

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERTANYAAN TIDAK PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
DAFTAR ISI DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Landasan Teori	5
BAB III RANCANGAN PENELITIAN	8
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	8
3.2 Metode Penelitian.....	8
3.3 Populasi dan Sampel	8
3.4 Teknik Pengumpulan Data	8
3.5 Instrumen Penelitian.....	9
3.6 Teknik Analisis Data	9
3.7 Teknik Penyajian Data	9
BAB IV PEMBAHASAN	10
4.1 Hasil Penelitian	10
4.1.1 Profil Responden.....	10
4.1.2 Konten Visual Makanan	12

4.1.3	Pengaruh <i>Influencer</i> Kuliner	16
4.1.4	Tren Viral dan Komunitas Digital	19
4.1.5	Preferensi Makanan.....	22
4.2	Pembahasan.....	24
4.2.1	Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan dalam Memilih Makanan	24
4.2.2	Peran Konten Visual, Influencer, dan Komunitas Digital dalam Membentuk Preferensi Makanan.....	25
4.2.3	Bentuk Perubahan Pola Konsumsi Makanan Akibat Media Sosial.....	26
4.2.4	Sintesis Temuan Penelitian dengan Kerangka Teori Secara Keseluruhan	26
BAB V PENUTUP		28
5.1	Kesimpulan	28
5.2	Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA		28
LAMPIRAN		30

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 4.1 Umur Responden</u>	<u>10</u>
<u>Gambar 4.2 Jenis Kelamin</u>	<u>11</u>
<u>Gambar 4.3 Media Sosial Yang Diakses</u>	<u>11</u>
<u>Gambar 4.4 Hasil diagram Ketertarikan Visual Makanan</u>	<u>13</u>
<u>Gambar 4.5 Hasil diagram Ketertarikan foto dan vidio.....</u>	<u>13</u>
<u>Gambar 4.6 Hasil diagram Kebiasaan Simpan dan berbagi konten makan</u>	<u>14</u>
<u>Gambar 4.7 Hasil diagram kepercayaan visual yang menarik menutupi kekurangan pada makanan.....</u>	<u>14</u>
<u>Gambar 4.8 Hasil diagram diagram Pengaruh visual dalam mengambil keputusan pemesanan.....</u>	<u>15</u>
<u>Gambar 4.9 Hasil diagram Kepercayaan ulasan influencer di media sosial.....</u>	<u>15</u>
<u>Gambar 4.10 Hasil diagram pengalaman mencoba makanan berdasarkan rekomendasi influencer.....</u>	<u>16</u>
<u>Gambar 4.11 Hasil diagram Kepercayaan kejujuran ulasan influencer</u>	<u>17</u>
<u>Gambar 4.12 Hasil diagram Pengaruh ulasan influencer terhadap persepsi kualitas makanan</u>	<u>17</u>
<u>Gambar 4.13 Hasil diagram Keterbukaan mencoba makanan baru karena rekomendasi influencer.....</u>	<u>18</u>
<u>Gambar 4.14 Hasil diagram Mencoba makanan baru karena media sosial</u>	<u>18</u>
<u>Gambar 4.15 Hasil diagram Media sosial mengubah cara memilih makanan.....</u>	<u>19</u>
<u>Gambar 4.16 Hasil diagram pengaruh Tren viral dalam memutuskan/membeli makanan.....</u>	<u>20</u>
<u>Gambar 4.17 Hasil diagram Mengikuti akun kuliner untuk refrensi tempat/makanan.....</u>	<u>20</u>
<u>Gambar 4.18 Hasil diagram Pengaruh media sosial terhadap tujuan makan sehat.....</u>	<u>21</u>
<u>Gambar 4.19 Hasil diagram Komunitas digital dalam membantu menemukan makanan sesuai selera.....</u>	<u>21</u>
<u>Gambar 4.20 Hasil diagram Mencoba resep atau makanan dari komunitas digital.....</u>	<u>22</u>
<u>Gambar 4.21 Hasil diagram dari Tren makanan sehat</u>	<u>23</u>
<u>Gambar 4.22 Hasil diagram pengaruh keputusan dari rekomendasi komunitas digital.....</u>	<u>23</u>
<u>Gambar 4.23 Hasil diagram motivasi asupan makanan dari media sosial.....</u>	<u>24</u>

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1</u> Dokumentasi Penelitian	30
<u>Lampiran 2</u> Tabulasi Hasil Kuesioner	32
<u>Lampiran 3</u> Lembar Konsultasi	35
<u>Lampiran 4</u> Lembar Konsultasi	36