

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas segala rahmat dan anugerahNya sehingga Tesis yang berjudul: “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA NUSA *INDONESIAN GASTRONOMY***“ dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Komunikasi Universitas Pelita Harapan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama menyelesaikan tesis ini, tesis ini tidak akan mungkin dapat penulis selesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalamdalamnya kepada para pihak:

1. Kedua Orang tua, Papa dan Mama untuk segala doa dan dukungannya untuk kelancaran penulisan ilmiah ini.
2. Bapak Benedictus Arnold Simangunsong, untuk semua arahan, semangat, canda, dan kesabaran selama masa bimbingan.
3. Kepada Mba Irene Dupin, tim pemasaran dan tim terkait di NUSA Indonesian Gastronomy atas segala kesempatan dan kesediaan waktunya melakukan wawancara.
4. Kepada para konsumen dan pengikut media sosial untuk kesediaan waktunya melakukan wawancara.
5. Para dosen UPH, Bp. Irwansyah, Bp. Michael Dua, Bp. Amir, Ibu Riani, Ibu Naniek, Bp. Emrus, Bp. Ade Armando, Bp. Thomas

Pureklolon, Bp. Enisar, Bp. Rizaldi, serta Bp. Johannes Herlijanto untuk semua ilmu dan sharing yang diberikan selama dua tahun ini.

6. Sahabat-sahabat M.Ikom batch 19 untuk semua canda, *sharing* ilmu, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat SLTBJ (Ichi, Raisya, Sheila, Winda, Atiqah, Rano, Okco, Nathan, Vicky, Melisa, Tania) yang selalu membawa semangat untuk memulai hari Sabtu. Kuliah tidak akan semangat tanpa kalian.
8. Sahabat – sahabat Traveloka dan ZEN Rooms untuk semua doa, dukungan, dan kesempatan untuk bekerja dan belajar bersama dengan talenta – talenta terbaik Bangsa Indonesia di era Industri 4.0.
9. Sahabat - sahabat Universitas Gunadarma FTI'10 untuk semua doa dan semangat.
10. Sahabat-sahabat Pangudi Luhur II Servasius untuk semua doa dan semangat.
11. Sahabat-sahabat Santo Markus II untuk semua doa dan semangat.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR TESIS	Error!
	Bookmark not defined.
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS.....	Error! Bookmark not defined.
Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir untuk Kepentingan Akademis.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	8
1.4 Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teoritis.....	9
1.4.1 Gastronomi dalam Konsep Budaya	9
1.4.2 Gastronomi Sebagai Pariwisata	10
1.4.3 Gastronomi Pada Masyarakat Budaya Barat	12
1.4.4 Gastronomi Pada Masyarakat Budaya Timur.....	13
1.4.5 Media Sosial sebagai Media Baru	15
1.4.6 Bisnis Kuliner Dalam Era Media Sosial	16
1.4.7 Travel 2.0.....	19
1.4.8 Perencanaan Pemasaran Media Sosial (<i>E-Marketing</i>).....	20
1.4.9 Tujuan Pemasaran Media Sosial (<i>E-Marketing</i>).....	20
1.4.10 Teori Determinasi Teknologi.....	21
1.4.11 <i>Computer Mediated Communication</i>	23
1.4.12 Kerangka Pemikiran	25

1.5	Paradigma dan Metode Penelitian	26
1.5.1	Paradigma Penelitian	26
1.5.2	Metode Penelitian	28
1.5.3	Teknik Pengumpulan Data	29
1.5.4	Keabsahan Penelitian	29
1.5.5	Pengolahan dan Rencana Analisis Data	31
1.6	Objek Penelitian	32
1.6.1	Profil Restoran	32
BAB II	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
2.1	Hasil Penelitian	43
2.1.1	Pengertian Gastronomi	43
2.1.2	Pandangan Masyarakat Terhadap Produk Gastronomi	45
2.1.3	Tantangan dalam Berbisnis Kuliner	47
2.1.4	Internet Sebagai Media Promosi Gastronomi	50
2.1.5	Produksi Konten Promosi di Media Sosial	52
2.2	Pembahasan	54
2.2.1	Pemilihan Jenis Media Sosial	54
2.2.2	Perancangan Konten	57
2.2.3	Peran Komunitas dan <i>Public Figure</i> di Media Sosial	61
BAB III	KESIMPULAN DAN SARAN	65
3.1	Kesimpulan	65
3.2	Saran dan Rekomendasi	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Asing Ke Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Tim NUSA <i>Indonesian Gastronomy</i>	32
Gambar 1.3 Halaman Profil Instagram @nusagastronomy.....	33
Gambar 1.4 Unggahan Instagram @nusagastronomy.....	34
Gambar 1.5 Salah Satu Hidangan di @nusagastronomy.....	35
Gambar 1.6 Kegiatan Sosial dan Promosi Yang Dilakukan @nusagastronomy..	36
Gambar 1.7 Acara Yang Diinformasikan Melalui Akun <i>Facebook</i>	37
Gambar 1.8 Acara Sosial Yang Diinformasikan Melalui Akun <i>Facebook</i>	39
Gambar 1.9 Promosi Launching Film dan Donasi Melalui Akun <i>Facebook</i>	40