

ABSTRAK

Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini digunakan sebagai media promosi. Selain foto, penulisan *caption* menjadi elemen penting dalam melakukan promosi. Penggunaan media sosial Instagram membuat penyebaran informasi menyebar dengan cepat dan menimbulkan terbentuknya *viral marketing*. Promosi yang dilakukan oleh akun *foodstagram* @makanpakereceh berbeda dengan promosi yang dilakukan oleh *foodstagram* lainnya. Karena akun *foodstagram* @makanpakereceh mengulas mengenai kuliner murah di Kota Bandung yang disampaikan melalui narasi dalam *caption*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana karakter serta alur cerita yang dibangun oleh tokoh, serta strategi *viral marketing* yang diterapkan pada setiap narasi melalui model aktansial dan fungsional Algirdas Greimas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma naratif. Metode pengumpulan data menggunakan data primer berupa narasi pada foto yang diunggah pada akun *foodstagram* @makanpakereceh yang diambil melalui media sosial Instagram. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa karakter yang dibangun oleh tokoh Mang Mimin dalam narasi pada unggahan Easy Cafe adalah karakter penggosip dan juga genit, selain itu tokoh juga merupakan karakter yang hemat dan cermat dengan harga suatu makanan atau minuman. Alur cerita merupakan alur maju, dimana narasi menempati kesempurnaan cerita, dalam model fungsional tercapai dan memiliki kesinambungan cerita pada tiap ulasan. Kedua hal tersebut dinilai sebagai strategi yang tepat untuk membangun *viral marketing*.

Kata Kunci: *Foodstagram*, Narasi, Analisis Naratif, Algirdas Greimas, Aktansial, Fungsional