

**FOOD PHOTOGRAPHY DI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KAMPANYE  
SOSIAL *HEALTHY FOOD* PADA  
MASYARAKAT URBAN MILLENIAL**

**TUGAS KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**KAYIS IBADUR RAHMAN**

**1131003037**

**PROGRAM STUDI ILMU  
KOMUNIKASI FAKULTAS  
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA 2017**



## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Karya Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.**

**Nama : Kayis Ibadur Rahman**

**NIM : 1131003037**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 13 September 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Karya Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Kayis Ibadur Rahman  
NIM : 1131003037  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : *Food Photography di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial Healthy Food Pada Masyarakat Urban Millenial*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Pengaji dan diterima sebagai bagian pesyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos, MMediaPrac.

Pembimbing 2 : Andreas BN Takdare SE., MT

Pengaji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M.

Pengaji 2 : Ananda Fortunisa, SE, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 September 2017

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-NYA, penulis mampu menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul “*Food Photography* di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial *Healthy Food* Pada Masyarakat Urban Millenial”. Dalam proses penyelesaian tugas karya akhir ini, tentunya tidak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu, memberi dukungan baik melalui motivasi, bimbingan, atau saling bertukar pikiran. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan arahan dan motivasi untuk menyelesaikan tugas karya akhir ini.
2. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos, M.Media Prac. dan Bapak Andreas BN Takdare SE., MT Selaku dosen pembimbing tugas karya akhir yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan pembuatan tugas karya akhir ini.
3. Ibu Dessy Kania B.A., M.A. selaku dosen pembahas pada saat seminar proposal yang membantu dalam memberi masukan bagi penulis.
4. Seluruh dosen Progam Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan berbagi pengalaman kepada penulis.
5. Keluarga besar penulis, terutama Mama, Ka Iin, Ka Ita, Ka Elok, Om Sony, Nabil, Abil, dan keluarga lainnya yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, dukungan materi maupun non materi selama penulis berkuliahan hingga penyelesaian tugas karya akhir.
6. Teman setia penulis, Tashya Febriani yang menemani penulis selama berkuliahan kurang lebih 3 tahun dari kondisi senang maupun sulit, memotivasi, serta mengingatkan penulis untuk tetap berjuang sampai menyelesaikan tugas karya akhir ini.
7. Teman seperjuangan penulis, Karel dan Richard yang berjuang bersama penulis hingga pagi petang serta penghibur pelipur lara dalam kondisi susah maupun senang untuk tetap berjuang hingga garis akhir masa perkuliahan.

8. Pasukan “JO”, Zhanu dan Putra selaku sahabat penulis yang menemani dalam berjuang menyelesaikan perkuliahan ini namun tidak bisa merasakan kelulusan secara bersama-sama.
9. Teman-teman Marcommulezer yang selalu berjuang bersama dalam mengerjakan semua tugas dan ujian selama proses perkuliahan. Terima kasih atas suka duka, canda tawa, dan pengalaman manis yang sudah kita lewati selama ini.
10. Teman-teman Komunal 2013 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
11. Teman-teman Komunal 10, Komunal 11, Komunal 12, Komunal 13, Komunal 14, Komunal 15, Komunal 16 yang sudah menjadi teman dan saudara baru selama diperkuliahan.
12. Teman-teman magang di Colman Handoko Advertising Agency, Nabellahaq, Kina Bulan, Erstasari beserta bayi mungilnya yang memberikan pengetahuan kepada penulis tentang arti pekerjaan dibidang Agency yang sebenarnya.
13. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu mempublikasikan tugas karya akhir penulis disosial media instagram sehingga mendapatkan respon audiens yang membanggakan.
14. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membala segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dan dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta , September 2017

Kayis Ibadur Rahman

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kayis Ibadur Rahman  
NIM : 1131003037  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Tugas Karya Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti **Nonekslusif (Non-Exclusive Royaty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Food Photography di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial Healthy Food  
Pada Masyarakat Urban Millenial”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 September 2017

Yang menyatakan,  
Kayis Ibadur Rahman



**Food Photography di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial Healthy Food  
Pada Masyarakat Urban Millenial**

**Kayis Ibadur Rahman**

---

**ABSTRAK**

Tugas karya akhir ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat khususnya yang tinggal didaerah perkotaan agar lebih sadar akan pentingnya menjalani hidup sehat dengan cara mengkonsumsi makanan sehat yang kaya akan nutrisi, vitamin, dan kandungan lainnya. Pengimplementasian tugas karya akhir ini yaitu dalam bentuk *food photography* dan dikomunikasikan melalui akun media sosial instagram @iamhealtyfood. Berangkat dari teori komunikasi pemasaran mengenai pemasaran sosial dan perilaku konsumen, penulis mengangkat isu untuk mengedukasi pemahaman masyarakat sebatas tingkat kognitif atau pengetahuan masyarakat akan pentingnya menjalani hidup sehat dengan cara mengkonsumsi makanan sehat tersebut. Perencanaan strategi tugas karya akhir ini disusun untuk menjadi panduan penulis dalam memilih langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum eksekusi program diimplementasikan. Proses yang dilakukan dari mulai pra produksi, produksi, pasca produksi, sampai dengan publikasi melalui sosial media instagram dilakukan sesuai perencanaan yang sudah dibuat. Hasil tugas karya akhir ini dianalisa dari fitur instagram *insight* yang dapat menunjukkan seberapa banyak audiens yang terjangkau pada akun sosial media instagram @iamhealthyfood. Hasil tersebut didapatkan tentunya dari berbagai cara promosi yang penulis lakukan salah satunya yaitu menggunakan bantuan *buzzer* atau *micro influencer* untuk meng-upload konten foto beserta *caption* yang disiapkan penulis. Hasilnya terdapat perkembangan audiens yang dilihat dari peningkatan *impression*, *reach*, dan *profile view* pada setiap harinya.

Kata kunci: Fotografi Makanan, Instagram, Kampanye Sosial, Makanan sehat, Pemasaran sosial,

**Food Photography di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial Healthy Food  
Pada Masyarakat Urban Millenial**

**Kayis Ibadur Rahman**

---

**ABSTRACT**

*This final projects to educate people especially for those who lived at the urban to be more aware of importance do the healthy living as well as consuming healthy food contains nutrients, vitamin, and the other mineral. The implementation of final projects is in the form of food photography and communicating through account social media instagram @iamhealthyfood. From marketing communication theory of social marketing and consumer behavior, the writer raise the issue to educate understanding of the people to the level of cognitive or people knowledge about importance of undergo healthy life as well as consuming manner the healthy food. Strategy planning this final projects were conceived to be a guide writer in choosing steps by steps to implemented the final projects program. Processed since pre production, producttion, post production, until the publication through social media instagram be based planning already made. The result of this final projects analysis and obtained form instagram insight features that may indicate how much the audience affordable on accounts social media instagram @iamhealthyfood. These results obtained of various ways promotion writers do one of them is use some buzzer or micro influencer to uploading the content. The results is the developments of audience in terms of increased impressions, reach, and profile view on each day.*

**Keywords:** *Food Photography, Instagram, Social Campaign, Healthy Food, Social Marketing.*

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	ii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	v
<b>ABSTRAK.....</b>	vi
<b>ABSTRACT.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	x
<b>DAFTAR TABEL DAN GRAFIK.....</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	xiii

### **BAB I ANALISIS SITUASI**

1.1 Analisis Latar Belakang Munculnya Gaya Hidup <i>Healthy Food</i> .....	1
1.2 Analisis Latar Belakang Penggunaan Instagram Untuk Mengkampanyekan <i>Healthy Food</i> Dalam Bentuk <i>Food Photography</i> .....	6
1.3 Kampanye <i>Healthy Food</i> Di Indonesia.....	8
1.4 Analisis PEST ( <i>Political, Economic, Socio Cultural, Technological</i> )..	11
1.4.1 Analisis <i>Political</i> .....	11
1.4.2 Analisis <i>Economic</i> .....	13
1.4.3 Analisis <i>Socio Cultural</i> dan <i>Technological</i> .....	15
1.5 Analisis SWOT Kampanye Sosial <i>Health Food</i> .....	16
1.6 Tujuan Komunikasi Yang Inging Di Capai.....	17

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Teori dan Konsep yang Relevan	
2.1.1 Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ) .....	18
2.1.2 Pemasaran Sosial ( <i>Social Marketing</i> ).....	20
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4 <i>Fotography</i> .....	28
2.1.5 <i>Food Fotography</i> .....	33
2.1.6 <i>Healthy Food</i> .....	40

2.1.7 Instagram.....	42
2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
2.3 Penelitian Yang Relevan Sebelumnya.....	50

### **BAB III PERENCANAAN PROGRAM**

3.1 Strategi.....	53
3.2 <i>Goals</i> .....	56
3.3 Target Audiens.....	56
3.4 Analisis SWOT <i>Food Photography</i> di Instagram Sebagai Media Kampanye Sosial <i>Healthy Food</i> .....	57
3.5 Peralatan.....	60
3.6 Produksi dan Pasca Produksi.....	60

### **BAB IV EKSEKUSI PROGRAM**

4.1 Program	
4.1.1 Program <i>Healthy Food Photography</i> .....	62
4.1.2 <i>Storyboard Healthy Food Photography</i> .....	63
4.2 Perencanaan Produksi (Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi)	
4.2.1 Pra Produksi.....	68
4.2.2 Produksi .....	72
4.2.3 Pasca Produksi.....	79
4.3 Anggaran Pembuatan <i>Healthy Food Photography</i> .....	79
4.4 Tim Produksi <i>Healthy Food Photography</i> .....	81
4.5 <i>Social Campaign Healthy Food</i> Melalui <i>Food Photography</i> Sosial Media Instagram	
4.5.1 Konten <i>Healthy Food Photography</i> .....	82
4.5.2 Instagram <i>Analytics</i> .....	86
4.5.3 <i>Feedback</i> Audiens Instagram @iamhealthyfood.....	87

### **BAB V REKOMENDASI**

5.1 Rekomendasi.....	97
----------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0	Fakta Seputar Obesitas Di Indonesia.....	3
Gambar 1.1	Data Pengguna Sosial Media Di Indonesia.....	8
Gambar 1.2	<i>Healthy Food Healthy Me</i> .....	9
Gambar 1.3	<i>Healthy food Healthy Living</i> .....	10
Gambar 1.4	Kampanye Berolahraga dan Makan Makanan Sehat.....	11
Gambar 2.1	<i>The Rule Of Thrids</i> .....	35
Gambar 2.2	<i>Diagonal</i> .....	35
Gambar 2.3	<i>Dead Centre</i> .....	36
Gambar 2.4	Ilustrasi Makanan Sehat.....	41
Gambar 2.5	Logo Instagram.....	43
Gambar 2.6	Fitur Instagram <i>Insight</i> .....	46
Gambar 2.7	<i>Food Photography</i> .....	49
Gambar 3.1	Logo @iamhealthyfood.....	55
Gambar 3.2	Contoh Gambaran Perencanaan Strategi.....	55
Gambar 3.3	<i>Food Photography</i> .....	60
Gambar 4.0	Logo @iamhealthyfood.....	62
Gambar 4.1	<i>Storyboard Healthy Food Photography</i> .....	65
Gambar 4.2	Proses dan Hasil Pemotretan Bertema <i>Ingredients</i> .....	76
Gambar 4.3	Hasil Pemotretan di Lokasi Burgreens.....	76
Gambar 4.4	Proses dan Hasil Pemotretan di Lokasi SNCTRY.....	77
Gambar 4.5	Proses dan Hasil Pemotretan di Lokasi Tesate.....	77
Gambar 4.6	Proses dan Hasil Pemotretan di Lokasi Yello Hotel.....	78
Gambar 4.7	<i>Healthy Food</i> berbahan dasar buah lemon.....	83

Gambar 4.8	Menu <i>Healthy Food</i> Burger Greens.....	83
Gambar 4.9	Menu <i>Healthy Food</i> Smoothie Bowl.....	83
Gambar 4.10	Menu <i>Healthy Food</i> Granola.....	84
Gambar 4.11	Menu <i>Healthy Food</i> Sate Ayam.....	84
Gambar 4.12	Menu <i>Healthy Food</i> Charcoal.....	85
Gambar 4.13	Menu <i>Healthy Food</i> Berbahan Dasar Wortel.....	85

## **DAFTAR TABEL DAN GRAFIK**

Tabel 1.0	Proyeksi Jumlah Unit/Gerai Restoran Cepat Saji di Indonesia Tahun 2011-2016.....	5
Tabel 4.1	Dokumentasi Proses Produksi <i>Healthy Food Photography</i> .....	73
Tabel 4.2	Anggaran <i>Healthy Food Photography</i> Pra-Produksi.....	79
Tabel 4.3	Anggaran <i>Healthy Food Photography</i> Produksi.....	80
Tabel 4.4	<i>Micro Influencer</i> untuk instagram @iamhealthyfood.....	93
Grafik 4.1	<i>Impressions</i> Instagram @iamhealthyfood.....	90
Grafik 4.2	<i>Reach</i> Instagram @iamhealthyfood.....	91
Grafik 4.3	<i>Profile View</i> Instagram @iamhealthyfood.....	91

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Hasil Instagram <i>Insight</i> .....	103
Hasil Komentar Audiens.....	105
Transkrip Wawancara.....	107