

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JOGJA24JAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI INDUSTRI KULINER DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**



**Disusun oleh:**

Sigit Triyanto  
20.96.2037

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JOGJA24JAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI INDUSTRI KULINER DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Sigit Triyanto  
NIM. 20.96.2037

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI SKEMA ARTIKEL JURNAL**

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JOGJA24JAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI INDUSTRI KULINER DI YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sigit Triyanto**

**20.96.2037**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 6 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



**Zahretus Saldah, S.EKom., M.A**

**NIK. 190302448**

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @JOGJA24JAM SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI INDUSTRI KULINER DI YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Sigit Triyanto**

**20.96.2037**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 20 Desember 2023

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

Zahrotus Sajdah, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302448

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A  
NIK. 190302435

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom  
NIK. 190302486

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 20 Desember 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 Februari 2024



Sigit Triyanto  
NIM. 20.96.2037

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprod. Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Zahrotus Saidah, S.IKom., M.A (Pembimbing)
5. Jogja24jam
6. Dan lain-lain

Yogyakarta, 12 Februari 2024



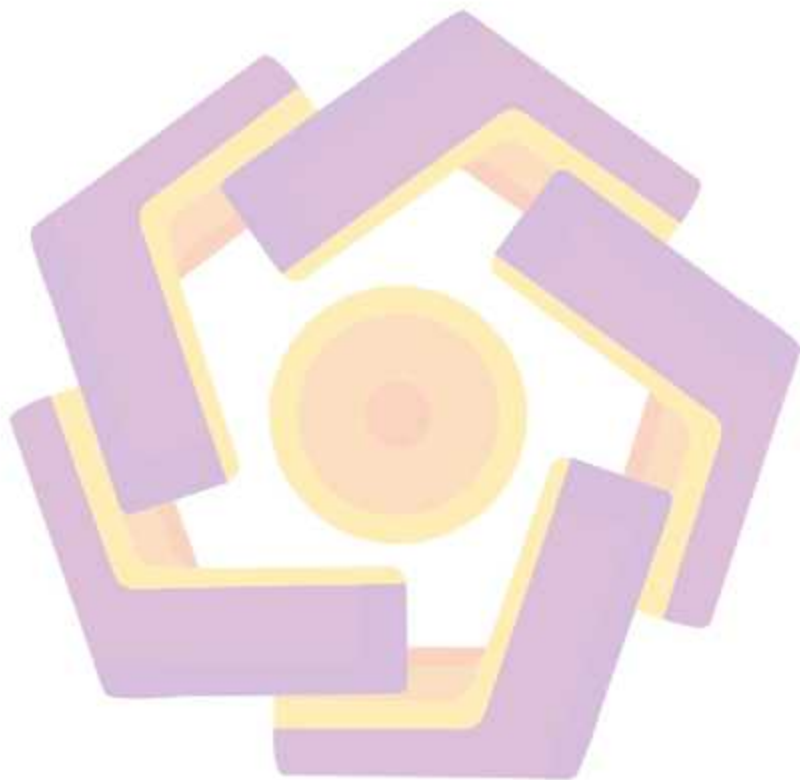
Sigit Triyanto

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
BAB II METODE PENELITIAN .....	4
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....	6
BAB IV PENUTUP .....	14
DAFTAR PUSTAKA .....	15
LAMPIRAN .....	17

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	17
------------------	----





## **ABSTRACT (In English)**

The culinary industry in Yogyakarta has the potential to be developed, one of the efforts that can be carried out is using social media as a promotional medium in order to increase sales and brand awareness. The @jogja24jam account is one of the content creators who is trying to introduce the culinary industry in Yogyakarta through social media Instagram as a promotional medium. This research aims to find out and describe the use of the @jogja24jam account in introducing the culinary industry in Yogyakarta via the Instagram platform. This research approach uses descriptive qualitative with data collection methods through interviews, observation and documentation. The theory used in this research is New Media theory by Pierre Levy. The results of this research show that the use of the Instagram account @jogja24jam in promoting the culinary industry in Yogyakarta is by optimizing various features on Instagram such as collab features, reels, instastory, hashtags and writing interesting captions to have high engagement. The @jogja24jam account creates strategies to increase promotions such as creating copywriting for attractive cover titles, content innovation, and looking for inspiration for trending content on Instagram. The impact of using the @jogja24jam Instagram account as a promotional medium for the culinary industry in Yogyakarta can provide benefits for business actors in increasing sales and increasing brand awareness as well as making it easier for Instagram users to find various culinary references in Yogyakarta.

*Keywords: Instagram, Culinary, Promotions*

## **ABSTRAK (Bahasa Indonesia)**

Industri kuliner di Yogyakarta memiliki potensi untuk dikembangkan, salah satu usaha yang dapat dilakukan diantaranya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan *brand awareness*. Akun @jogja24jam merupakan salah satu konten kreator yang berusaha untuk mengenalkan industri kuliner di Yogyakarta melalui media sosial Instagram sebagai media promosi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pemanfaatan akun @jogja24jam dalam mengenalkan industri kuliner di Yogyakarta melalui platform Instagram. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori *New Media* oleh Pierre Levy. Hasil penelitian ini diketahui bahwa pemanfaatan akun Instagram @jogja24jam dalam mempromosikan industri kuliner di Yogyakarta dengan mengoptimalkan berbagai fitur di Instagram seperti fitur *collab*, *reels*, *instastory*, *hashtag*, dan penulisan *caption* yang menarik agar memiliki *engagement* yang tinggi. Akun @jogja24jam membuat strategi untuk meningkatkan promosi seperti membuat *copywriting* pada judul *cover* yang

menarik, inovasi konten, dan mencari inspirasi konten yang sedang tren di Instagram. Dampak adanya pemanfaatan akun Instagram @jogja24jam sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta dapat memberikan manfaat bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan dan meningkatkan *brand awareness* serta memudahkan pengguna Instagram dalam menemukan berbagai referensi kuliner di Yogyakarta.

**Kata Kunci:** *Instagram, Kuliner, Promosi*

