

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *FOOD VLOGGER* PADA
INSTAGRAM AKUN @ariemadione PERIODE JANUARI – JUNI 2024**

SKRIPSI



Oleh :

Ahmad Hasan Abrori

NIM : 20240818

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2024**

HALAMAN LOGO



**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF FOOD VLOGGER PADA
INSTAGRAM AKUN @ariemadione PERIODE JANUARI – JUNI 2024**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas – Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat – Syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik Di Progam Studi

Ilmu Komunikasi

Oleh :

AHMAD HASAN ABRORI

NIM : 20240818



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ahmad Hasan Abrori / 20240818 ini,
telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 25 Juli 2024

Pembimbing I



Oki Cahyo N. S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Pembimbing II



Deny Wahyu T. S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ahmad Hasan Abrori / 20240818 ini,

telah dipertahankan di depan penguji

pada hari : Selasa

tanggal : 30 Juli 2024

pukul : 11: 00 – 12.00 WIB

Penguji I

Penguji II

Penguji III



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



Denv Wahyu T. S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0707078204



Oki Cahyo D.Sn., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,




Anggoro, Ph.D
NIDN. 19860325 201309 12

MOTTO

sesama manusia harus saling dicintai sebagaimana mencintai dirinya sendiri.

HEB UW NAASTEN LIEF GELIJK U ZELVEN

(H,R. Djimad Hendro Soewarno)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat yang luar biasa, rahmat, serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul strategi komunikasi persuasif food vlogger pada Instagram akun @ariemadione Periode Januari – juni Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dan kekuatan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terimakasih kepada.

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat karunia-Nya sehingga dapat menuntaskan skripsi.
2. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan mendukung agar cita-cita anaknya tercapai dan selalu menanyakan progres pengerjaan skripsi selama ini.
3. Teman sekaligus orang terdekat saya Aulia Nadyasari yang selalu memberikan *support* dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat saya Agus Dwi Istanto, Alfito, Ramadhani Dhuha R, Dimas irham W.P, Fery Riski Vardiansya, Dani Wibisono, Ilham Rocman Saputra yang selalu memberikan *suport*.
5. Teman-teman angkatan Ilmu Komunikasi 2020 yang selalu mendukung.
6. Dosen pembimbing saya Bapak Oki Cahyo Nugroho S. Sn, M,Ikom yang selalu sabar membimbing saya

7. Terima kasih kepada diri sendiri yang mampu tumbuh menjadi pribadi yang kuat dan berani dalam melalui proses jatuh bangun selama menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Hasan Abrori

Alamat : Desa Banaran Rt 03/01, Kec, Geger, Kab, Madiun

NIM 20240818

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul Strategi Komunikasi Persuasif Food Vlogger Pada Instagram Akun @ariemadione Periode Januari – juni adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan 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 yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

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

Ponorogo, 25 Juli 2024

Yang menyatakan

A yellow rectangular official stamp with a red border. It contains the text 'KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN INOVASI' at the top, 'METERAI TEMPEL' in the middle, and the alphanumeric code 'FAF2CALX313379244' at the bottom. A blue ink signature is written over the stamp.

Ahmad Hasan Abrori

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Akun Instagram STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF FOOD VLOGGER PADA INSTAGRAM AKUN @ariemadione PERIODE JANUARI – JUNI 2024 Skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan 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, S.Sos., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugrorho, S.Sn, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing.
4. Aji Pangestu selaku pemilik Akun instagram @ariemadione yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian, juga sudah meluangkan waktu untuk mau di wawancara.
5. Para informan yang sudah mau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti untuk kepentingan peneliti ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 6 Agustus 2024



(Ahmad Hasan Abrori)

ABSTRAK

“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF FOOD VLOGGER PADA INSTAGRAM AKUN @ariemadione PERIODE JANUARI – JUNI 2024

Nama : Ahmad Hasan Abrori

NIM 20240818

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Pembimbing : Oki Cahyo Nugroho S.Sn, M.ikom

Pada era digital saat ini, media sosial seperti Instagram telah menjadi platform yang kuat untuk mempromosikan berbagai produk dan layanan, termasuk industri makanan dan minuman. Food vlogger atau pembuat konten kuliner seperti @ariemadione memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi preferensi makanan dan gaya hidup konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh food vlogger pada akun Instagram @ariemadione dalam mempengaruhi perilaku konsumen terkait pilihan makanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Strategi Komunikasi Persuasif Food Vlogger Pada Instagram Akun @ariemadione Periode Januari – Juni 2024 dapat dianalisis melalui empat tahapan utama yakni Attention, Interest, Desire, dan Action. @ariemadione berhasil memanfaatkan platform media sosial dengan baik untuk mempromosikan kuliner Madiun, menciptakan interaksi yang aktif dengan pengikut, dan terus meningkatkan kualitas konten yang disajikan

Kata Kunci :Food Vlogger , Instagram, Komunikasi Persuasif

ABSTRACT

"FOOD VLOGGER'S PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGY ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @ariemadione January-June 2024 period

Name : Ahmad Hasan Abrori

NIM : 20240818

Study Program: Bachelor of Communication Sciences

Faculty: Faculty of Social and Political Sciences

Supervisor: Oki Cahyo Nugroho S.Sn, M.ikom

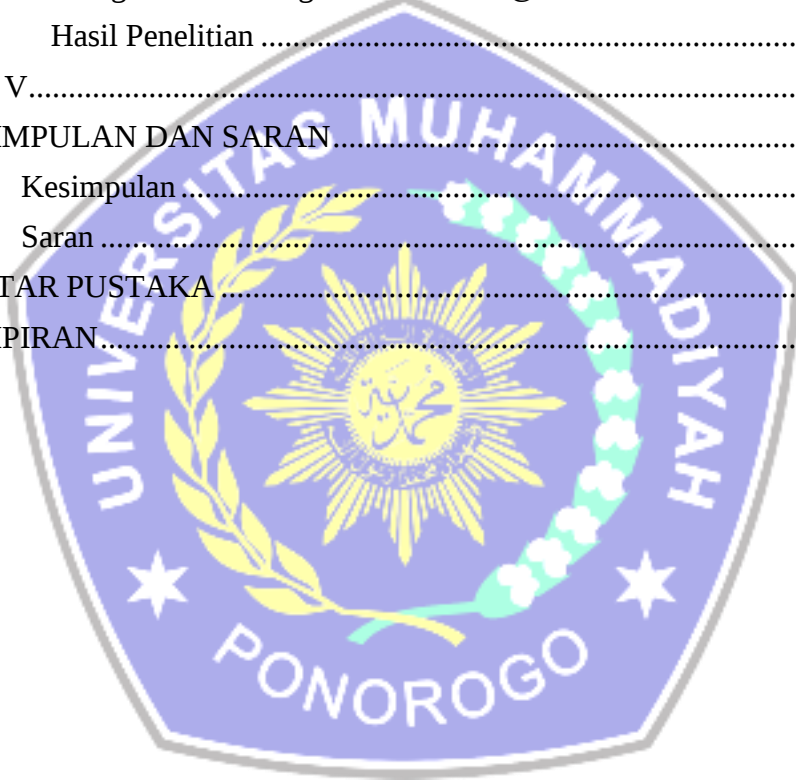
In the current digital era, social media such as Instagram has become a powerful platform for promoting various products and services, including the food and beverage industry. Food vloggers or culinary content creators like @ariemadione have a significant role in influencing consumer food preferences and lifestyles. This research aims to explore the persuasive communication strategies used by food vloggers on the Instagram account @ariemadione to influence consumer behavior regarding food choices. This research uses a qualitative approach with a case study method. Food Vlogger's Persuasive Communication Strategy on Instagram Account @ariemadione can be analyzed through four main stages, namely Attention, Interest, Desire, and Action. @ariemadione has succeeded in making good use of social media platforms to promote Madiun culinary delights, create active interactions with followers, and continue to improve the quality of the content presented

Keywords: Food Vlogger, Instagram, Persuasive Communication

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
B. Media Sosial.....	28
C. Penelitian terdahulu.....	45
D. Kerangka Berpikir.....	47
BAB III	48
METODE PENELITIAN	48
A. Lokasi Penelitian.....	48
B. Waktu Penelitian	48
C. Rancangan Penelitian Dan Pendekatan Jenis Penelitian	48
D. Subjek dan objek Penelitian	49
E. Kehadiran Penelitian	50
F. Sumber Data.....	51

G.	Metode Pengumpulan Data	53
H.	Analisis Data	56
BAB IV		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
A.	Gambaran Umum dan Sejarah Akun Instagram @ariemadione	60
B.	Kategorisasi Postingan Pada Akun @ariemadione	62
C.	Hasil Penelitian	101
BAB V		120
KESIMPULAN DAN SARAN		120
A.	Kesimpulan	120
B.	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA		124
LAMPIRAN		127

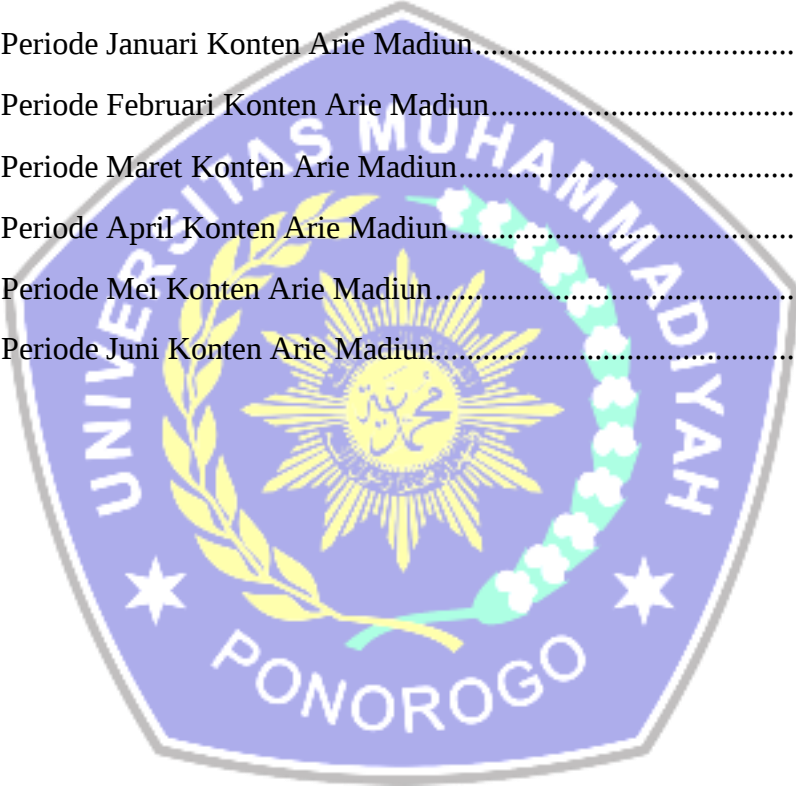


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data pengguna media sosial yang relevan sumber instagram.....	2
Gambar 1.2 kuliner nasi pecel madiun sumber instagram.....	4
Gambar 1.3 seblak madiun sumber instagram	7
Gambar 1. 4 kuliner iga bakar sumber instagram.....	8
Gambar 4.1 Akun Instagram @ariemadione Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)	64
Gambar 4.1 15 Maret 2024 Konten visual menarik Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	108
Gambar 4.2 14.Maret.2024 Konten visual menarik Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	108
Gambar 4.3 15.Maret 2024 Konten visual menarik Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	108
Gambar 4.3 12.Mei.2024 Konten visual menarik Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	108
Gambar 4.5 20 Februari 2024 Thumbnail Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	110
Gambar 4.6 12 Maret 2024 Thumbnail Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)	110
Gambar 4.7 13 juni 2024 Deskripsi yang informatif Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	110
Gambar 4.8 9 Januari 2024 Deskripsi yang informatif Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	110
Gambar 4.9 12 Maret 2024 Deskripsi yang informatif Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	110
Gambar 4.10 13 Maret 2024 Deskripsi yang informatif Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	110
Gambar 4.11 4 Juni 2024 testimoni Sumber : Dokumentasi Penulis (2024) Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)	117
Gambar 4.12 4 Mei 2024 Penawaran Khusus dan Insentif Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	117
Gambar 4.13 10 Maret 2024 Visual yang Menggugah Selera Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)	118
Gambar 4.14 14 Maret 2024 Visual yang Menggugah Selera Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	119
Gambar 4.15 11 Juni 2024 ajakan tindakan Sumber : Dokumentasi Penulis (2024).....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 4.1 Periode Januari Konten Arie Madiun.....	68
Tabel 4.2 Periode Februari Konten Arie Madiun.....	73
Tabel 4.3 Periode Maret Konten Arie Madiun.....	79
Tabel 4.4 Periode April Konten Arie Madiun.....	88
Tabel 4.5 Periode Mei Konten Arie Madiun.....	93
Tabel 4.6 Periode Juni Konten Arie Madiun.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Hasil Wawancara.....	133
Lampiran 2 Lampiran Foto Dokumentasi	139

