

ABSTRAK

Memasuki era digital ini promosi melalui internet memang telah dilakukan oleh banyak pengusaha bahkan perusahaan, melihat mayoritas masyarakat sekarang adalah pengguna internet aktif. Kemajuan teknologi juga telah mendorong manusia lebih kreatif dalam memanfaatkannya. Fenomena tersebut muncul bersamaan dengan kesadaran akan begitu kayanya kuliner Bandung, dan memunculkan ide untuk mengunggah foto-foto kuliner asal Bandung dalam sebuah akun instagram khusus dengan tujuan memperkenalkan serta mempromosikan kuliner Bandung.

Akun instagram @dunia_kulinerbdg merupakan salah satu akun instagram yang khusus membahas serta mempromosikan kuliner Bandung, telah dibuat sejak akhir tahun 2013 namun baru digarap serius sejak Maret 2014 hingga sekarang. Pamornya cukup tinggi jika dibandingkan akun instagram kuliner lain yang seumuran dengannya, yang ditunjukkan dengan banyaknya *followers*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses promosi yang dilakukan akun instagram @dunia_kulinerbdg, bentuk kerjasama yang dilakukan dengan para pengusaha kuliner, serta mengapa menjadikan instagram media promosi. Hal-hal tersebut akan diteliti dan dianalisis melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap *founder* dari akun instagram @dunia_kulinerbdg, observasi terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh *founder* atau pengelola akun instagram @dunia_kulinerbdg, serta dilengkapi dengan dokumen *track record* akun instagram @dunia_kulinerbdg sejak Maret 2014 hingga sekarang, dan studi kepustakaan. Teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kekayaan media (*media richness theory*).

Hasil penelitian yang didapat bahwa dunia kuliner Bandung melakukan promosi dengan melewati beberapa tahap yaitu pemilihan media, menciptakan daya tarik melalui foto, memperhatikan frekuensi kegiatan, memperhatikan isi pesan, serta memperhatikan respon yang masuk. Terdapat dua jenis kerjasama promosi antara dunia kuliner Bandung dengan pengusaha kuliner terkait, yaitu *paid promote* dan *free promote*. Media yang dipilih dunia kuliner Bandung yaitu instagram karena dinilai sebagai media yang bagus untuk melakukan publikasi dan promosi melalui gambar/foto.

Kata kunci : Promosi, instagram, @dunia_kulinerbdg

ABSTRACT

Entering the digital era this promotion through the internet has indeed been done by many entrepreneurs even companies, see the majority of the community is now active internet users. Technological progress has also encouraged human more creative in use. Consciousness will be so rich as culinary bandung bring up the idea to upload photos of the culinary the origin of bandung in a special instagram account with the purpose of introducing and promoting culinary bandung.

Account instagram @dunia_kulinerbdg the world is one of account instagram which specifically discussed as well as promoting culinary Bandung, have been made since the end of 2013 but just uncultivated serious since march 2014 until now. The prestige quite high compared account instagram other culinary age to him, which has indicated by the large number of followers.

The study is done to find out the process of a promotion done account instagram @dunia_kulinerbdg, the form of cooperation that is done with the culinary entrepreneurs, and why make instagram media promotion. Such matters would be investigated and analyzed through the qualitative study with the approach a case study. Data collection is done with interviewing founder of account instagram @dunia_kulinerbdg, observation on activities carried out by founder of or manager of instagram account @dunia_kulinerbdg, and furnished with different occasion document account instagram @dunia_kulinerbdg since march 2014 until now, and study literature available. The theory supporters that are used in this research is the theory media wealth (media richness theory).

The research found that the "dunia kuliner Bandung" promote through several stages, namely the media creating attraction with photos watching the program noting the contents of the message, as well as to the incoming. There are two types of cooperation between the culinary promotion, with their culinary related which is paid promote and promote free. The elected culinary world instagram bandung is a medium because it is nice to take a picture/publications and through photographs.

Keywords: the promotion, instagram, @dunia_kulinerbdg