

## ABSTRAK

Ahmad Fadli Jamil (01045180001)

### **STRATEGI PROMOSI @JAJANAN\_MAKASSAR DALAM MENYEBARKAN INFORMASI WISATA KULINER DI KOTA MAKASSAR**

(XII + 57 halaman: 12 gambar; 0 tabel; 5 lampiran)

Dalam dunia usaha kuliner, pelaku usaha menggunakan berbagai macam media promosi untuk meningkatkan omset. Salah satunya ialah menggunakan media instagram yang memiliki keunikan dalam tampilan foto dan mampu memperluas peluang-peluang bisnis seperti usaha promosi makanan. @jajanan\_makassar melihat peluang bisnis tersebut dan menjadikannya sebagai akun untuk mempromosikan usaha kuliner di kota makassar. Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penggunaan instagram dalam kegiatan promosi @jajanan\_makassar dalam menyebarkan informasi wisata kuliner di kota Makassar. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori komunikasi pemasaran dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah dalam kegiatan promosi, @jajanan\_makassar memanfaatkan dengan baik fitur yang dimiliki oleh instagram untuk membuat postingan foto dan video yang informatif dan persuasif. Kegiatan promosi yang dilakukan @jajanan\_makassar juga mendapatkan respon yang cukup positif dari *followers*. *Followers* dapat memiliki pengetahuan akan informasi yang disampaikan, terdapat perubahan emosional yang membuat *followers* menjadi ingin berkunjung serta menyukai postingan tersebut, dan akhirnya *followers* tersebut mengunjungi tempat yang direkomendasikan.

Kata Kunci: Promosi, Instagram, Komunikasi Pemasaran.

Referensi: 38 (1982 - 2021)

## ABSTRACT

Ahmad Fadli Jamil (01045180001)

### **STRATEGI PROMOSI @JAJANAN\_MAKASSAR DALAM MENYEBARKAN INFORMASI WISATA KULINER DI KOTA MAKASSAR**

(XII + 57 pages: 12 pictures; 0 table; 5 attachment)

In the culinary business world, business actors use various promotional media to increase turnover. One of them is using Instagram media which is unique in photo display and is able to expand business opportunities such as food promotion efforts. @jajanan\_makassar saw this business opportunity and made it an account to promote culinary businesses in the city of Makassar. Researchers are interested in knowing how to use Instagram in the promotional activities of @jajanan\_makassar in disseminating information on culinary tourism in the city of Makassar. In this study, researchers used communication theory in marketing with a descriptive qualitative approach using data collection methods through in-depth interviews, observation, and documentation. The result of this research is that in promotional activities, @jajanan\_makassar makes good use of the features possessed by Instagram to create informative and persuasive photo and video posts. Promotional activities carried out by @jajanan\_makassar also received quite a positive response from followers. Followers can have knowledge of the information conveyed, there are emotional changes that make followers want to visit and like the post, and finally the followers visit the recommended place.

Key Words: Promotion, Instagram, Marketing Communication

Reference: 38 (1982 - 2021)