

**PENERAPAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* KULINER MELALUI
APLIKASI INSTAGRAM (*E-WOM* DIKALANGAN FOOD BLOGGER
MILENIAL DI PEKANBARU)**

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

THATA SHAFIRA DWI ANANDA
NIM. 11643201355

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAMNEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2021



PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul "Penerapan *Electronic Word of Mouth* Kuliner Melalui Aplikasi Instagram (*E-WoM* Dikalangan Food Blogger Milenial di Pekanbaru") :

Nama : Thata Shafira Dwi Ananda
NIM : 11643201355
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 2 November 2020

Sehingga skripsi ini dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Desember 2020

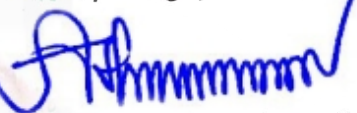
Dekan,


Dr. Nurdin, M.A

NIP.19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua / Penguji I



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Penguji III



Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si
NIP. 19700301 199903 2 002

Sekretaris / Penguji II



Rosmita, M.Ag
NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji IV



Sudianto, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara:

NAMA : Thata Shafira Dwi Ananda
NIM : 11643201355
PRODI : Ilmu Komunikasi
JUDUL SKRIPSI : PENERAPAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* KULINER
MELALUI APLIKASI INSTAGRAM
(*E-WOM* DIKALANGAN FOOD BLOGGER MILENIAL DI
PEKANBARU)

Kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uneversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Tika Mutia, M.I.kom

NIP. 19861006 201903 2 010

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih

NIP. 19691118 199603 2 001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Proposal dengan judul “**FENOMENOLOGI EWOM (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) DI KALANGAN GENERASI MILENIAL PEKANBARU DI INSTAGRAM**” yang diajukan oleh saudara :

Nama : THATA SHAFIRA DWI ANANDA
NIM : 11643201355
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:

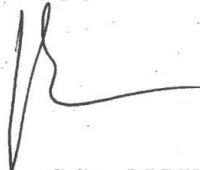
Hari / Tanggal : Selasa, 31 Desember 2019

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Ruang Munaqasyah II

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penguji I



Usman, S.Sos, M.I.Kom
NIK. 130 417 119

Pekanbaru, 31 Desember 2019
Penguji II



Suardi, M. I. Kom
NIP. 19780912 201411 1 003



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Thata Shafira Dwi Ananda

NIM : 11643201355

Tempat/Tanggal lahir : Pekanbaru, 7 September 1998

Judul Skripsi : **Penerapan Electronic Word of Mouth Kuliner Melalui Aplikasi Instagram (E-WoM di Kalangan Food Blogger Milenial di Pekanbaru.)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini jika ada ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 22 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Thata Shafira Dwi Ananda

NIM. 11643201355

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dosen Pembimbing Skripsi

Pekanbaru, 26 Agustus 2020

No : Nota Dinas

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi saudara **Thata Shafira Dwi Ananda**, NIM: **11643201355** dengan judul **“Fenomena E-WOM Kuliner Dikalangan Generasi Milenial Pekanbaru (Studi Fenomenologi E-WOM Kuliner di Instagram)”**. Untuk diajukan pada **Ujian Skripsi/Munaqasyah** Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.
Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,

Pembimbing,

Tika Mutia, M.I.Kom

NIP. 19861006 201903 2 010



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Thata Shafira Dwi Ananda
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Penerapan *Electronic Word Of Mouth* Kuliner Melalui Aplikasi Instagram (*E-WOM* Dikalangan Food Blogger Milenial di Pekanbaru)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi saat ini, terutama penggunaan media sosial sebagai media baru khususnya instagram. Diketahui bahwa berselancar di internet memudahkan orang untuk mengakses informasi dengan cepat, begitu pula informasi kuliner yang saat ini bisa ditemui di instagram. Para *food blogger* dan *influencer* melakukan *e-WOM (Electronic word of mouth)* di Instagram agar informasi tersebut dapat tersebar luas dengan cepat. *E-Wom* merupakan penyampaian informasi yang dahulu nya disampaikan dari mulut ke mulut namun sekarang dilakukan melalui media elektronik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini adalah mendapat motif, makna, dan pengalaman komunikasi *e-wom* yang dilakukan oleh foodblogger milenial di Pekanbaru. Hasil penelitian di dapat dari 3 informan yang mendapati bahwa mereka mempunyai motif melakukan *e-WOM* kuliner untuk berbagi informasi, mendapati makna melakukan *e-WOM* untuk membantu usaha-usaha kuliner yang ada di pekanbaru dan juga mendapati pengalaman komunikasi bahwa penyampaian informasi tidak selalu diterima baik oleh para *followers* sosial media instagram. Secara keseluruhan fenomena *e-WOM* ini memberi dampak yang besar dikalangan generasi milenial pekanbaru yang menggunakan instagram sebagai gaya hidup.

Kata Kunci: *e-WOM, generasi milenial, fenomena, food blogger, influencer*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Thata Shafira Dwi Ananda
Departement : Communication
Title : Application Electronic Word Of Mouth Culinary On Instagram (E-Wom The Food Blogger Millennial Pekanbaru On Instagram)

This research is motivated by current technological developments, especially the use of social media as new media, especially Instagram. It is known that surfing the internet makes it easy for people to access information quickly, as well as culinary information that can currently be found on Instagram. Food bloggers and influencers conduct e-WOM (Electronic word of mouth) on Instagram so that information can spread widely quickly . E-Wom is the delivery of information that was previously conveyed by word of mouth but is now done through electronic media. This study used a qualitative descriptive method with a phenomenological approach. This study used a purposive sampling technique. Data collection was obtained through interviews, observation and documentation. The purpose of this research is to get the motives, meanings, and experiences of e-wom communication carried out by millennial food bloggers in Pekanbaru. The results of the research were obtained from 3 informants who found that they had a motive for doing e-WOM culinary to share information, found the meaning of doing e-WOM to help culinary endeavors in Pekanbaru and also found communication experiences that information delivery was not always well received by Instagram social media followers. Overall, the e-WOM phenomenon has a big impact among the Pekanbaru millennial generation who use Instagram as a lifestyle.

Keywords: e-WOM, millennial generation, phenomenon, food blogger, influencer



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT Tuhan semesta alam, yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini guna melangkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1).Shalawat dan salam senantiasa peneliti ucapkan untuk Murabbi sejati, Uswatul hasanah bagi umat manusia, Nabi Muhammad SAW, yang telah sukses menyebarkan dakwah dan Agama Islam Rahmatanil'alamin yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunah. Semoga kita tetap berpegang teguh dan istiqomah kepada keduanya.

Skripsi dengan judul Fenomena e-WOM (Electronic Word Of Mouth) Kuliner Dikalangan Generasi Milenial Pekanbaru merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti menerima kritik, saran, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih **terutama** kepada **Allah SWT dan Orang Tua**. Selain itu peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Prof. Dr. Suyitno, M.Ag
2. Bapak Dr. Nurdin M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. Masduki M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I,II,III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dra. Atjih Sukaesih selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Tika Mutia, M.I.kom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mengarahkan, membimbing dan memberi masukan kepada peneliti hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Mardiah Rubani, M.Si selaku Penasehat Akademik. Terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepadapeneliti.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwan dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang diberikan semoga menjadi bekal yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
7. Karyawan/i Fakutas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Kepada para narasumber penelitian yang telah meluangkan waktu nya untuk saya wawancarai, @dealpku, @pku.eatlovers, dan @pekanbarukuliner, semoga sukses selalu.
9. Teristimewa dan tersayang buat keluarga besar peneliti, Papa, Ibu, Bang Abet, Bang Rangga, Uti, Aliya, Kak Ai, Kak Ami dan Keponakan ku tersayang, Syahanna, Syaquilla dan Baby yang masih di perut Kak Ai yang selalu mendo'akan,memberikan semangat dan pengorbanannya baik dari segi moril dan materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga semuanya senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
10. Kepada keluargasaya, Pak Ilis, Tek Intan, Mamak Fatimah, sepupu-sepupu, Mama dan Papa Kak Ai dan Kak Ami yang selalu memberi semangat dan juga menasehati peneliti agar senantiasamenyelesaikan apa yang sudah saya mulai.
11. Kepada keluarga besar OZORA Photography yang sudah memberikan saya kesempatan untuk bergabung menjadi bagian di perusahaan ini dan selalu mensupport dalam pengerjaan skripsi.
12. Kepada teman-teman terbaik saya yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu persatu kecuali Iyan Ganteng, agar tidak ada kecemburuan sosial dalam perteman kita, terimakasih atas hiburan, hinaan, dukungan dan segalanya selama ini. 😊
13. Dan sekali lagi saya ucapkan, terimakasih kepada **DIRI SAYA SENDIRI, THATA SHAFIRA DWI ANANDA**, bahwa kamu hebat telah berada di tahap ini. Semoga hidupmu menjadi lebih baik kedepannya. Semangat, Thata! 😊

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Aamiin ya rabbal alamin.*

Pekanbaru, Januari 2021

THATA SHAFIRA D.A
NIM. 11643201355

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I 1	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Ruang Lingkup Kajian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7
F. Sistematika Penelitian	8
BAB II	10
A. Teori.....	10
1. Fenomenologi	10
2. <i>E-WOM (Electronic Word Of Mouth)</i>	11
2.1 Aspek-aspek dalam e-WOM (<i>Electronic Word Of Mouth</i>)	12
3. Generasi Milenial.....	13
4. Social Media Instagram.....	14
5. <i>Food Blogger</i>	15
6. <i>Influencer</i>	15
B. Kajian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Pikir.....	19
BAB III	21
A. Jenis Data dan Pendekatan Penelitian.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
C. Sumber Data.....	23
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Validitas Data.....	26
G. Teknik Analisis Data	26



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV	28
A. Tampilan Instagram.....		28
B. Interaksi.....		31
C. Potret Pelaku Kuliner		35
D. Profil Informan.....		36
BAB V	37
A. Hasil Penelitian		37
1. Motif e-WOM Kuliner di kalangan generasi milenial Pekanbaru di instagram.....		38
2. Makna e-WoM kuliner di kalangan generasi milenial Pekanbaru di Instagram.....		46
3. Pengalaman komunikasi di kalangan generasi milenial Pekanbaru di Instagram.....		50
B. Pembahasan.....		53
BAB VI	57
A. Kesimpulan		57
B. Saran		58
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
Hasil Dokumentasi		
Pedoman Wawancara		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Profil Informan.....	36
--------------------------------	----



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4.1 Tampilan Instagram @pku.eatlovers	29
Gambar 4.2 Tampilan Instagram @dealpku.....	30
Gambar 4.3 Tampilan Instagram @pekanbarukuliner.....	31
Gambar 4.4 Interaksi @pku.eatlovers_	32
Gambar 4.5 Interaksi @dealpku.....	32
Gambar 4.6 Interaksi @pekanbarukuliner.....	33
Gambar 4.7 Potret pelaku kuliner.....	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan saat ini membawa pengaruh yang sangat besar di berbagai bidang, salah satunya yaitu pada bidang kuliner. Seperti halnya para *foodblogger* yang menggunakan social media sebagai wadah berbagi informasi kuliner. Makanan yang merupakan kebutuhan pokok manusia kini menjadi sesuatu yang bernilai estetika dan terkadang menjadi objek foto. Kemajuan teknologi ini menjadikan manusia harus bisa menyesuaikan diri dan mengikuti perkembangan yang ada. Hal ini lah yang menjadikan media social sebagai akses mereka mendapatkan informasi dengan cepat.

Instagram adalah jejaring social berbasis fotografi yang tercipta pada tahun 2010. Penggunaanya dapat membagikan foto, video, story, dan juga bisa saling berinteraksi menggunakan fitur komen, like dan direct messages kepada pengguna lainnya. Kemunculan jejaring social Instagram ini menjadikan teknologi informasi telah memasuki pasar utama dan dikembangkan lebih jauh yang disebut dengan *new wave technology*. Hermawan Kertajaya mengungkapkan bahwa *new wave technology* adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antarindividu dan kelompok.¹

Peneliti sebagai salah satu pengguna aktif instagram, melihat bahwa kuliner di Pekanbaru sedang hype sekali dan Instagram adalah media social pertama yang membagikan hal-hal berbau kuliner tersebut menjadi mudah di

¹Hermawan Kertajaya, *New Wave Marketing*, (PT.Gramedia Pustaka Utama, 2010)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akses. Dengan berkembangnya teknologi internet ini, maka akun instagram food blogger yaitu orang-orang yang suka kuliner lalu membagikan ke social media terutama instagram melihat peluang untuk menjadi akun instagram yang bermanfaat bagi orang lain di bidang kuliner, maka muncul lah istilah *E-WOM (Electronic Word Of Mouth) (Electronic Word Of Mouth)*. *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* sekarang ini dianggap sebagai evolusi dari komunikasi tradisional interpersonal yang menuju generasi baru dari cyberspace. Dalam aktivitas *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* ini konsumen akan mendapatkan tingkat transparansi pasar yang tinggi, dengan kata lain konsumen memiliki peran aktif sehingga mampu memengaruhi produk dan harga berdasarkan referensi individu.²

Para *food blogger* ataupun *influencer* melakukan hunting kuliner di Kota Pekanbaru ataupun mendapat kiriman makanan dari para pedagang yang ingin makanannya di promosikan, kemudian hasil ulasan makanan tersebut diunggah pada *story* dan *feeds* instagram untuk dilihat oleh *pengikut* yang kebanyakan adalah generasi milenial. Jadi generasi milenial yang merupakan segmentasi pasar dari akun para food blogger tersebut bisa mengakses info kuliner yang di rekomendasikan. Teknik yang dilakukan oleh generasi milenial / para pengikut akun *food blogger* ini adalah penyampaian mulut ke mulut yang dilakukan melalui instagram, maka dikategorikan sebagai *electronic word of mouth*. Dimensi *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)*

²Devita Wardiyastuti, "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen melalui *brand image*(studi pada followers instagram wedanganradjiman sebagai calon konsumen), Januari 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

menurut Goyette et al dalam Priansa (2017) adalah intensitas (*intensity*), *valence of opinion, content*.³

Melihat banyak nya akun-akun kuliner ini, peneliti mendapat beberapa akun instagram kuliner yang memiliki pengaruh yaitu: @pekanbarukuliner (90.300 pengikut), @pku.eatlovers_ (64.000), dan @dealpku (39.400). Dari 3 akun yang disebutkan ini, masing-masing nya punya ke-khas-an tersendiri dalam membagikan ulasan kuliner terhadap pengikut nya. Penggunaan Instagram sebagai *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* kuliner ini menjadi sebuah fenomena baru yang ada di dalam media social, akun-akun kuliner ini seolah menjadi pusat informasi para pengikut tentang kuliner pekanbaru, mulai dari kuliner kekinian, kuliner daerah, dan juga kuliner-kuliner khas yang sudah susah ditemui.

Maka dari itu, sesuai penjelasan diatas penelitian ini memfokuskan pada fenomena food blogger milenial yang ingin berbagi informasi kuliner melalui instagram yang dimana penyampaian yang dilakukan di instagram itu disebut *e-wom*. Disini peneliti menggunakan teori fenomenologi dari Alfred Schutz, yaitu para food blogger milenial ini tentu punya suatu tujuan (motif) dalam menjalankan *e-wom*, kemudian mereka mempunyai pandangan sendiri dalam memaknai *e-wom* kuliner di Pekanbaru dan juga apa pengalaman mereka dalam menjalani *e-wom* tersebut.

Dari uraian tersebut maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai penerapan *e-wom* melalui aplikasi instagram ini.

³ Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Jakarta: CV. Pustaka Setia (2017)

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah satu penafsiran terhadap kata-kata dalam penelitian ini, maka peneliti perlu untuk memberikan penegasan istilah sebagai berikut :

1. Fenomenologi

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, dapat di pahami bahwa *e-WoM* merupakan sebuah fenomena yang terjadi di kalangan *Food blogger* milenial kota Pekanbaru, maka dari itu penulis menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz dalam penelitian ini. Istilah Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti “menampak” dan *phainomenon* merujuk pada “yang menampak”, diperkenalkan oleh Johann Heirinchk. Kemudian jika dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yaitu: *phenomenon* yang artinya realitas yang tampak, dan *logos* artinya ilmu. Fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Kuswarno juga menyebutkan bahwa fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman seseorang mengenai dunia dibentuk oleh hubungan orang pada satu sama lain).⁴

2. *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)*

Pada masa perkembangan teknologi seperti yang terjadi sekarang ini, menyampaikan Informasi secara tradisional dari mulut ke mulut dinilai

⁴Engkus Kuswarno, *Fenemonologi* (2009)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sudah terlalu efektif dengan kebutuhan saat ini, oleh karenanya penyampaian informasi yang lebih praktis lebih dibutuhkan yang salah satunya adalah melalui sosial media. Kegiatan menyampaikan informasi secara elektronik atau dengan sosial media yang saat inilah kita kenal dengan istilah *e-WoM*, yang juga dilakukan oleh food blogger milenial Pekanbaru. Evolusi dari komunikasi tradisional interpersonal yang menuju generasi baru dari *cyberspace*. Dalam aktivitas *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)* ini konsumen akan mendapatkan tingkat transparansi pasar yang tinggi, dengan kata lain konsumen memiliki peran aktif sehingga mampu mempengaruhi produk dan harga berdasarkan referensi individu.⁵

3. Kuliner

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa lauk-pauk, panganan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak- memasak yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari.

4. *Food Blogger*

Food Blogger adalah istilah yang digunakan untuk pembuat konten blog khusus kuliner, biasanya mengenai wisata kuliner atau resep-resep makan dalam suatu website online maupun social media.

⁵Park, D.H & Kim, S. *The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view. Electronic Commerce Research and Applications*, (2008)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Milenial

Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 1995.⁶ Generasi atau generasi milenial ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Minat baca secara konvensional menurun karena generasi milenial memilih membaca melalui smartphone mereka.
- b. Milenial wajib memiliki akun social media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi
- c. Milenial pasti lebih memilih smartphone daripada televisi.
- d. Milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka.⁷

6. Instagram

Social media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online melalui akses internet.

Beberapa akun yang akan di teliti diantaranya yaitu: akun influencer yang tidak menggunakan nama asli namun sering berbagi info kuliner @pku.eatlovers_ (64.000), dan @dealpku (39.400). Kemudian ada akun @pekanbarukuliner (90.300 pengikut) yang dimana akun ini memang bertujuan berbagi info kuliner dan mempunyai tim untuk meliput langsung kuliner tersebut.

⁶Hassanudin Ali dan Lilik Purwandi, *Millennial Nusantara*, 2017

⁷Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*, 2018

C. Ruang Lingkup Kajian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka ruang lingkup kajian yang diteliti pada penelitian ini hanya membahas tentang Penerapan *E-WOM* Kuliner Melalui Aplikasi Instagram.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, maka rumusan masalah yang akan diteliti ialah sebagai berikut: “Bagaimana Penerapan *E-WOM* Kuliner Melalui Aplikasi Instagram.”

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah mengetahui:

- Motif *e-wom* kuliner yang dilakukan foodblogger milenial
- Makna *e-wom* kuliner yang dilakukan foodblogger milenial
- Pengalaman yang didapat foodblogger milenial setelah melakukan *e-wom* kuliner

2. Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna dan memberikan manfaat yang besar baik secara teoritis maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumbangan dari perspektif akademis bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan pengembangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



F. Sistematika Penelitian

Agar penelitian terarah, maka perlu ditentukan sistematika penelitian perencanaan, pengamatan, pelaporan, dan analisis serta kesimpulan dari hasil penelitian. Maka penelitian penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara garis besar berkenaan latar belakang masalah, penegasan istilah, permasalahan, identifikasi masalah,

Ilmu Humaspada khususnya.Persyaratan peneliti sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi.Dapat memberikan referensi dan masukan-masukan bagi dosen, mahasiswa dan Masyarakat umum yang memerlukan informasi terkait dengan Skripsi ini.

b. Manfaat Praktis

Untuk memberikan gambaran secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai Fenomena e-WOM (Electronic Word Of Mouth) Kuliner Dikalangan Generasi Milenial Pekanbaru.Serta dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.Bagi peneliti, memberikan pengalaman dan wawasan dalam menerapkan Ilmu Pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



batasan masalah, rumusan masalah tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini menjelaskan teori dan kajian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi yang dipakai dalam penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan dari penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang rangkuman dan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Teori

1. Fenomenologi

Istilah Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, Phainoai, yang berarti “menampak” dan phainomenon merujuk pada “yang menampak”, diperkenalkan oleh Johann Heirinchk. Kemudian jika dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yaitu: phenomenon yang artinya realitas yang tampak, dan logos artinya ilmu. Fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Kuswarno juga menyebutkan bahwa fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka inter subyektivitas (pemahaman seseorang mengenai dunia dibentuk oleh hubungan orang pada satu sama lain).⁸

Alfred Schutz mengatakan bahwa manusia adalah makhluk social yang akan selalu melakukan tindakan social. Tindakan social ini berorientasi pada perilaku manusia dimasa lalu, masa sekarang dan juga masa depan. Fenomenologi adalah bagaimana memahami tindakan social melalui penafsiran. Proses ini dapat digunakan untuk memperjelas konsep kepekaan yang implisit. Maka setiap individu bisa menggunakan symbol-simbol yang telah diwariskan padanya, untuk memberi makna pada

⁸Engkus Kuswarno, *Fenomenologi* (2009)

tingkah lakunya sendiri.⁹ Penelitian Fenomenologi pada hakekatnya adalah berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Fenomenologi mencari jawaban tentang makna dari suatu fenomena. Pada dasarnya ada dua hal utama yang menjadi focus dalam penelitian fenomenologi yakni:

- a. Textural description: apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat factual, hal yang terjadi secara empiris.
- b. Structural description: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respon subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan pengalaman tersebut.¹⁰

Secara sederhana, fenomenologi komunikasi memberikan suatu pendekatan ilmu untuk mempelajari suatu fenomena dengan cara dan keunikan dari sisi orang-orang yang diamati.¹¹

2. *E-WOM (Electronic Word Of Mouth)*

e-WOM (Electronic Word Of Mouth) adalah sarana komunikasi yang berupa saran negative ataupun positif yang terjadi di internet.¹² Setiap orang yang telah mengkonsumsi sebuah produk akan memberikan ulasan terhadap produk tersebut dan akan menyampaikannya di social

⁹ Engkus Kuswarno, *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*, (2009)

¹⁰ Hasbiansyah, *Pendekatan Fenomenologi: Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*, (2008)

¹¹ Tika Mutia, *Fenomenologi Komunikasi Generasi Z di Kota Pekanbaru*, Vol. 10, No.1 (April 2016)

¹² Hennig-Thurau, *Electronic Word Of Mouth via Consumer-Opinion Platforms*, (2004)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media yang bisa diakses oleh orang lain. Internet telah menyebarkan informasi dari mulut ke mulut secara simultan dimana-mana dan menjadi keharusan secara fisik.¹³ *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* menjadi tren baru karena penyebaran melalui elektronik sehingga memiliki potensi besar dalam penyebaran ide-ide konsumen.

Jadi *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* ini merupakan komunikasi yang berkembang dari WOM secara elektronik atau dengan penggunaan internet, yang dimana konsumen sebuah produk membagikan sebuah pengalamannya setelah mencoba produk tersebut atau dapat memanfaatkan pengalaman orang lain untuk mencoba produk yang sama. Pengalaman yang dibagikan tersebut bisa berupa pengalaman negative atau pun positif yang akan membuat konsumen memutuskan akan menggunakan atau mencoba produk yang sama tersebut.

2.1 Aspek-aspek dalam e-WOM (*Electronic Word Of Mouth*)

Goyette membagi *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* dalam tiga dimensi yaitu:

a. *Intensity*

e-WOM (Electronic Word Of Mouth) adalah banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen dalam sebuah situs jejaring social. Intensity ini terdapat beberapa indikator:

1. Frekuensi mengakses informasi dari situs jejaring social
2. Frekuensi interaksi dengan pengguna jejaring social

¹³Xia & Bechawati, *Word of mouse: The role of cognitive personalization in online consumer reviews. (2011)*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Banyaknya ulasan yang ditulis oleh pengguna situs jejaring social

b. *Valence of Opinion*

Pendapat konsumen yang positif maupun negative mengenai produk, jasa dan brand. Valence of Opinion meliputi:

1. Komentar positif dari pengguna situs jejaring social
2. Rekomendasi dari pengguna situs jejaring social

c. *Content*

Isi informasi jejaring social yang berkaitan dengan produk dan jasa.

Indikatornya yaitu:

1. Informasi makanan dan minuman
2. Informasi kualitas (rasa, tekstur dan suhu) makanan dan minuman
3. Informasi mengenai harga yang ditawarkan

3. Generasi Milenial

Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 1995.¹⁴ Generasi atau generasi milenial ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Minat baca secara konvensional menurun karena generasi milenial memilih membaca melalui smartphone mereka.
- b. Milenial wajib memiliki akun social media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi
- c. Milenial pasti lebih memilih smartphone daripada televisi.

¹⁴Hassanudin Ali dan Lilik Purwandi, *Millennial Nusantara*, 2017



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Milenial menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan mereka.¹⁵

4. Social Media Instagram

Social media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online melalui akses internet. Instagram memiliki fitur yang beragam dan juga apa yang di unggah di instagram bisa dibagikan ke social media lainnya. Dibandingkan dengan social media lain, instagram cocok dijadikan media promosi karena tampilan visual nya. Instagram mempunyai banyak kelebihan yaitu:

- a. Informasi yang disampaikan sangat rinci
- b. Instagram dapat mengetahui kesukaan dan kebutuhan pengguna
- c. Dapat diakses kapan saja menggunakan akses internet
- d. Tampilan mudah dipahami untuk semua pengguna ponsel
- e. Terjalannya komunikasi melalui banyak fitur

Instagram menjadi tempat menemukan berbagai macam informasi dan juga instagram dapat menjadi wadah pengguna untuk mendapatkan eksistensi. Dan juga instagram merupakan media social yang dinilai paling efektif sebagai sarana promosi oleh pengelola industry di dunia. Seperti yang saat ini sedang booming yaitu endorse dan paid promote dari online shop kepada influencer yang memiliki banyak pengikut di instagram.

¹⁵Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, 2018*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. *Food Blogger*

Food Blogger adalah istilah yang digunakan untuk pembuat konten blog khusus kuliner, biasanya mengenai wisata kuliner atau resep-resep makan dalam suatu website online maupun social media.

6. *Influencer*

Influencer adalah orang-orang yang mempunyai *followers* atau *audience* yang cukup banyak di sosial media dan mereka mempunyai pengaruh yang kuat terhadap *followers* mereka, seperti artis, selebgram, *bloggoer*, *youtuber* dan lain sebagainya.

B. Kajian Terdahulu

Dalam pembuatan karya ilmiah, sebelumnya peneliti melakukan pengamatan dan tinjauan pustaka terhadap jurnal penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan tujuan agar terhindar dari kesamaan-kesamaan penelitian. Jurnal yang memiliki kemiripan tersebut diantaranya ialah :

1. Jurnal penelitian yang berjudul *e-WOM (Electronic Word Of Mouth) Oleh Generasi Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner oleh Chintya Viviana dan Diah Ayu Citaningrum (Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara)*.¹⁶ Jurnal ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* oleh generasi milenial terhadap akun

¹⁶Chintya Viviana dan Diah Ayu Citaningrum, *e-WOM (Electronic Word Of Mouth) Oleh Generasi Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara.

State Islamic University of Sultan Sya Kasim Riau



instagram @makansampaikenyang sebagai pemberi rekomendasi kuliner dan untuk mengetahui penggunaan instagram yang dilakukan oleh akun @makansampaikenyang sebagai pemberi rekomendasi kuliner. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini mendapat kesimpulan bahwa dengan kehadiran food blogger di era media baru sangat membantu para pengguna social media untuk mengetahui informasi seputar kuliner yang patut untuk dicoba. Pengikut melakukan *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* karena instagram merupakan jejaring social yang menggunakan internet, maka dari itu pemasaran yang dilakukan bersifat elektronik. Interaksi yang terjadi pun dapat mempererat hubungan antara pengikut dan food blogger tersebut di dunia maya.

Jurnal penelitian yang berjudul Pemaknaan Profesi Beauty Vlogger Melalui Pengalaman Komunikasi oleh Filza Intan Mariezka, Hanny Hafar, dan Yustikasari (Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran). Jurnal penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna yang terbentuk dalam diri para pegiat beauty vlogger yang diarahkan melalui teori fenomenologi Schutz. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi fenomenologi. Hasil penelitian ini mendapat kesimpulan bahwa sebuah makna muncul dari hubungan khusus antara kata (sebagai symbol verbal) dan manusia. Makna tak melekat dengan kata-kata, tapi kata-kata membangkitkan makna dari pikiran orang. Dalam konteks ini, para pegiat profesi beauty vlogger memaknai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profesi mereka menjadi tiga makna besar, yaitu sebagai upaya aktualisasi diri, mata pencaharian, dan panutan.

Jurnal penelitian yang berjudul Fenomenologi Komunikasi Generasi Z di Kota Pekanbaru oleh Tika Mutia (Dosen Fakultas Dakwah dan Komunika UIN SUSKA RIAU)¹⁷. Jurnal penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sejauh mana fenomena komunikasi generasi Z yang unik. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan yang bersifat kualitatif. Subjek penelitiannya adalah Generasi Z di Kota Pekanbaru dan objeknya adalah fenomenologi komunikasi generasi Z tersebut. Hasil penelitian ditemukan 2 kategorisasi representasi diri generasi Z di Kota Pekanbaru yakni : sang influencer dan sang followers. Gaya komunikasi yang digunakan secara verbal yakni mereka sering menggunakan bahasa tidak baku dan hanya dipahami oleh sesama generasi Z tersebut. Dan bahasa nonverbalnya mereka memiliki intonasi berlebihan, penampilan mengikuti trend an ekspresif untuk tampil di media social.

Skripsi penelitian yang berjudul Fenomena Remaja Mualaf di Kota Pekanbaru oleh Nur Alfiah Isti Yani (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap pengalaman komunikasi remaja mualaf di Kota Pekanbaru. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif remaja menjadi mualaf karena petunjuk illahi/hidayah, proses pencarian jati diri, persepsi baik dan merasa berbeda.

¹⁷ Tika Mutia, *Op.Cit*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Skripsi penelitian yang berjudul Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Wanita Shopaholic di Kota Bandar Lampung oleh Ayu Citra Pertiwi (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung).¹⁸Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konsep diri wanita shopaholic dilihat dari aspek fisik, psikis, dan social.Hasil penelitian yang diperoleh bahwa wanita shopaholic di Kota Bandar Lampung mengarah pada konsep diri positif karena informan sangat pandai bergaul, percaya diri, dan memiliki tipe kepribadian extrovert.

Berdasarkan penelitian yang terdahulu menunjukkan bahwa tema yang diangkat peneliti saat ini memiliki perbedaan dan persamaan. Penelitian pertama berfokus pada fenomena e-WOM generasi milenial pada akun @makansampaikenyang, penelitian kedua berfokus pada fenomena profesi beauty vlogger, penelitian ketiga berfokus pada generasi Z, serta banyak lagi penelitian-penelitian yang memang berbeda dengan penelitian yang peneliti kaji pada proposal ini. Tampak bahwa yang menjadi pembeda antara kajian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah terletak pada fokusnya yaitu Fenomena *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* Kuliner Oleh Generasi Milenial Pekanbaru di Instagram.

¹⁸ Ayu Citra Pertiwi, *Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Wanita Shopaholic di Kota Bandar Lampung*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

C. Kerangka Pikir

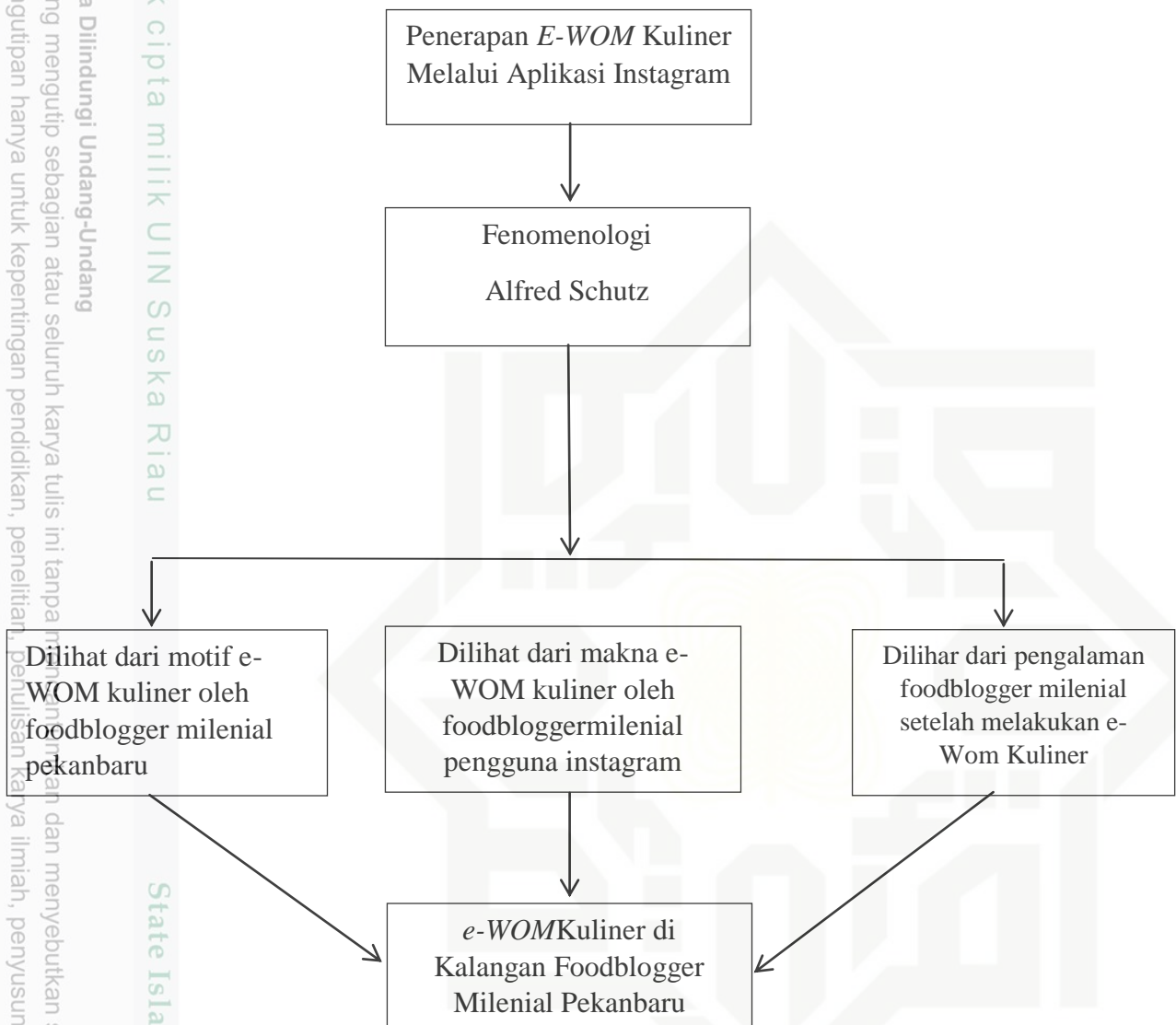
Melandasi penelitian yang akan dibuat maka di perlukan sebuah kerangka pemikiran sebagai acuan dalam melakukan penelitian tersebut. Kerangka pemikiran menjadi landasan alur piker peneliti dalam melatarbelakangi penelitian ini. Berdasarkan dari kerangka pemikiran teoritis, maka peneliti akan mencoba menggambarkan alur penelitian.

Kerangka pemikiran ini adalah hasil dari olahan peneliti, diawali dengan fenomena *e-WOM* kuliner yang terjadi dikalangan generasi milenial pekanbaru di instagram. Sehingga peneliti membuat ilustrasi sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



(Sumber: Olahan Peneliti, 2019)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Data dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang mencari pemahaman mendalam, serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Sehingga, penelitian melalui pendekatan fenomenologi ini adalah untuk menjelaskan sesuatu pengalaman beserta makna pengalaman dalam suatu peristiwa.¹⁹

Kuswarno menyatakan tentang sifat dasar penelitian kualitatif, yang relevan dengan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan membedakannya dari penelitian kuantitatif:

- a. Menggali nilai-nilai dalam pengalaman hidup manusia.
- b. Focus penelitian adalah pada keseluruhannya, bukan pada per bagian yang membentuk keseluruhan itu.
- c. Tujuan penelitian adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran realitas.
- d. Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama, melalui wawancara normal dan informal.

¹⁹Watt and Berg, *Research Methods for Communication Science*.(Boston; Allyn and Bacon 1995)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia.
- f. Pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti.
- g. Melihat pengalaman dan perilaku sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dari keseluruhan.²⁰

Dalam penelitian ini digunakan perspektif Alfred Schutz yang lebih menekankan pada pentingnya intersubjektivitas. Inti dari fenomenologi Schutz adalah memandang bahwa pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi social apapun.²¹ Schutz menjelaskan bahwa fenomenologi mengkaji bagaimana anggota masyarakat menggambarkan dunia sehari-harinya, terutama bagi individu dengan kesadarannya membangun makna dari hasil interaksi dengan individu lainnya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Untuk waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Desember 2019 – Juni 2020.

²⁰Kuswarno, Engkus. *Fenomenologi*, (Bandung, 2009)

²¹Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung, 2001)



C. Sumber Data

1. Data primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian.²² Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan hasil wawancara peneliti dengan subjek penelitian dalam observasi yang peneliti lakukan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat interaksi antara pengikut dan yang mempunyai akun kuliner di instagram tersebut. Data sekunder juga dapat berupa komentar, story, ataupun repost foto/video. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi

²²Watt and Berg, *Research Methods for Communication Science*. (Boston; Allyn and Bacon 1995)

²² Jalaludin Rachmat Moh Nazar, Ph.D, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Bhakti Indonesia, 2003), 44-45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kondisi latar penelitian.²³ Subjek penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang.²⁴

Subjek penelitian terdiri dari 3 orang informan utama yang dipilih secara purposive sampling dan beberapa informan acak sebagai pendukung/tambahan. Pengambilan subjek didasarkan pada metode purposive sampling, dimana subjek pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam informan dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa informan berdasarkan karakteristik subjek yang sudah diketahui sebelumnya.

Adapun beberapa kriteria informan utama yang ditentukan secara purposive sampling yaitu sebagai berikut:

- Generasi Milenial yang tinggal dan menetap di Pekanbaru
- Pengguna aktif instagram
- Penyuka Kuliner

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik yang menjadi perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan. Objek penelitian ini yaitu Fenomena *e-WOM* (*Electronic Word Of Mouth*) Kuliner Oleh Generasi Milenial Pekanbaru di

²³Meleong, Lexy, J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

²⁴Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta. 2007



Instagram. Termasuk didalamnya mengenai motif, makna, dan pengalaman komunikasi generasi milenial.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung guna untuk melihat perubahan fenomena sosial yang berkembang. Berdasarkan pelaksanaan, observasi dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu partisipasi dan observasi non partisipasi:

a. Observasi partisipasi

Observasi partisipasi adalah observasi yang melibatkan peneliti atau observer secara langsung dalam kegiatan pengamatan di lapangan. Jadi, peneliti bertindak sebagai observer, artinya peneliti merupakan bagian dari kelompok yang ditelitinya.

2. Wawancara

Merupakan cara pengumpulan data melalui Tanya jawab langsung dengan pihak terkait untuk mendapatkan data sesuai penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara tatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, pada wawancara mendalam ini, pewawancara relative tidak mempunyai control atau respon informan,



artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, dan bila perlu tidak ada yang disembunyikan.

3. Dokumentasi

Dilakukan untuk mendapatkan data yang di perlukan untuk melengkapi data-data penelitian, Adapun pengambilan data dilakukan pada generasi milenial pekanbaru yang merupakan pengikut akun instagram kuliner tersebut.

F. Validitas Data

Data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi subyek yang akan diteliti (bila ada) dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah diharapkan penelitian ini menggambarkan realita empiris di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas yang terjadi sesuai strategi dalam meningkatkan citra layanan asuransi kecelakaan lalu-lintas dan penumpang umum. Adapun jenis penelitian ini adalah kata-kata (penyataan) seseorang. Dikatakan penelitian ini menggunakan pendekatan kata-kata (pernyataan) seseorang karena sebuah sistem pembentukan strategi ditentukan oleh individu ataupun kelompok untuk mencapai segala keinginan yang diinginkan.

G. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif, setelah itu dianalisis secara kualitatif dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moelong berikut²⁵ :

1. Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan.
2. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
3. Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topic pembahasan
4. Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka serta di jelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya.

²⁵ Lexy J. Moelong, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

A. Tampilan Instagram

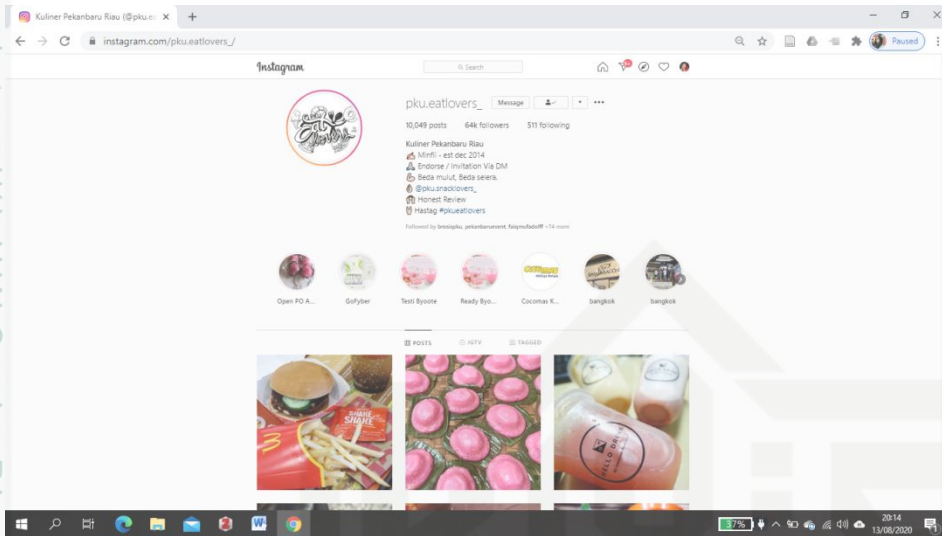
Sebagai salah satu Media Sosial yang banyak digunakan oleh kaum Milenial terkadang juga Instagram digunakan oleh beberapa penggunanya sebagai salah satu sarana dalam mempromosikan sesuatu, Dengan kata lain kini Instagram juga dijadikan sebagai salah satu sumber pendapatan bagi para penggunanya. Oleh karena Instagram yang dapat menghasilkan impact yang baik bagi para penggunanya, tentunya tampilan Instagram harus dibuat dengan menarik dan memiliki karakteristik yang dapat membedakan akun instagram satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini, fokus nya adalah kepada sosial media instagram, dan berikut adalah tampilan profil instagram para informan penelitian.

1. Akun instagram pertama yaitu @pku.eatlovers_ dengan jumlah followers 64.000. Ciri khas dari akun ini yaitu seperti toko berjalan, karena pemilik akun ini selalu mengunggah makanan kemasan seperti snack atau minuman yang baru rilis dipasaran kemudian diunggah di akun instagram nya agar menarik perhatian followers. Seperti terlihat pada gambar 4.1 dibawah ini dapat dilihat dari feed instagram informan 1, bahwa informan lebih aktif dalam mengunggah makanan kemasan, snack dan minuman yang sedang tren di masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.1 Tampilan Instagram @pku.eatlovers



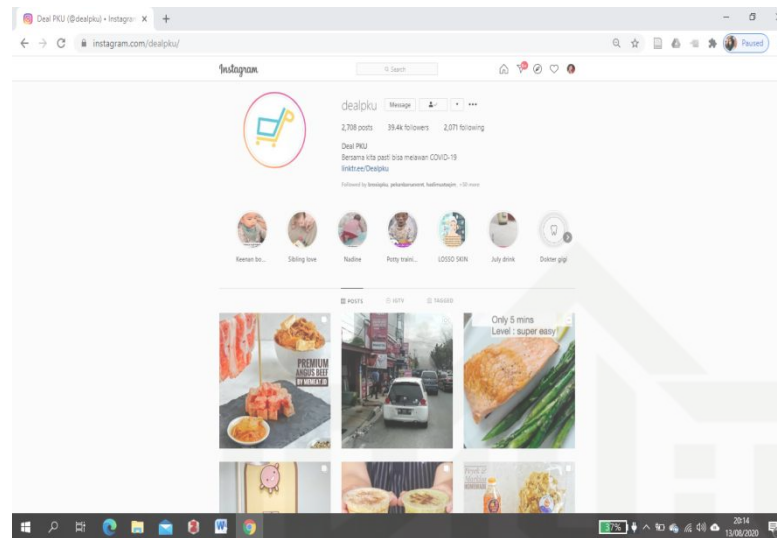
Pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa informan 1 @pku.eatlovers menampilkan makanan dan minuman kemasan yang menjadi ciri khas dari akun Instagram tersebut.

2. Akun instagram kedua yaitu @dealpku dengan followers 39.400. Ciri khas dari akun ini yaitu pemilik akun selalu membuat instastory dengan filter yang menarik agar penyampaian *e-wom* terlihat lebih menyenangkan. Dari tampilan pada gambar 4.2 terlihat admin dari informan 2, menggunakan filter instagram yang lucu dan menarik sebagai penarik perhatian dari followersnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.2 Tampilan Instagram @dealpku



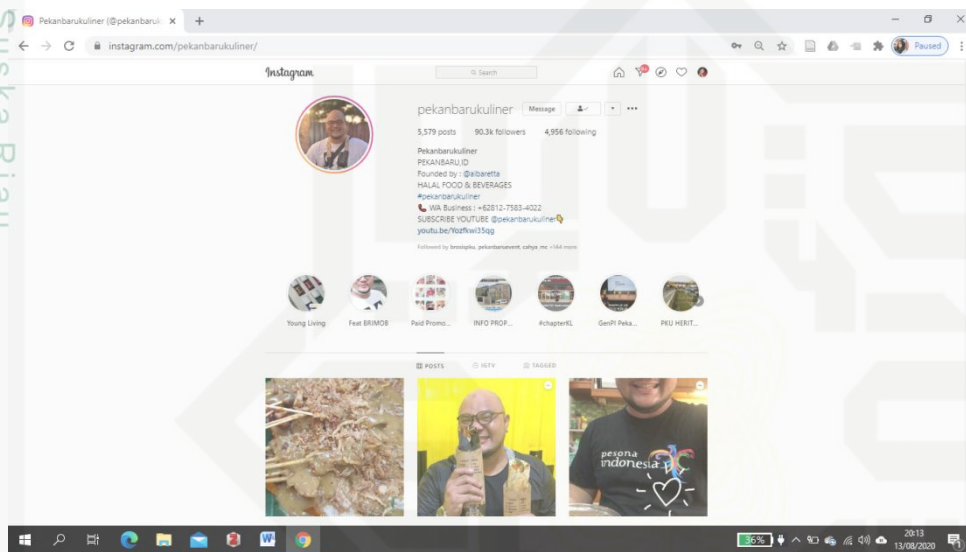
Pada gambar 4.2 dapat dilihat admin dari akun instagram @dealpku menggunakan filter instgram yang terlihat lucu dan menarik perhatian followers yang menjadikan hal tersebut sebagai ciri khas dari akun instagram @dealpku.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Akun instagram ketiga yaitu @pekanbarukuliner dengan followers 90.300. Ciri khas dari akun ini adalah selalu menggunakan jargon-jargon yang mudah diingat oleh followersnya, seperti “pekanbarukuliners, juara dan look at this” dan hanya mengunggah makanan dan minuman halal.

Gambar 4.3 Tampilan Instagram @pekanbarukuliner



B. Interaksi

Agar *e-WOM* yang dilakukan oleh para pengguna instagram yang diteliti ini tercapai, maka harus ada interaksi yang terjadi antara followers mereka, mulai dari postingan instastory dan juga komentar yang disampaikan pada postingan feeds. Interaksi yang baik akan menjadikan bahwa akun kuliner tersebut menjadi informative

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

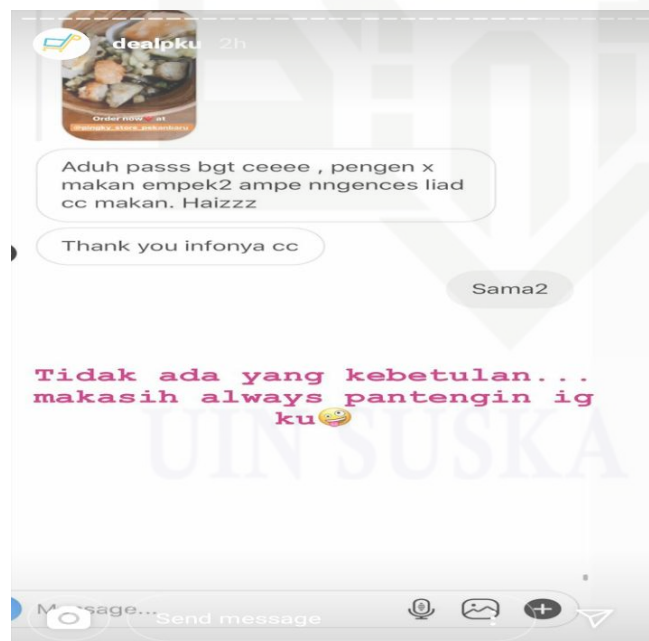
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.4 Interaksi @pku.eatlovers_



Pada gambar 4.4 yang terlihat interaksi antara informan dan followers melalui caption Instastory yang di unggah.

Gambar 4.5 Interaksi @dealpku

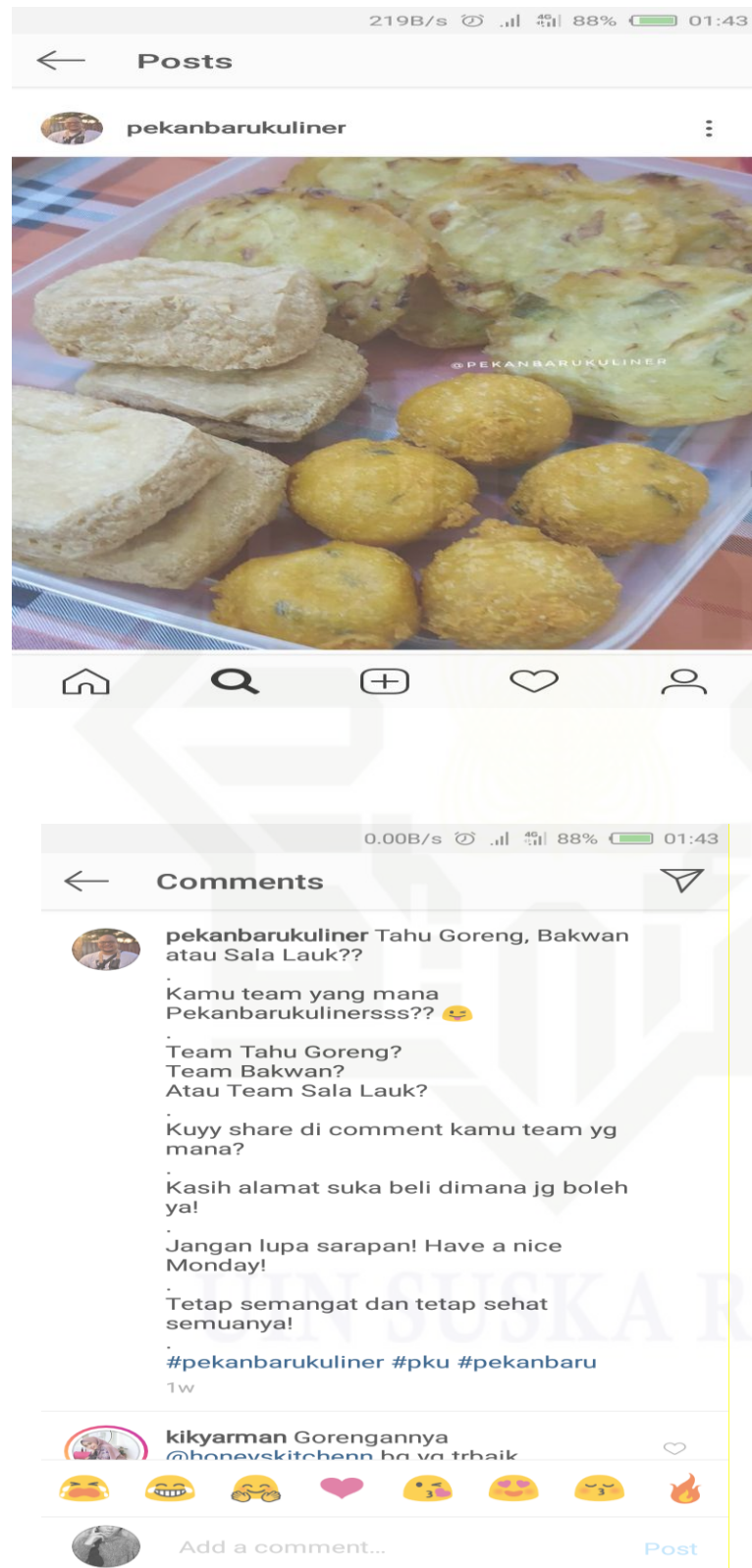


Terlihat dari gambar 4.5 interaksi antara informan 2 dan Followers.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

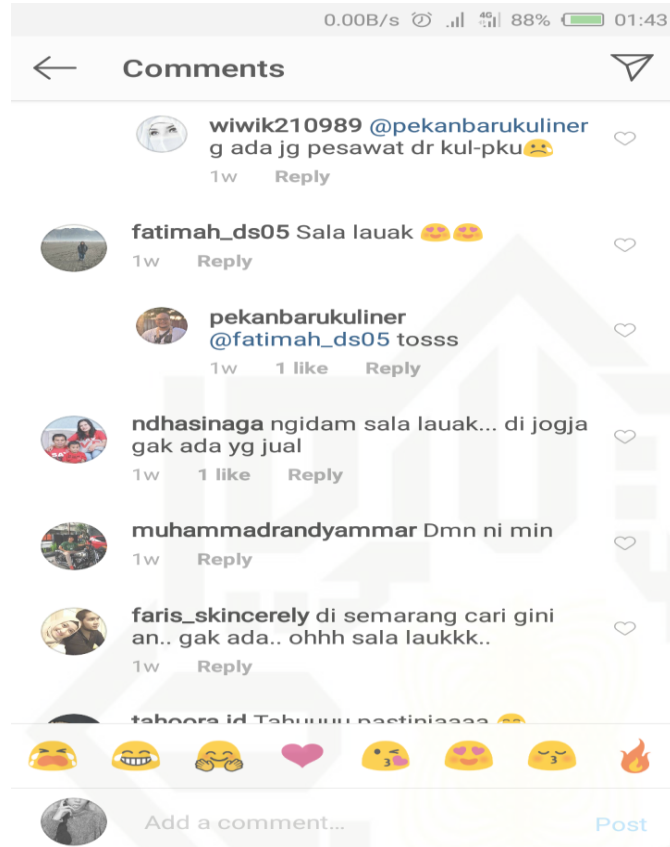
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.6 Interaksi @pekanbarukuliner



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari gambar 4.6 dapat dilihat interaksi antara informan 3 dan followers yang cukup aktif dilihat dari reply komentar followers di akun informan 3.

Dari 3 akun yang dilampirkan diatas, @pekanbarukuliner terlihat lebih banyak berinteraksi dengan followersnya di kolom komentar.

C. Potret *Food Blogger*

Para *Food Blogger* yang diantaranya kalangan generasi milenial jika mengunjungi tempat makan tentu saja mendapatkan informasi melalui sosial media instagram. Seperti yang terlihat pada potret yang dilampirkan ini adalah potret suasana salah satu café yang ramai dikunjungi.



Gambar 4.7 Potret pelaku kuliner

Dari gambar 4.7 dapat kita lihat suasana salah satu tempat Kuliner di Pekanbaru yang cukup ramai di kunjungi oleh Kaum Millenial Pekanbaru.

D. Profil Informan

Sesuai dengan kriteria penelitian, maka didapatkan beberapa informan sebagai berikut:

Tabel 4.1 Profil Informan

No	Nama	Usia	Akun Instagram	Jumlah Followers	Profesi
1.	MinFi	28 tahun	@pku.eatlovers_	64.000	Wiraswasta
2.	MinMon	30 tahun	@dealpku	39.400	Ibu Rumah Tangga
3.	BangMin	32 tahun	@pekanbarukuliner	90.300	Wirausahawan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti mengenai “Fenomena *e-WOM (Electronic Word Of Mouth)* Kuliner di Kalangan *food blogger* Milenial Pekanbaru (Studi Fenomenologi *e-WOM* kuliner di Instagram) diperoleh kesimpulan sebagai berikut, adapun yang menjadi motif *e-WoM* pada kalangan *food blogger* Milenial Pekanbaru adalah:

1. Hobi Makan/Kuliner
2. Mengikuti Tren Kuliner
3. Menyukai memotret makanan/ Food Photography
4. Berbagi postingan mengenai kuliner kepada followers
5. Sebagai media berbagi informasi kuliner
6. Sebagai media promosi kuliner

Makna *e-Wom* kuliner di kalangan *food blogger* Milenial Pekanbaru di Instagram:

1. Menjadi awal berkembangnya pengaruh media sosial Instagram di bidang kuliner.
2. Membantu para ibu muda dalam hal kuliner
3. Membantu usaha UMKM Pekanbaru

Pengalaman Komunikasi di Kalangan *Food blogger* Milenial Pekanbaru di Instagram:

1. Pengalaman Komunikasin menyenangkan
2. Pengalaman Komunikasi tidak menyenangkan



B. Saran

Dengan melihat para Generasi Milenial Pekanbaru yang melakukan *e-WOM* kuliner, dan dari informasi yang telah didapatkan, adapun saran yang dapat penulis berikan adalah Narasumber yang menjalankan akun instagram kuliner diharapkan dapat konsisten membagikan konten kuliner pada akun yang dikelola, dan juga harus bersikap netral jika ada pro/kontra yang terjadi pada followers yang berkomentar tentang konten yang dibagikan tersebut. Saran untuk pelaku kuliner baik penjual, pembeli dan penikmat kuliner yaitu semoga dapat menggunakan sosial media instagram lebih bijak karena bagaimanapun apapun yang diunggah di internet dapat diakses kapanpun oleh siapapun, pastikan informasi tersebut dibagikan berdasarkan fakta. Dan untuk peneliti selanjutnya semoga dapat mengkaji lebih dalam penelitian ini di kemudian hari karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hassanudin dan Purwandi, Lilik, *Millennial Nusantara*, 2017
- A.M Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (2007)
- Donni Juni,Priansa. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*.Jakarta: CV.Pustaka Setia (2017)
- Hasbiansyah, *Pendekatan Fenomenologi: Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi*, (2008)
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia, 2018*
- Kertajaya, Hermawan. *New Wave Marketing*, (PT.Gramedia Pustaka Utama, 2010)
- Kuswarno, Engkus. *Fenomenologi*, (Bandung, 2009)
- Meleong, Lexy, J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung, 2001)
- Suharsimi, Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta. 2007
- Sumber lain-lain:**
- Hennig-Thurau, *Electronic Word Of Mouth via Consumer-Opinion Platforms*, (2004) 38:52
- Mutia, Tika. *Fenomenologi Komunikasi Generasi Z di Kota Pekanbaru*, Vol. 10, No.1 (April 2016)
- Park, D.H & Kim, S. *The effect of negative online consumer reviews on product attitude: An information processing view. Electronic Commerce Research and Applications*, (2008)
- Rita Karyana Hutomo, *Electronic Word of Mouth Foursquare: The New Social Media* (2013)
- Wardiyastuti, Devita. “Pengaruh Electronic Word Of Mouth terhadap minat beli konsumen melalui brand image(studi pada followers instagram wedanganradjiman sebagai calon konsumen), Januari 2017

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Watt and Berg, *Research Methods for Communication Science*.(Boston; Allyn and Bacon 1995)

Xia & Bechawati, *Word of mouse: The role of cognitive personalization in online consumer reviews*. (2011)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



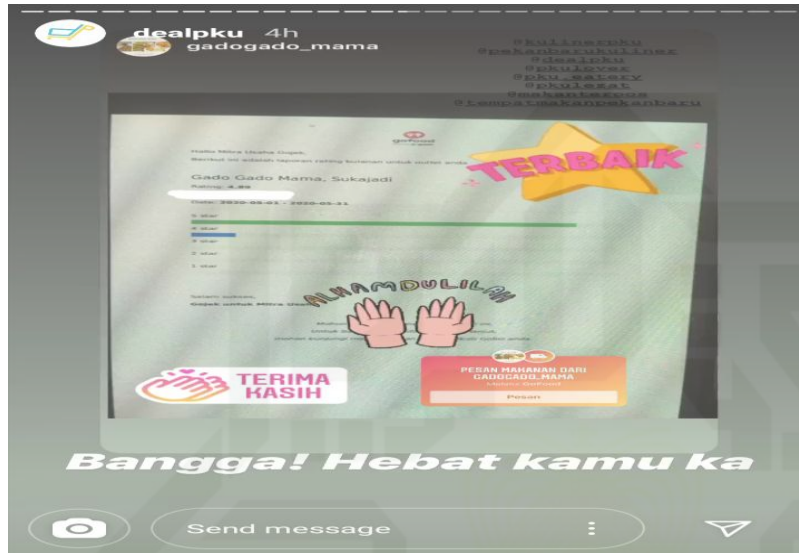
LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hasil Dokumentasi

Feedback dari followers @dealpku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

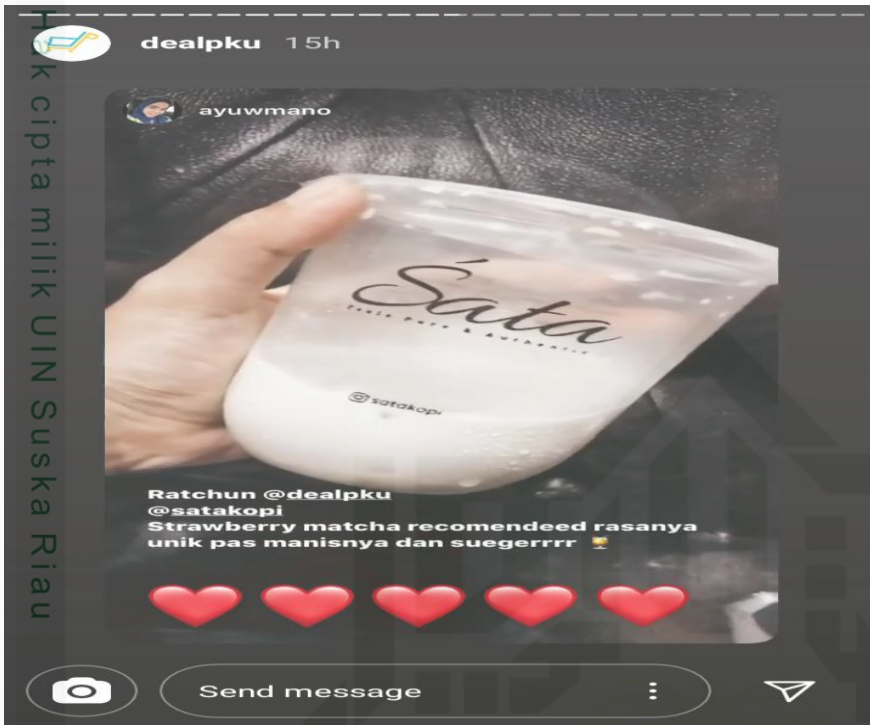
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Followers yang terpengaruh oleh e-WOM @dealpku



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Ciri Khas @dealpku dalam melakukan *e-WOM* yaitu menggunakan filter instagram story.

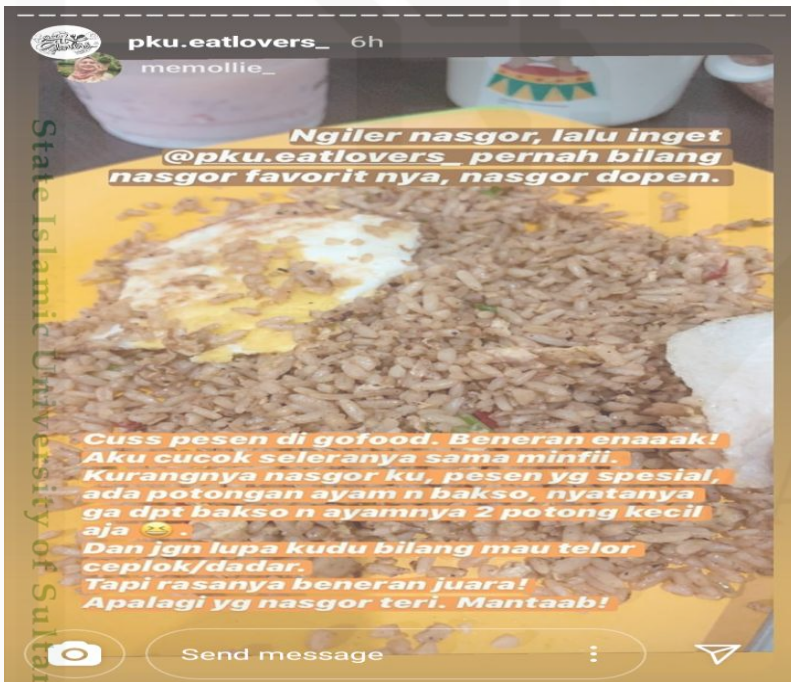


Feedback dari followers @pku.eatlovers_

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

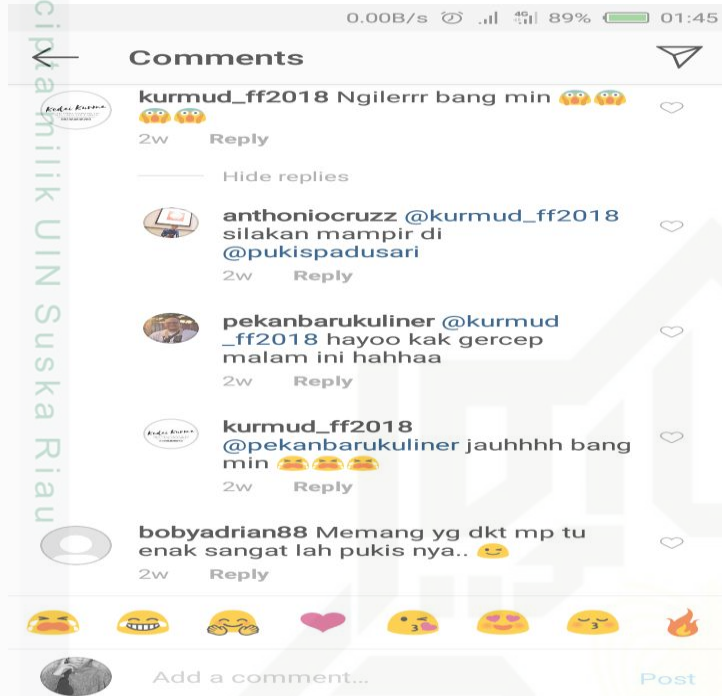


State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Respon *followers* @pekanbarukuliner di kolom komentar



Contoh @pekanbarukuliner dalam melakukan *e-WOM* di unggahan feeds instagram



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Liked by **mr.rasyid1** and **371 others**
pekanbarukuliner #dirumahajatetapmakanenak
 Kali ini sarapan nya tetap harus enak 🤤🤤, belinya di tempat jual bubur ayam langganan @buryambandung_melurlaris
 Nah udah pada tau kan, kalau ada cabangnya juga buka di Jln Umban Sari, Rumbai
 Seporsi harganya Rp. 10.000
 Ada tambahan macaroni gorengnya .
 Mention temen kamu yang suka sarapan bubur ayam!
 Jangan datang diatas jam 9 yah, biasanya udh tgl dikit 😊
 Mention temen kamu yg suka bubur ayam 🤤
 #pekanbarukuliner #pekanbarukulinerinformation #infopku #food #brosispku #buburayam #food #eatandtreats #food #eatandtreats #eat #likeforlike #cuisine #tradisional #chickenporridge



1.32M/s 89% 01:46

pekanbarukuliner



Liked by **sabadimsum.id** and **379 others**
pekanbarukuliner Telur Gulung
 Habis Hujan datanglah perut lapar 🤤🤤
 Salah satu iaianan va laris manis. ada namanva telur





Pedoman Wawancara

Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin :
 Akun Instagram :

Daftar Pertanyaan

1. Sejak kapan akun instagram anda dibuat?
2. Untuk apa anda membuat akun instagram ini?
3. Bagaimana bisa akun instagram ini menjadi seperti sekarang?
4. Apakah suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?
5. Bagaimana feedback dari para pedagang yang dagangan nya anda promosikan?
6. Bagaimana anda menghadapi orang-orang yang tidak menerima pendapat anda dalam berbagi informasi kuliner melalui akun instagram anda tersebut?
7. Bagaimana menurut anda dalam membagikan informasi melalui social media dan non social media (secara langsung dari mulut ke mulut)?
8. Apakah yang membuat anda konsisten dalam mengunggah konten kuliner?
9. Apakah anda mempunyai ciri khas tersendiri dalam berbagi informasi yang membuat akun anda diingat oleh para followers anda?
10. Bagaimana pengaruh social media instagram dalam bidang kuliner menurut anda?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Apa yang anda harapkan kedepannya untuk para pelaku kuliner pengguna instagram di Pekanbaru (baik pedagang dan konsumen serta orang-orang yang berpengaruh dalam menyebarkan informasi kuliner tersebut) ?

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

Informan 1

Nama : Fidella Izebel Tantra

Usia : 27 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Akun Instagram : @pku.eatlovers_

Hasil Wawancara

1. Sejak kapan akun instagram anda dibuat?

“Sejak 24 desember 2014”

2. Untuk apa anda membuat akun instagram ini?

“Saya membangun account ini dengan tujuan second account, di mana saya ingin mengshare foto makanan yang saya ambil secara pribadi tidak bertujuan untuk komersial”

3. Bagaimana bisa akun instagram ini menjadi seperti sekarang?

“Awal bermula ketika akun instagram ini beranjak ke followers 6.000 an, awal itu dimulai pada tahun 2015. kebetulan ada 1 cafe (memo cafe) di citra land yang mengundang saya untuk mereview menu-menu mereka lalu perlahan datang undangan / endorsement saya tidak pernah memungut biaya sampai followers saya di atas 20rb baru saya menetapkan tarif. Tapi terkadang, jika saya melihat suatu usaha yang baru, dan orang tersebut baru mulai berjualan biasa saya bantu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tanpa meminta biaya. Karena account saya, termasuk pribadi dan tidak menggunakan team. Saya bisa bebas membantu siapa yg ingin saya bantu, Tanpa harus memungut suara team.”

4. Apakah suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?

“Suka nya : saya bisa banyak kenalan dengan orang orang, saya bisa membantu para pedangang kecil yg ingin menjajakan usahanya, mendapatkan tambahan jajan dan mencoba beragam kuliner.

Duka nya :

Bertemu dengan toxic people / rasis.”

5. Bagaimana feedback dari para pedagang yang dagangan nya anda promosikan?

“Terkadang ada yang berfeedback sangat baik, baik langsung setelah di promosikan, kadang setelah beberapa lama setelah di postingkan. Tapi tentunya ada yang juga tidak berfeedback, terkadang di sebabkan karena product tersebut moment tidak sesuai (tidak ada yg pengen) bisa juga karena dagangannya terlalu umum.”

6. Bagaimana anda menghadapi orang-orang yang tidak menerima pendapat anda dalam berbagi informasi kuliner melalui akun instagram anda tersebut?

“Awal nya toxic people sangat mengganggu pikiran saya, saya tipe orang dengan karakter melancholis, saya selalu memikirkan apapun omongan orang ke saya.dan jika ada yang tidak menerima pendapat lalu melontarkan kata-kata yang tidak sopan, saya akan membalas. Tapi berangsur tahun saya kembali menjadi biasa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saja.tidak terlalu mendengarkan jika ada yang seperti itu, terkadang jika saya senggang akan saya block orang orang tersebut”

7. Bagaimana menurut anda dalam membagikan informasi melalui social media dan non social media (secara langsung dari mulut ke mulut)?

“Informasi yang di bagikan baik secara social media dan non social media sangat berpengaruh, karena sejujurnya Pekanbaru juga termasuk Kota yang penduduknya itu itu saja”

8. Apakah yang membuat anda konsisten dalam mengunggah konten kuliner?

“Karena saya sangat suka makanan, dan saya menikah dengan org yang juga sangat menyukai makanan.Saya sangat suka sesuatu hal yg baru dan saya sangat cepat mengikuti info terbarunya.”

9. Apakah anda mempunyai ciri khas tersendiri dalam berbagi informasi yang membuat akun anda diingat oleh para followers anda?

“Akun saya selalu dibilang spv toko berjalan (karena saya selalu posting snack snack terbaru, barang terbaru, minuman kemasan kotak) dan followers saya tau kalau saya orangnya meriview segala sesuatu sesuai dengan lidah saya. Kalau dulu awal selalu dibilang kasar karena terlalu jujur dan nyakitin, mengikuti perkembangan tahun saya mulai mengubah cara meriview saya, tidak terlalu menjudge, tapi tetap jujur karena sesuai icon logo saya, beda mulut beda selera.”



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Bagaimana pengaruh social media instagram dalam bidang kuliner menurut anda?

“Lumayan signifikan, tapi balik kembali kepada bidang kuliner tersebut apakah mereka bisa bertahan dengan apa yg di jajakan nya. bagaimana mereka menjaga cita rasa makanan yg disajikan, kebersihan dan pelayanan. itu sangat berpengaruh. walaupun di social media terus menerus mempromosikan, jika mereka tidak menjaga usaha mereka. tetap juga akan sepi.”

11. Apa yang anda harapkan kedepannya untuk para pelaku kuliner pengguna instagram di Pekanbaru (baik pedagang dan konsumen serta orang-orang yang berpengaruh dalam menyebarkan informasi kuliner tersebut) ?

“Saya berharap kedepannya semua orang bisa lebih bijak untuk menggunggah sesuatu hal, tidak menutup kemungkinan walaupun bukan orang yg berpengaruh sekalipun. Tidak hanya karena di bayar atau usaha kawan sendiri atau mgkn usaha sendiri lalu mengatakan semuanya enak.”

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang****Informan 2**

Nama : Monce
Usia : 30 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Akun Instagram : @dealpku

Hasil Wawancara

1. Sejak kapan akun instagram anda di buat?

Sekitar 5 tahun yang lalu kalau gak salah ingat.

2. Untuk apa anda membuat akun instagram ini?

Awal buat instagram karna mau buat sepertigroupon dulunya

3. Bagaimana bisa akun instagram ini bisa menjadi seperti sekarang?

Karena systemgroupon di Pekanbaru gak begitu jalan jadinya kita gak ke arah bisnis lagi jadinya sharing gitu

4. Apakah suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?

Suka nya nambah banyak teman, terus juga kitanya banyak belajar dari orang lain. Dukanya capek ngetik hehehe

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
5. Bagaimana feedback dari para pedagang yang dagangannya anda promosikan?
Wah kalau feedback itu harus Tanya satu-satu lho. Saya juga gak terlalu Tanya berapa yang terjual yang pasti semuanya saya buat dari hati
 6. Bagaimana anda menghadapi orang-orang yang tidak menerima pendapat anda dalam berbagi informasi kuliner melalui akun instagram anda tersebut?
Hmm saya jarang saya berselisih paham di sosial media, karena yang saya bagikan itu pengalaman pribadi yang sifat nya sharing
 7. Bagaimana menurut anda dalam membagikan informasi melalui sosial media dan non sosial media (secara langsung dari mulut ke mulut)?
Bedalah..kalau sosial media itu jangkauan nya lebih luas, tetapi pembahasannya lebih terbatas. Kalau secara langsung pembahasannya lebih mendalam, it's two way communication dan audiens nya terbatas.
 8. Apakah yang membuat anda konsisten dalam mengunggah konten kuliner?
Konsisten karena banyak ibu-ibu baru yang butuh bantuan
 9. Apakah anda mempunyai ciri khas tersendiri dalam berbagi informasi yang membuat akun anda diingat oleh para followers anda?
Untuk ciri khas nya selalu memakai filter dalam ig story
 10. Bagaimana pengaruh sosial media instagram dalam bidang kuliner menurut anda?

Pengaruh banget, sosial media itu membuat para-pelaku kuliner itu lebih ter expose terhadap lebih banyak orang yang mungkin tidak pernah tau tentang brand mereka

11. Apa yang anda harapkan kedepannya untuk para pelaku kuliner pengguna instagram di Pekanbaru (baik pedagang, dan konsumen serta orang-orang yang berpengaruh dalam menyebarkan informasi kuliner tersebut)?

Nah, harapannya mereka bisa menggunakan sosial media dengan sangat baik sehingga bisa melewati masa-masa pandemic seperti sekarang ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang****Informan 3**

Nama : Yuns Albaretta Landris

Usia : 32 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Akun Instagram : @pekanbarukuliner

Hasil Wawancara

1. Sejak kapan akun instagram anda dibuat?

Saya membuat akun ini di tahun 2014 tepatnya di bulan November

2. Untuk apa anda membuat akun Instagram ini?

Berhubung saya menyukai segala sesuatu tentang makanan, saya suka mengabadikannya dalam bentuk foto, selain itu saya juga membuat akun ini untuk membantu mempromosikan usaha-usaha kuliner yang ada di kota pekanbaru khususnya UMKM dan juga untuk memperkenalkan pekanbaru ke nasional maupun internasional tetapi dengan jalan yang saya kuasai yaitu dengan mempromosikan kuliner yang ada di kota pekanbaru.

3. Bagaimana bisa akun instagram ini menjadi seperti sekarang?

Karena, ya perjalanannya cukup panjang ya, harus konsisten untuk terus posting minimal 2 sampai 3 kali sehari dengan informasi kuliner yang spesifik dan detail.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?

Suka nya banyak, Alhamdulillah bisa ketemu orang-orang baru, terus menambah banyak relasi, dan juga Alhamdulillah ada yang menjadi sahabat, teman dekat, kolega. Kalau duka nya banyak juga yang meremehkan apa namanya..instagram ini, 'ah cuma sekali posting kok bisa kek gitu' dll.

5. Bagaimana Feedback dari para pedagang yang dagangannya anda promosikan?

Alhamdulillah feedback nya cukup bagus ya, terlihat dari beberapa yang sudah promo lalu ada yang mengambil paket rutin setiap bulan promo di pekanbarukuliner yang Alhamdulillah tapi tidak semuanya bisa saya tau tapi ya dalam garis besar Alhamdulillah cukup bagus.

6. Bagaimana anda menghadapi orang-orang yang tidak menerima pendapat anda dalam berbagi informasi kuliner melalui akun instagram anda tersebut?

7. Bagaimana menurut anda dalam membagikan informasi melalui sosial media dan non sosial media (secara langsung dari mulut ke mulut)?

Ya menurut saya kalau berbagi informasi melalui sosial media tentu kan harus ada crosscheck nya juga apakah info ini valid atau tidak, kalau mulut ke mulut sih kalau dalam lingkungan terdekat mungkin bisa di percaya yah tapi tetap aja jatuhnya ke kita karna kita sendiri yang harus memfilter informasi yang kita dapat, seperti itu.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

8. Apakah yang membuat anda konsisten dalam mengunggah konten kuliner?

Ya kenapa konsisten dalam memposting, tergantung kitanya sendiri, niat kita untuk membuat akun ini apa, kalau saya ingin memperkenalkan kuliner dan membantu mempromosikan usaha kuliner yang ada di Kota Pekanbaru, jadi ya memang harus tiap hari konsisten, kalau tidak ya trust dari followers juga bakal berkurang, dan yang pasti kenapa harus konsisten ya manage waktunya, karna tidak 24 jam juga kita untuk terus bermain sosial media.

9. Apakah anda mempunyai ciri khas tersendiri dalam berbagi informasi yang membuat akun anda diingat oleh para followers anda?

Ya ciri khas di pekanbarukuliner mungkin yang selalu di unggah atau di posting adalah hanya makanan halal dan minuman halal aja. Ya mungkin ada jargon-jargon untuk sapaan para followersnya yaitu pekanbarukuliners, terus mungkin ada kata-kata yang selalu diingat seperti juara dan look at this, seperti itu.

10. Bagaimana pengaruh sosial media instagram dalam bidang kuliner menurut anda?

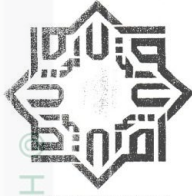
Pengaruhnya sangat besar sekali ya, karena media sosial sekarang siapa yang tidak punya media sosial, siapa yang tidak punya smartphone ya, hampir dalam 24 jam nya, setengah nya 50% nya megang handphone ya, jadi sangat berpengaruh sekali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Apa yang anda harapkan kedepannya untuk para pelaku kuliner pengguna instagram di Pekanbaru (baik pedagang, dan konsumen serta orang-orang yang berpengaruh dalam menyebarkan informasi kuliner tersebut)?

Ya, mudah-mudahan dengan adanya sosial media bisa membantu para pengusaha-pengusaha kuliner dalam menjalankan usahanya, dapat feedback yang bagus, penjualannya meningkat, kehidupan ekonominya membaik, dan bisa terus maju dan mengembangkan sayap untuk usaha kuliner melalui sosial media.



UIN SUSKA RIAU

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/8647/2019 Pekanbaru, 30 Rabiul Awal 1441 H
Sifat : Biasa 27 November 2019 M
Lampiran : 1 berkas
Hal : Penunjukan Pembimbing
a.n. **Thata Shafira Dwi Ananda**

Kepada Yth.

Tika Mutia, M.I.Kom

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Suska Riau

Assalamu'alaikum Wqrahmatullah Wabarakatuh

Dengan hormat,

Berdasarkan keputusan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penetapan judul dan pembimbing skripsi mahasiswa a.n. **Thata Shafira Dwi Ananda** NIM. 11643201355 dengan judul "**Strategi Humas dan Protokol dalam Mempublikasikan Kegiatan Gubernur Riau**" saudara menjadi pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut.

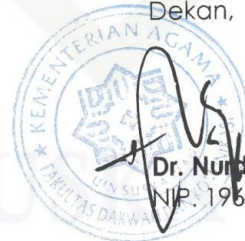
Bimbingan yang saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu **6 (enam) bulan**.

Atas kesediaan & perhatian saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam
Dekan,



Dr. Nuridin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
2. Ketua Jurusan Komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tuah Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051

Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-2823/Un.04/F.IV.3/PP.00.9/05/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Ekslembar
Hal : **Mengadakan Penelitian**

Pekanbaru, 21 Ramadhan 1441 H
14 Mei 2020 M

Hak Cipta dan Hak Pengarang Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Kepada Yth.

Owner

@pekanbarukuliner

@pku.eatlovers_

@dealpku

Assalamu'alaikum Waraumatullah Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Kami sampaikan bahwa mahasiswa kami :

Nama : **THATA SHAFIRA DWI ANANDA**

Nim : **11643201355**

Semester : **VIII (DELAPAN)**

Jurusan/Prodi : **ILMU KOMUNIKASI**

Mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi tingkat sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul :

Fenomenologi E-Wom (electronic Word Of Mouth) Kuliner di Kalangan Generasi Milenial di Instagram

Adapun sumber data penelitian adalah :

@pekanbarukuliner, @pku.eatlovers_, @dealpku

Untuk maksud tersebut kami mohon berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap penelitian tersebut.

Demikianlah yang kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n

Rektor

Dekan



Dr. Nurdin, MA

NIP. 19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Mahasiswa Bersangkutan

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Thata Shafira Dwi Ananda, dilahirkan di Pekanbaru pada tanggal 07 September 1998. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan bapak M Yunus Ali dan ibu Almh. Ferianis.

Penulis dibesarkan di Pekanbaru dan memulai pendidikan di SD Negeri 001 Lima Puluh Pekanbaru, kemudian Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Pekanbaru, melanjutkan pendidikan selanjutnya di SMA Muhammadiyah 1 Pekanbaru dan lulus pada tahun 2016.

Selanjutnya pada tahun 2016 juga, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri yakni Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan jurusan Ilmu Komunikasi dan mengambil konsentrasi *Public Relations* ketika Semester 3.

Pada bulan Desember 2019 penulis melakukan Ujian Seminar Proposal hingga pada bulan November 2020 penulis melakukan Ujian Munaqasah dan dinyatakan “LULUS” serta mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.