> .....	6
<b>2.1.2 Penelitian dari Aisyah Murni, Effiati Yuliana Hasibuan, dan Agung Suharyanto yang Berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran @Lapo Mandailing Coffe pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan...</b>	7
<b>2.1.3 Penelitian dari Tessa Fadillah “Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Papistar melalui media media sosial Instagram”</b> .....	7
<b>2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu</b> .....	8
<b>2.3 Kerangka Teori</b> .....	9
<b>2.3.1 Komunikasi Pemasaran</b> .....	9
<b>2.3.2 Media Sosial</b> .....	9
<b>2.3.3 Sosial Media Marketing</b> .....	11
<b>2.3.4 Instagram</b> .....	13
<b>2.3.5 Usaha Mikro Kecil Menengah</b> .....	15
<b>2.4 Kerangka Pemikiran</b> .....	16



<b>BAB III.....</b>	<b>17</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	18
3.2 Unit Analisis .....	18
3.2.1 Key Informan .....	18
3.2.2 Informan.....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.6 Teknik Analisis Data.....	21
3.7 Keabsahan Data .....	23
<b>BAB IV .....</b>	<b>24</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
4.1.1. Profil kuliner_empatlawang.....	24
4.1.2. Logo kuliner_empatlawang.....	27
4.1.3. Produk yang diposting kuliner_empatlawang .....	28
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	29
4.2.1. Hasil Penelitian .....	29
4.2.2. Pembahasan Penelitian.....	37
<b>BAB V .....</b>	<b>43</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>43</b>
5.1. Kesimpulan .....	43
5.2. Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>46</b>
<b>LAMPIRAN –LAMPIRAN.....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Provinsi Dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Sarana Promosi Paling Banyak Digunakan Pengusaha Kuliner.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4. 1 Profil Akun.....	25
Gambar 4. 2 Foto Admin .....	25
Gambar 4. 3 Foto <i>owner kukisbyeen</i> .....	26
Gambar 4. 4 Foto <i>grand opening jejegrillnshabu</i> .....	27
Gambar 4. 5 Logo Kuliner_empatlawang.....	27
Gambar 4. 6 Foto Produk.....	28
Gambar 4.7 <i>Instastory</i> tentang berbagi tips .....	28
Gambar 4.8 Pesan Pertanyaan yang masuk .....	29
Gambar 4. 9 <i>Instagram story</i> pemenang <i>Giveaway</i> .....	30
Gambar 4. 10 <i>Instagram Story</i> .....	31
Gambar 4. 11 Isi <i>Question Box</i> .....	32
Gambar 4. 12 <i>Direct Message</i> .....	33
Gambar 4. 13 <i>Feeds Akun</i> .....	34
Gambar 4. 14 <i>Highlight Akun</i> .....	35
Gambar 4. 15 <i>Tag</i> yang digunakan .....	36

Gambar 4. 16 Jumlah <i>followers</i> akun.....	36
Gambar 4. 17 Hasil Fotografi .....	38
Gambar 4. 18 <i>Konten Reels</i> .....	39
Gambar 4. 19 <i>Penjelasan Caption</i> .....	40
Gambar 4. 20 <i>Insight akun</i> .....	41

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Ter

