

ABSTRAK

Teknologi informasi dan komunikasi bisa dikatakan semakin maju dan berkembang mengubah gaya hidup dalam berkomunikasi dan pencarian informasi. Dalam perkembangan teknologi yang ada, masyarakat dapat berkomunikasi dan mencari informasi di media sosial *instagram*. Penggunaan *instagram* saat ini bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi bisa dimanfaatkan sebagai media promosi produk maupun jasa dan bahkan bisa dijadikan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi mengenai kuliner, hal ini ditandai dengan munculnya akun @dunikalinerbdg yang memiliki banyak pengikut. Objek dari penelitian ini adalah promosi kuliner yang ada di akun *instagram* @duniakulinerbdg. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pada variabel X menggunakan pendekatan teori 4c yaitu penggunaan media sosial *instagram*, dengan sub variabel *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Ditambah dengan teori minat penggunaan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi yaitu *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* pada variabel Y. Sampel dari penelitian ini yaitu 100 responden dari *followers* akun @duniakulinerbdg dengan teknik *simple random sampling*. Hasil analisis deskriptif pada variabel media sosial diperoleh skor total sebesar 78,3% dan variabel minat penggunaan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi kuliner sebesar 82,05%, sehingga dua variabel ini masing-masing berada pada kategori baik dan sangat baik berdasarkan garis kontinum. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi media sosial terhadap minat penggunaan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi kuliner berdasarkan uji T, dimana $t_{hitung} (6,77) > t_{tabel} (1,66055)$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kemudian, besarnya pengaruh media sosial terhadap minat penggunaan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi kuliner yaitu sebesar 56,5% dan sisanya 43,5% dipengaruhi oleh faktor lain berdasarkan uji koefisien determinasi.

Kata kunci: promosi, media sosial, *instagram*, @duniakulinerbdg, minat penggunaan