

**DIGITAL *PUBLIC RELATIONS FOOD VLOGGER* SEBAGAI AGEN
PROMOSI WISATA KULINER LOKAL (STUDI PADA AKUN TIKTOK
@ponorogojalanjalan PERIODE OKTOBER 2025)**

SKRIPSI



Oleh :

RAVITA SETYARA DEWI

NIM : 22240984

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

2026

HALAMAN JUDUL

DIGITAL *PUBLIC RELATIONS FOOD VLOGGER* SEBAGAI AGEN
PROMOSI WISATA KULINER LOKAL (STUDI PADA AKUN TIKTOK
@ponorogojalanjalan PERIODE OKTOBER 2025)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat untuk
Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

di Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :
RAVITA SETYARA DEWI 22240984

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ravita Setyara Dewi / 22240984 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 18 Januari 2026

Mengetahui,

Dosen Pembimbing 1


Dr. Eli Rurwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Dosen Pembimbing 2


Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ravita Setyara Dewi / 22240984 ini,

telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 27 Januari 2026

Pukul : 10.15-11.00

DEWAN PENGUJI


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605


Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204


Dr. Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ravita Setyara Dewi

Alamat : Desa Ngendut, Kecamatan Balong, Kabupaten Ponorogo

NIM : 22240984

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul *Digital Public Relations Food Vlogger Sebagai Agen Promosi Wisata Kuliner Lokal (Studi Pada Akun TikTok @ponorogojalanjalan Periode Oktober 2025)* 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, 19 Januari 2026

Yang menyatakan


Ravita Setyara Dewi

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *DIGITAL PUBLIC RELATIONS FOOD VLOGGER* SEBAGAI AGEN PROMOSI WISATA KULINER LOKAL (STUDI PADA AKUN TIKTOK @ponorogojalanjalan PERIODE OKTOBER 2025) Skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Starta Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, karena dengan karunia dan kehendak-Nya telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Orangtua dan kelima saudara kandung penulis yang telah memberikan dukungan, doa serta kebahagiaan di hidup penulis.
3. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution S.IP., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Oki Cahyo Nugroho S. Sn., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Eli Purwati, S.Sos., M.I.kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dengan sabar, penuh

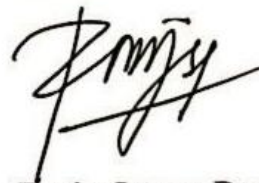
perhatian dan selalu mempermudah jalannya pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu dosen program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
7. Teman-teman baik penulis yang telah mendukung, membersamai dan selalu memberikan doa terbaik untuk penulis
8. Terima kasih untuk *playlist* "Lana Del Rey" yang telah menemani skripsi di antara lelah dan harapan.

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, 19 Januari 2026

Penulis



(Ravita Setyara Dewi)

MOTTO

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia."

(Baskara Putra- Hindia)



ABSTRAK

DIGITAL *PUBLIC RELATIONS* FOOD *VLOGGER* SEBAGAI AGEN PROMOSI WISATA KULINER LOKAL (STUDI PADA AKUN TIKTOK @ponorogojalanjalan PERIODE OKTOBER 2025)

Ravita Setyara Dewi

22240984

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik komunikasi *public relations* konvensional menuju digital *public relations* yang sifatnya terbuka, interaktif dan partisipatif. Media sosial, terutama TikTok menjadi platform strategis dalam membentuk opini publik dan mempromosikan wisata kuliner lokal. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya peran *food vlogger* sebagai agen komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi tentang kuliner, tetapi juga dapat membangun citra serta kepercayaan audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *food vlogger* sebagai agen digital *public relations* dalam mempromosikan wisata kuliner lokal melalui akun TikTok @ponorogojalanjalan periode Oktober 2025. Pada penelitian ini menggunakan teori digital *public relations* dari Philips dan Young yang berisi lima elemen, yaitu transparansi, internet *porosity*, internet sebagai agen komunikasi, *reach* dan *richness in content*. Metode pada penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi digital terhadap konten di TikTok, wawancara dengan *food vlogger*, pelaku usaha kuliner, audiens atau followers aktif serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun TikTok @ponorogojalanjalan telah menerapkan strategi digital *public relations* secara efektif melalui penyampaian informasi yang terbuka atau transparan, konten visual yang informatif dan menarik, jangkauan audiens yang luas, serta interaksi dua arah yang aktif dengan audiens. Strategi tersebut berkontribusi dalam membangun citra positif, meningkatkan *awareness*, dan memperkuat promosi wisata kuliner lokal Ponorogo.

Kata kunci: Digital *Public Relations*, *Food Vlogger*, TikTok, Wisata Kuliner Lokal, Promosi Digital

ABSTRACT

DIGITAL PUBLIC RELATIONS FOOD VLOGGERS AS LOCAL CULINARY TOURISM PROMOTION AGENTS (A STUDY ON THE @ponorogojalanjalan TikTok ACCOUNT, OCTOBER 2025)

*Ravita Setyara Dewi
22240984*

The development of digital technology has transformed conventional public relations communication practices into digital public relations, which are open, interactive, and participatory. Social media, especially TikTok, has become a strategic platform for shaping public opinion and promoting local culinary tourism. This phenomenon is marked by the increasing role of food vloggers as communication agents who not only convey culinary information but also build image and audience trust. This study aims to analyze the role of food vloggers as digital public relations agents in promoting local culinary tourism through the @ponorogojalanjalan TikTok account for the period of October 2025. This study uses the digital public relations theory by Philips and Young, which consists of five elements: transparency, internet porosity, the internet as a communication agent, reach, and richness in content. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques included digital observation of TikTok content, interviews with food vloggers, culinary entrepreneurs, active audiences or followers, and documentation. The results indicate that the TikTok account @ponorogojalanjalan has implemented an effective digital public relations strategy through open and transparent information delivery, informative and engaging visual content, broad audience reach, and active two-way interaction with the audience. This strategy contributes to building a positive image, increasing awareness, and strengthening the promotion of Ponorogo's local culinary tourism.

Keywords: Digital Public Relations, Food Vlogger, TikTok, Local Culinary Tourism, Digital Promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Kajian Teori.....	14
1. Digital Public Relations	14
2. <i>Food Vlogger</i> sebagai Komunikator	17
3. TikTok sebagai Platform Media Sosial	20
4. Wisata Kuliner Lokal	21
5. E-WOM.....	24
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pikir	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Subjek dan Objek Penelitian	32
D. Sumber Data.....	32
E. Validitas Data	33
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Sejarah @ponorogojalanjalan	37

B. Hasil Penelitian	38
C. Pembahasan Hasil	68
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: We Are Social dan Meltwater.....	2
Gambar 2:	
https://www.tiktok.com/@ponorogojalanjalan?is_from_webapp=1&sender_device=	7
Gambar 3. Logo @ponorogojalanjalan.....	37
Gambar 4. Konten dengan informasi harga	41
Gambar 5. Informasi lokasi pada caption konten.....	42
Gambar 6. Komentar audiens bahwa konten jujur sesuai realita	43
Gambar 7. Aktivitas terbukanya ruang komunikasi antar audiens pada kolom komentar akun TikTok @ponorogojalanjalan.....	46
Gambar 8. Pemanfaatan hastag pada caption, fitur repost dan share oleh audiens.....	50
Gambar 9. Jumlah tayangan pada akun TikTok @ponorogojalanjalan	53
Gambar 10. Visual kuliner dan suasana tempat kuliner pada konten TikTok @ponorogojalanjalan	56
Gambar 11. Akun @ponorogojalanjalan membalas komentar audiens	59
Gambar 12. Pertukaran informasi antar audiens di kolom komentar.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Postingan konten video di akun TikTok @ponorogojalanjalan pada bulan Oktober 2025.....	80
Lampiran 2 : Dokumentasi wawancara dengan informan penelitian.....	81
Lampiran 3 : Tangkapan layar wawancara melalui DM TikTok dengan audiens dan followers aktif akun TikTok @ponorogojalanjalan.....	82
Lampiran 4 : Pedoman Wawancara.....	85
Lampiran 5 Surat Ijin Penelitian	88
Lampiran 6 Surat Bebas Plagiasi	89

