

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai manajemen media sosial pada akun instagram Makan Pake Receh. Seiring berkembangnya media sosial khususnya yaitu instagram yang saat ini keberadaannya sangat memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mencari informasi atau melakukan promosi kuliner. Berbagai macam serta banyaknya kuliner yang dimiliki Kota Bandung rupanya mendorong terbentuknya akun instagram di bidang kuliner yang bernama Makan Pake Receh (@makanpakereceh).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen media sosial pada akun instagram Makan Pake Receh berdasarkan konsep-konsep manajemen media sosial yang dikemukakan oleh Friedrichsen dan Wolfgang (2013).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori *New Media* dan konsep Manajemen Media Sosial Friedrichsen and Wolfgang (2013). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dengan metode penelitian kualitatif, peneliti akan memperoleh data dengan cara wawancara dan observasi. Sehingga diperoleh data dalam bentuk deskripsi kata-kata dan pendapat dari para informan yang pada akhirnya akan melengkapi data penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat konsep manajemen media sosial yaitu tahap *define the value proposition* yang menjelaskan bahwa dengan menggunakan fitur-fitur instagram dapat menarik perhatian *followers* serta dapat meningkatkan interaksi dengan *followers*. Tahap kedua yaitu *segmentation, targeting, positioning* yang menjelaskan bahwa untuk *segmentation* akun instagram Makan Pake Receh yaitu seluruh masyarakat yang menyukai kuliner terutama kuliner Kota Bandung, untuk *targeting* yaitu memperkenalkan kuliner Kota Bandung dan untuk *positioning* yaitu media sosial yang paling berpengaruh sudah pasti instagram karena lebih sering diakses oleh penggunanya dan memiliki jumlah pengikut yang unggul dibandingkan yang lainnya. Tahap ketiga yaitu *operations and delivery* process yang menjelaskan bahwa akun instagram Makan Pake Receh memiliki caranya sendiri dalam mempublikasikan informasi yang akan mereka unggah. Tahap keempat yaitu *measurements and feedback* yang menjelaskan bahwa akun instagram Makan Pake Receh mendapatkan *feedback* yang baik dari para pengikutnya.

Kata Kunci: Manajemen Media Sosial, *New Media*, Instagram, Promosi, Makan Pake Receh.

ABSTRACT

This study describes the social media management on Instagram account Mekan Pake Receh. Along with the development of social media, especially Instagram, its current existence makes it very easy for its users to find information or carry out culinary promotions. The variety and abundance of culinary delights that the City of Bandung has apparently encouraged the formation of an Instagram account in the culinary field called Mekan Pake Receh (@mekanpakereceh).

This study aims to determine the social media management of the Mekan Pake Receh Instagram account based on the social media management concepts proposed by Friedrichsen and Wolfgang (2013).

In this study, researchers used New Media Theory and Friedrichsen and Wolfgang (2013) Social Media Management concepts. This study uses a qualitative research method with a descriptive type of approach. With qualitative research methods, researchers will obtain data by means of interviews and observations. So that the data obtained in the form of a description of the words and opinions of the informants which will eventually complete the data of this research.

The results of this study indicate that of the four social media management concepts, namely the define the value proposition stage which explains that using Instagram features can attract followers' attention and can increase interaction with followers. The second stage is segmentation, targeting, positioning which explains that for the segmentation of the Mekan Pake Receh instagram account, namely all people who like culinary, especially the culinary of Bandung, for targeting is to introduce the culinary city of Bandung and for positioning, the most influential social media is Instagram because it is more frequently accessed by its users and has a superior number of followers compared to others. The third stage is the operations and delivery process which explains that the Mekan Pake Receh Instagram account has its own way of opening the information they will upload. The fourth stage is measurement and feedback which explains that the Mekan Pake Receh instagram account gets good feedback from its followers.

Keywords: Social Media Management, New Media, Instagram, Promotion, Mekan Pake Receh.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu ngeceskeun ngeunaan manajemen media sosial dina akun instagram Makan Pake Receh. Seiring ngembang na media sosial hususna nyaeta instagram anu ayeuna keberadaana mikeun pisan gampangna haturan para pamake na haturan pilari informasi atawa ngalakukeun promosi kuliner. Sagala rupa macem sarta lobana kuliner anu kagaduh Kota Bandung rupina nyorong kabentuk na akun instagram di widang kuliner anu namina Makan Pake Receh (@makanpakereceh).

Panalungtikan ieu boga tujuan haturan uninga manajemen media sosial akun instagram Makan Pake Receh dumasar konsep-konsep manajemen media sosial anu diungkabkeun ku Friedrichsen and Wolfgang (2013).

Dina panalungtikan ieu peneliti ngagunakeun Teori New Media sarta konsep Manajemen Media Sosial Friedrichsen and Wolfgang (2013). Panalungtikan ieu ngagunakeun padika panalungtikan kualitatif kalawan rupi pendekatan deskriptif. Kalawan padika panalungtikan kualitatif peneliti bade meunang data ku cara wawancara sarta observasi. Ku kituna diperolehlah data dina wangun deskripsi saur-saur sarta pamadegan ti para informan anu dina ahirna bade ngalengkepan data panalungtikan ieu.

Kenging ti panalungtikan ieu nembongkeun yen ti opat konsep manajemen media sosial yaktos babak define the value proposition anu ngeceskeun yen kalawan ngagunakeun fitur-fitur instagram tiasa metot perhatian followers sarta tiasa ngaronjatkeun interaksi kalawan followers. Babak kadua yaktos segmentation, targeting, positioning anu ngeceskeun yen haturan segmentation akun instagram Makan Pake Receh yaktos sakumna balarea anu mikaresep kuliner utamana kuliner Kota Bandung, haturan targeting yaktos ngawanohkeun kuliner Kota Bandung sarta haturan positioning yaktos media sosial anu nu mawi boga pangaruh parantos tangtos instagram margi langkung sering diakses ku pamake na sarta ngabogaan jumlah pamilu anu punjul dibandingkeun anu lianna. Babak katilu yaktos operations and delivery process anu ngeceskeun yen akun instagram Makan Pake Receh ngabogaan carana nyalira dina mempublikasikeun informasi anu bade maranehanana unggah. Babak kaopat yaktos measurements and feedback anu ngeceskeun yen akun instagram Makan Pake Receh meunangkeun feedback anu sae ti para pamiluna.

Sanggem Konci: Manajemen Media Sosial, Media Anyar, Instagram, Promosi, Makan Pake Receh.