

**PERAN INFLUENCER DALAM STRATEGI PROMOSI WISATA
KULINER DI PONOROGO**

(Akun Instagram @ariesskuliner)

SKRIPSI



CHIANG CHIANG

18240680

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Chiang Chiang / 18240680 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 6 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Chiang Chiang,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 13 Juli 2022

Pukul : 10.00-11.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III

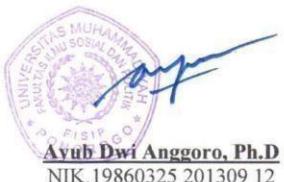

Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0702088201


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605


Krisna Megantari, S.sos., M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan,



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chiang Chiang

Alamat : Desa Karanglo-lor 03/01, Kec. Sukorejo Kab. Ponorogo

NIM : 18240680

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Peran Influencer Dalam Strategi Promosi Wisata Kuliner Di Ponorogo (Akun Instagram @Ariesskuliner)”

Adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 2 Agustus 2022



HALAMAN MOTTO

Sangat termotivasi denga life style nya Nikita Willy dan Indra Priawan, Ingin mendapatkan jodoh seperti suaminya Sandra Dewi (Harvey Moeis) dan perjalanan jodoh seperti Maudy Ayunda dan Jessie Choi



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Influencer Dalam Strategi Promosi Wisata Kuliner Di Ponorogo (Studi Kasus Akun Instagram @Ariesskuliner)”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit juga bantuan, arahan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M. A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya dalam segala aspek kehidupan
4. Teman – teman group INFO (adat’e)

(Clarisa Linda, Maya Hilda, Mega Octavia, Riffa Rahma, Ary Kurniawati)

5. Elma Dian yang selalu ada dan mendukung saya dalam segala aspek kehidupan
6. My Lily yang selalu menghibur saya dengan kekiyowoannya
7. Anni Crisna yang selalu mendukung, menemani saya penelitian dan sebagainya

8. Vera sylviana yang selalu mendukung,menemani healing dan ngopi saat suntuk mengerjakan skripsi
9. Untuk 23 member NCT yang menghiburku dengan konten-konten kerendomannya

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam segala hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi



Ponorogo, 6 Juli 2022

Penulis

Iini. Semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu, saran, kritik dan perbaikan yang membangun sangat penulis nantikan kedepannya. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Kajian Teori	6
1. Influencer	6
2. Definisi Promosi	14
3. Definisi Kuliner	16
4. Instagram dan Algoritma.....	18
5. Bauran pemasaran marketing mix 7P.....	25
B. Kerangka Pikir	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29

A. Lokasi Penelitian	29
B. Jenis Penelitian	29
C. Subjek dan Objek Penelitian	30
D. Data dan Sumber Data	30
E. Validitas Data	35
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Sejarah @ariesskuliner	38
B. Penerapan 3R pada Influencer @ariesskuiner	39
C. Penerapan teori bauran pemasaran 7P.....	42
D. Hasil Penelitian Lapangan Dari Pengguna Jasa Endors	54
E. Analisis Penulis.....	56
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
 LAMPIRAN	
Dokumentasi Penelitian.....	64
Surat Keterangan Turnitin	68

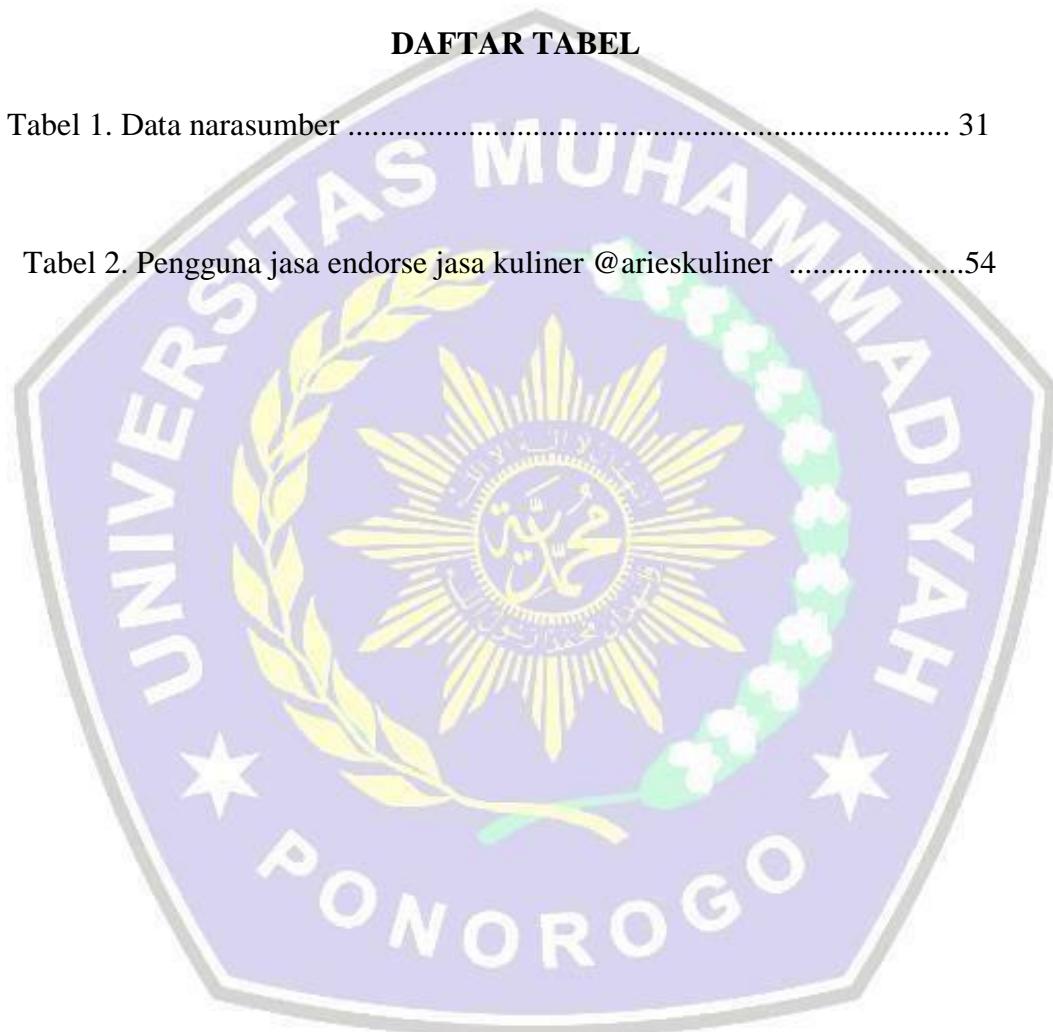
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo @ariesskuline.....	38
-----------------------------------	----

Gambar 2 Followers ariesskuliner	40
Gambar 3. Brand Image pada postingan arisesskuliner	41
 Gambar 4. Like pada Konten ariesskuliner	42
 Gambar 5. Jasa Endorsement Kuliner dan Jasa Foto Product	43
 Gambar 6. Contoh hasil endorsement @ariesskuliner	52
 Gambar 7. Contoh hasil endorsement yang di share ke fb dan tiktok.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data narasumber	31
 Tabel 2. Pengguna jasa endorse jasa kuliner @arieskuliner	54



ABSTRAK

PERAN INFLUENCER DALAM STRATEGI PROMOSI WISATA KULINER DI PONOROGO

(Akun Instagram @ariesskuliner)

Oleh

CHIANG CHIANG

Peran influencer dalam strategi promosi kuliner di ponorogo (Akun Instagram @ariesskuliner). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana peran *Influencer* dalam strategi meningkatkan promosi wisata kuliner yang ada di Ponorogo dengan bauran pemasaran 7P dan penerapan 3R (Solis 2012) pada Influencer. penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif,yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan penjelasan berdasarkan data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data ini menggunakan Teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini yaitu Aris Kurniawan dan para pengguna jasanya. Hasil dari penelitian ini maka disimpulkan Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer di media social Instagram saat ini sedang booming, peran influncer sangat dibutuhkan untuk mempromosikan sebuah produk kuliner menarik daya tarik pembeli dan meningkatkan penjualan. Dalam penelitian dengan menggunakan startegi bauran pemasaran 7P menunjukan bahwa keseluruhan telah berhasil diterapkan namun ada dua indicator yang tidak sesuai.dari strategi harga yang disamaratakan tidak terdapat perbedaan tarif bagi pengusaha kecil sehingga pedangan dengan penghasilan yang kuarang cukup tidak bisa menggunakan jasanya dan kurangnya strategi @ariesskuliner dalam mempromosikan jasanya di Instagaram, seharunya @ariesskuliner menyematkan informasi rate card dan rules di Instagramnya sehingga memudahkan calon konsumen yang akan melakukan endorsement. Dan untuk penerapan 3R dapat disimpulkan bawah @ariesskuliner mampu mengarahkan para pengikutnya untuk menerima sebuah saran dan melakukan pembelian terhadap sebuah barang yang dipromosikan melalui akun social mediannya.

Kata kunci : influencer, bauran pemsaran 7P, 3R Solis, promosi, kuliner.

ABSTRACT

THE ROLE OF INFLUENCER IN THE PROMOTION STRATEGY OF CULINARY TOURISM IN PONOROGO (Instagram account @ariesskuliner)

By CHIANG CHIANG

The role of influencers in culinary promotion strategies in ponorogo (Instagram account @ariesskuliner). The purpose of this study was to find out how the role of influencers in the strategy to increase the promotion of culinary tourism in Ponorogo with the 7P marketing mix and the application of 3Rs (Solis 2012) on influencers. This research uses descriptive qualitative research, namely research that is directed to provide an explanation based on the data obtained. This data collection technique uses interview and observation techniques. The informants in this study were Aris Kurniawan and his service users. The results of this study conclude that the culinary business marketing strategy using influencers on Instagram social media is currently booming, the role of influencers is needed to promote a culinary product to attract buyers and increase sales. Research using the 7P marketing mix strategy shows that all of them have been successfully implemented but two indicators are not appropriate. From the generalized price strategy, there is no difference in rates for small entrepreneurs so traders with less income cannot use their services and lack of @ariesskuliner strategy. In promoting their services on Instagram, @ariesskuliner should embed rate card information and rules on Instagram to make it easier for potential consumers to make endorsements. And for the application of 3R, it can be concluded that @ariesskuliner can direct his followers to accept a suggestion and make a purchase for an item that is promoted through his social media account.

Keywords: influencer, 7P marketing mix, 3R Solis, promotion, culinary.