

## RINGKASAN

CITRA TANANI. Efektivitas Promosi Produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* melalui Media Instagram. *Effectiveness of Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice Product through Instagram*. Dibimbing oleh SILVIA DEWI SAGITA ANDIK.

Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi (Atmoko:2012) seperti yang telah dilansir dari *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*, jumlah pengguna *instagram* di Indonesia tahun 2020 sebanyak 63 juta jiwa. Data tersebut menjadi alasan kuat untuk penulis menjadikan media sosial *instagram* sebagai media promosi untuk menjual produk hasil modifikasinya.

Hasil survei konsumen pada laporan penyelenggaraan usaha jasa boga pada praktik kerja lapangan tahap satu untuk variabel *place* (tempat) dengan pertanyaan lokasi pembelian produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* mudah ditemukan, dengan nilai 4,69. Menurut beberapa responden, lokasi pembelian produk masih belum mudah untuk ditemukan. Masalah tentang lokasi yang tidak mudah di temukan dapat ditemukan solusinya dengan cara terus aktif berbagi informasi untuk meningkatkan *awareness brand*.

Tujuan umum dari tugas akhir ini adalah untuk melakukan pengukuran efektivitas media sosial *instagram* sebagai media promosi pada produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice*. Tujuan khusus dari tugas akhir ini yaitu (1) menyusun tahapan modifikasi produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* (2) menghitung kandungan energi dan zat gizi dari produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* (3) mengetahui karakteristik *followers* (pengikut) media sosial *instagram @cit\_healthyfood* pada produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* (4) mengetahui efektivitas media sosial *instagram @cit\_healthyfood* sebagai media promosi pada produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada *followers* akun *@cit\_healthyfood*. Responden akan diberikan beberapa pertanyaan terkait efektivitas media sosial *instagram* sebagai media promosi produk *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* menggunakan analisis deskriptif dengan skala likert. Hasil kuesioner dari setiap kategori memiliki nilai rata-rata yang berbeda tetapi semua aspeknya masih termasuk dalam kategori interval sangat efektif. Dapat disimpulkan sangat efektif karena hasil rata-rata termasuk dalam rentang interval 3.67 - 5.00. Terjadi peningkatan dari penjualan *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice*. Hal tersebut menjadikan pelaksanaan promosi secara rutin, konsisten dengan menyuguhkan informasi yang menarik dan relevan termasuk dalam kategori efektif karena berdampak pada peningkatan penjualan *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice*.

Hidangan hasil modifikasi dalam laporan ini adalah *Healthy Gyoza with Grilled Shirataki Rice* dengan konsep makanan sehat untuk penderita obesitas. Metode kerja untuk memodifikasi hidangan *Gyoza* adalah dengan cara mengganti bahan makanan dan teknik pengolahannya.

Kata kunci: *Digital Marketing, Gyoza, Instagram, Shirataki Rice*