

**PEMANFAATAN E-WOM SEBAGAI PEMBERI  
REKOMENDASI KULINER PADA AKUN INSTAGRAM  
@BROSISPKU**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**OK IBNU SINA MUHAMMAD**

**NIM. 1194031992**

**UIN SUSKA RIAU**  
**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**  
**RIAU**  
**2024**

**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.

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PEMANFAATAN E-WOM SEBAGAI PEMBERI REKOMENDASI KULINER PADA AKUN INSTAGRAM @BROSISPKU

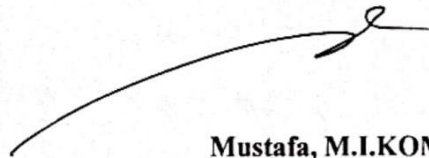
Disusun oleh:

**Ok Ibnu Sina Muhammad**

**11940311992**

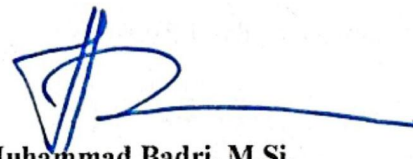
Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada 29 Desember 2023

**Pembimbing**



**Mustafa, M.I.KOM**  
**NIP.198108162023211012**

**Mengetahui,**  
**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
**NIP. 19810313 201101 1 004**



## 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

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

## PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ok Ibnu Sina Muhammad  
NIM : 11940311992  
Judul : Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemeberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @BROSISPKU

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 10 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Juli 2024  
  
 Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A  
 NIP. 19811118 200901 1 006  
 Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,



Dr. Elfiandri, M. Si  
NIP. 19700312 199703 1 006

Sekretaris/ Penguji II,



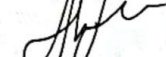
Yantos, S. IP., M. Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III,



Rusyda Fauzana, M Si  
NIP. 19840504 201903 2 011

Penguji IV,



Julis Suriani, M. I.Kom  
NIK. 130 417 019

**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.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ok Ibnu Sina Muhammad  
NIM : 11940311992  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat didalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 10 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



**Ok Ibnu Sina Muhammad**  
**NIM. 11940311992**

**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.

Pekanbaru, 1 Juli 2024

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Ok Ibnu Sina Muhammad  
NIM : 11940311992  
Judul Skripsi : Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @BROSISPKU

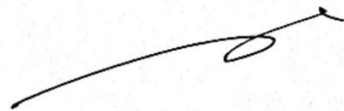
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

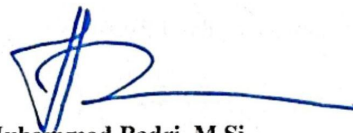
*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
Pembimbing,



**Mustafa, M.I.KOM**  
NIP. 19840504 201903 2 011

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**  
NIP. 19810313 201101 1 004



## 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.



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 KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

## PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ok Ibnu Sina Muhammad  
NIM : 11940311992  
Judul : Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Followers Instagram Terhadap Akun @brosispku

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 10 November 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 10 November 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dr. Masfaldy, M. Si  
NIP. 19840504 201903 2 011

Penguji II,

Rusyda Fauzana, M. Si  
NIP. 19721201 200003 1 003

## ABSTRAK

### PEMANFAATAN E-WOM SEBAGAI PEMBERI REKOMENDASI KULINER PADA AKUN INSTAGRAM @BROSISPKU

**Nama : Ok Ibnu Sina Muhammad**

**Pembimbing : Mustafa, M.I.KOM**

Saat ini, banyak orang mencari makanan bukan hanya untuk memenuhi rasa lapar semata namun dapat menjadi kesenangan tersendiri dan hiburan untuk mereka. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, saat ini kegiatan makan dan minum sudah menciptakan trend sendiri dengan banyaknya orang yang membagikan kegiatan makan dan minum yang mereka lakukan melalui unggahan sosial media. Hal inilah yang akhirnya mendukung pula terbentuknya sekumpulan orang yang membentuk komunitas kuliner yang disebut *food influencer* atau akrab di sebut dengan *food vlogger* oleh para pengguna sosial media. Pemasaran yang dilakukan melalui instagram dimana pengguna satu mendapatkan rekomendasi melalui pengguna dua kemudian membagikan informasi tersebut kepada pengguna lainnya merupakan salah satu bagian strategi pemasaran yang dikenal dengan istilah *word of mouth*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara etnografi virtual. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku dan untuk mengetahui penggunaan Instagram yang dilakukan oleh akun @brosispku sebagai pemberi rekomendasi kuliner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @brosispku menggunakan Electronic Word of Mouth (eWOM) sebagai media promosi kuliner, akun @brosispku selalu konsisten dalam memposting konten-konten kuliner pada feeds instagram, instagram reels dan juga instagram story setiap harinya, akun @brosispku menggunakan Electronic Word of Mouth (eWOM) untuk menciptakan interaksi antara akun @brosispku dengan para followersnya dan akun @brosispku menggunakan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) untuk membuat masyarakat percaya bahwa akun @brosispku merupakan sumber yang trusted.

**Kata Kunci: Electronic Word of Mouth (eWOM), Instagram, Food Vlogger**

## ABSTRACT

### **UTILIZING OF E-WOM AS A PROVIDER OF CULINARY RECOMMENDATIONS ON THE @BROSISPKU INSTAGRAM ACCOUNT**

**Name : Ok Ibnu Sina Muhammad**

**Advisor : Mustafa, M.I.KOM**

*Nowadays, many people look for food not only to fulfill their hunger but can also be a pleasure and entertainment for them. Supported by developments in information and communication technology, currently eating and drinking activities have created their own trend with many people sharing their eating and drinking activities through social media posts. This is what ultimately supports the formation of a group of people who form a culinary community called food influencers or familiarly called food vloggers by social media users. Marketing carried out via Instagram where user one gets recommendations from user two and then shares this information with other users is part of a marketing strategy known as word of mouth. This research uses a qualitative approach using virtual ethnography. The aim of this research is to find out how E-WOM is used as a provider of culinary recommendations on the @brosispku instagram account and to find out how Instagram is used by the @brosispku account as a culinary recommendation provider. The results of this research show that the @brosispku account uses Electronic Word of Mouth (eWOM) as a culinary promotion media, the @brosispku account is always consistent in posting culinary content on Instagram feeds, Instagram reels and also Instagram stories every day, the @brosispku account uses Electronic Word of Mouth (eWOM) to create interaction between the @brosispku account and its followers and the @brosispku account uses Electronic Word of Mouth (eWOM) to make people believe that the @brosispku account is a trusted source.*

**Keywords: Electronic Word of Mouth (eWOM), Instagram, Food Vlogger**

#### 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.

## KATA PENGANTAR

**Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.**

Puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul: **“Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku”** yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan dan bantuan berupa bimbingan dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang tersebut. Terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag., Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas“ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, Dr. H. Arwan, M.Ag, selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri 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.

**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. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Penasihat Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.
6. Bapak Mustafa, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Serta selalu memotivasi dan memberikan arahan kepada penulis.
7. Untuk seluruh dosen dan pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Terima kasih kepada admin Instagram brosispku yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan dengan baik hati memberikan data-data yang peneliti butuhkan.
10. Terimakasih kepada kedua orang tua yang sangat penulis hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dan menyalurkan kasih sayang, doa, semangat, dan meyakinkan diri penulis bahwa penulis pasti bisa untuk menyelesaikan skripsi ini.

**Pekanbaru, 29 Desember 2023**

UIN SUSKA RIAU

**Ok Ibnu Sina Muhammad**  
**NIM. 1194031992**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	6
1.2.1 Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	6
1.2.2 Food Vlogger .....	7
1.3 Ruang Lingkup Kajian .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Tujuan Penelitian .....	8
1.5.2 Kegunaan Penelitian .....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Electronic Word of Mouth (E-WOM) .....	15
2.2.2 Food Vlogger .....	17
2.2.3 Instagram.....	19
2.2.4 Followers.....	20
2.3 Kerangka Pikir .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>

**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.

3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
3.3 Sumber Data.....	23
3.3.1 Data Primer .....	23
3.3.2 Data Sekunder .....	24
3.4 Informan Penelitian.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.5.1 Wawancara.....	25
3.5.2 Observasi.....	25
3.5.3 Dokumentasi .....	25
3.6 Validitas Data.....	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>28</b>
4.1 Profil @brosispku .....	28
4.2 Tampilan Akun Instagram @brosispku.....	29
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	32
5.1.1 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Sebagai Media Promosi Kuliner. 32	
5.1.2 Postingan Akun @brosispku Memberikan Banyak Rekomendasi Kepada Para Followers .....	39
5.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Menciptakan Interaksi Pada Akun Instagram @brosispku .....	43
5.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> Membuat Masyarakat Percaya Bahwa Akun @brosispku Sumber yang <i>Trusted</i> .....	48
5.2 Pembahasan .....	54
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
6.1 Kesimpulan .....	59
6.2 Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	24
Tabel 5. 1 Hasil Wawancara Dengan Followers @brosispku.....	40



### 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.....	21
Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram @brosispku .....	28
Gambar 4. 2 Tampilan Instagram @brosispku .....	30
Gambar 5. 1 Aktivitas Followers Akun @brosispku .....	36
Gambar 5. 2 Interaksi @brosispku Pada Question Box.....	45
Gambar 5. 3 Interaksi @brosispku Pada Kolom Komentar.....	47
Gambar 5. 4 Jumlah Followers Akun @brosispku .....	51

### 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

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan era globalisasi yang dialami oleh masyarakat saat ini diyakini memberikan dampak yang sangat besar serta perubahan dalam segala aspek kehidupan manusia. Salah satu hal yang tak luput adalah kemajuan teknologi dan komunikasi yang menyebabkan perubahan kehidupan sosial serta ekonomi masyarakat. Awalnya mereka hanya membutuhkan kebutuhan yang bersifat jasmani (sandang, pangan, dan papan) namun dengan berkembangnya teknologi tersebut kebutuhan seseorang akan bertambah pula seperti kebutuhan akan eksistensi diri (pengakuan). Kebutuhan akan eksistensi diri inilah yang membuat seseorang mempunyai pola gaya hidup baru.<sup>1</sup>

Gaya hidup baru yang dimaksudkan tersebut terlihat dari perubahan pada kegiatan makan dan minum yaitu dalam bidang kuliner. Makanan yang menjadi kebutuhan pokok manusia sekarang menjadi sesuatu yang bernilai estetika dan tak jarang menjadi objek foto.<sup>2</sup> Saat ini, banyak orang mencari makanan bukan hanya untuk memenuhi rasa lapar semata namun dapat menjadi kesenangan tersendiri dan hiburan untuk mereka. Di dukung dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, saat ini kegiatan makan dan minum sudah menciptakan trend

<sup>1</sup> Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M. (2021). Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(1), 85-96.

<sup>2</sup> Viviana, C., & Candraningrum, D. A. (2018). E-Wom Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun@makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner. *Prologia*, 2(2), 270-277.

sendiri dengan banyaknya orang yang membagikan kegiatan makan dan minum yang mereka lakukan melalui unggahan sosial media.

Sosial media merupakan sebuah wadah komunikasi di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial di dunia maya atau secara virtual. Saat ini, sosial media dimanfaatkan oleh banyak orang sebagai wadah untuk menyalurkan ekspresi kehidupan mereka sehari-hari, tidak hanya untuk berkomunikasi atau memberi kabar tentang keberadaan saja, melainkan sebagai sarana pengganti kehidupan di dunia nyata seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berkirim foto dan sebagai ruang untuk saling bertukar pendapat. Dan hal ini memberikan pengaruh pula terhadap dunia kuliner dimana sosial media menjadi sumber informasi yang dianggap paling akurat dan update dalam memuaskan keinginan orang-orang terhadap kebutuhan tersebut. Hal inilah yang akhirnya mendukung pula terbentuknya sekumpulan orang yang membentuk komunitas kuliner yang disebut *food influencer* atau akrab di sebut dengan *food vlogger* oleh para pengguna sosial media.

*Food Vlogger* adalah orang-orang yang menggunakan platform media sosialnya untuk membuat postingan aktivitas seputar makan dan minum seperti review makanan dan biasanya mereka mempunyai ciri khas sendiri serta kreatif dalam mengemas video, interaktif dengan warganet, saling berkolaborasi antar satu sama lain serta konsisten dengan konten-konten nya. *Food Vlogger* biasanya memiliki banyak pengikut setia pada akun sosial media mereka sehingga banyak

#### 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.

dipercayai untuk merekomendasikan berbagai produk makanan dan minuman sebagai brand ambassador atau melalui paid promote dan lainnya.

Salah satu social media yang paling banyak aktif digunakan hingga saat ini adalah Instagram. Terbukti dengan berdasarkan data Napoleon Cat, ada 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Populernya Instagram sebagai platform sederhana yang menawarkan tampilan visual sebagai fungsi utama aplikasinya mampu menjaring jutaan konsumen potensial dengan sangat cepat dan mudah, serta juga karena tampilan visual menjadi komponen yang paling penting sehingga instagram banyak digunakan sebagai media pemasaran salah satunya pada bidang kuliner.<sup>3</sup>

Instagram merupakan media sosial yang sangat berkembang dari internet saat ini. Instagram dapat diakses dengan jaringan internet sebagai alat komunikasi dengan sesama pengguna lain dalam bentuk postingan atau konten yang bisa disunting dan dimodifikasi dengan tulisan, video, gambar dan lainnya. Instagram banyak dimanfaatkan sebagai media promosi online yang memberikan informasi mengenai barang atau jasa dengan menggunakan video dan foto sebagai konten untuk menarik khalayak dibandingkan dengan menggunakan kata-kata.

Kemudian, peneliti sebagai salah satu pengguna aktif instagram, melihat bahwa Pekanbaru merupakan kota dengan bisnis kuliner yang sedang naik daun dan Instagram merupakan media sosial pertama sebagai tempat untuk mencari dan berbagi informasi mengenai hal-hal berbau kuliner sehingga informasi semakin

<sup>3</sup> Hifziati, L. (2017). Pembentukan kultur konsumtif melalui eWOM kuliner di Instagram. *Komunikator*, 9(2), 69-80.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

mudah di akses.<sup>4</sup> Pemasaran yang dilakukan melalui instagram dimana pengguna satu mendapatkan rekomendasi melalui pengguna dua kemudian membagikan informasi tersebut kepada pengguna lainnya merupakan salah satu bagian strategi pemasaran yang dikenal dengan istilah *word of mouth*. Tetapi berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi era digital, tercipta pulalah paradigma baru dalam komunikasi *word of mouth* sehingga muncul istilah *Electronic Word of Mouth* atau E-WOM.

Perkembangan era digital terutama di media sosial, semakin banyak digunakan oleh masyarakat untuk memberikan ulasan atau saat ini sering disebut *review* pada suatu produk sehingga pertimbangan mengonsumsi produk dan jasa akan sangat dipengaruhi oleh apa yang mereka temui di media sosial tersebut. Percakapan atau *conversation* menjadi tolak ukur dalam media sosial. Melalui *conversation* yang positif dan banyak direkomendasikan, maka orang cenderung akan tertarik terhadap hal tersebut. *Electronic Word of Mouth* yang tercipta pada kondisi ini adalah tidak perlu meminta pun para pengguna media sosial sudah memperbincangkan segala sesuatu yang mereka pakai, makan atau gunakan.

*Electronic Word of Mouth* atau sering dikenal dengan istilah Pemasaran viral merupakan pemasaran menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut untuk mendukung usaha dan tujuan pemasaran. eWOM adalah proses pertukaran informasi yang dinamis dan berkelanjutan melalui media

---

Shafira, T., & Mutia, T. Fenomena Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh Food Blogger Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 65-77.

#### 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.

online yang melibatkan konsumen potensial, aktual, atau konsumen yang pernah mencoba suatu produk, jasa, merek, atau perusahaan.<sup>5</sup>

Salah satu akun instagram pemberi rekomendasi kuliner terkenal di Pekanbaru adalah akun @brosispku yang sudah aktif sejak 5 Oktober 2014 yang hingga kini sudah memiliki pengikut sebanyak 310.000 followers. Bukan hanya memberikan rekomendasi kuliner yang terdapat di Pekanbaru, @brosispku juga memberikan informasi terkait wisata, direktori bisnis, gaya hidup serta cerita warga lokal seluruh Kota Pekanbaru, Riau.

Dalam (Sartika and Novianti 2021), e-WOM dapat dikatakan sebagai strategi pemasaran yang kredibel dan dapat dipercaya karena didasarkan oleh review dari influencer maupun *foodvlogger* ketika menggunakan produk tersebut, dengan kata lain merupakan *honest review*. Pada dasarnya, aktivitas e-WOM ini terjadi saat *foodvlogger* ataupun *influencer* melakukan *hunting* kuliner maupun mendapat kiriman makanan dari para pedagang yang ingin makanannya dipromosikan. Kemudian hasil ulasan makanan tersebut diunggah pada *story* dan *feeds* Instagram untuk dilihat oleh pengikut setianya. Dan biasanya, para pengikut tersebut akan percaya pada sang *foodvlogger*.<sup>6</sup>

Namun demikian, terbentuknya e-WOM kuliner di Instagram tidak hanya dibentuk oleh seorang *influencer* atau *foodvlogger* sebagai opinion leader semata namun juga tidak lepas dari peranan pengguna instagram atau pengikut di Instagram yang secara tidak langsung melakukan pemasaran dengan

<sup>5</sup> Ahmad, I., Kom, S., Kom, M., Djajasinga, I. N. D., IPM, M. C., Astuti, S. D., & Ani Mekaniwati, S. E. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri.

<sup>6</sup> Shafira, T., & Mutia, T. (2021). Fenomena Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh Food Blogger Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 65-77.

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.

menggunakan instagram sebagai tempat untuk berbagi gaya hidup, bisnis, mencitrakan diri, membangun relasi, hingga akhirnya membangun hubungan berkesinambungan antara *food vlogger*.<sup>7</sup>

Perkembangan komunikasi eWOM sebagai media promosi kuliner yang pesat di Instagram, dengan followers *foodvlogger* yang aktif menjadi opinion seeker dan membantu dalam membentuk fenomena itu sendiri telah mampu membentuk sebuah realitas baru didunia maya. Salah satunya adalah pada akun @brosispku yang aktif memanfaatkan komunikasi e-WOM sebagai media promosi dalam memberikan rekomendasi kuliner untuk masyarakat di Kota Pekanbaru. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait

### **“Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @Brosispku”**

#### **1.2 Penegasan Istilah**

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

##### **1.2.1 Electronic Word of Mouth (E-WOM)**

*Electronic Word of Mouth* (e-WOM) adalah bentuk komunikasi pemasaran berisi tentang pernyataan positif ataupun negatif yang dilakukan oleh pelanggan potensial, pelanggan maupun mantan pelanggan tentang suatu

<sup>7</sup> Sartika, S., & Novianti, R. (2021). Pemanfaatan e-WOM sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner di Kalangan Milenial terhadap Akun Instagram@ smrfoodies. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 256-268.

produk atau perusahaan, yang tersedia dan dapat diakses informasi tersebut bagi banyak orang melalui media di internet.<sup>8</sup>

Pada awalnya e-WOM hanya dikenal sebagai WOM yaitu bentuk pemasaran dari mulut ke mulut dimana konsumen menyampaikan pengalamannya menggunakan suatu produk kepada oranglain baik secara disengaja ataupun tidak terencana. Sejak berkembangnya teknologi era digital, WOM berkembang menjadi e-WOM dengan media digital sebagai tempat penyampaian informasi tersebut.

### 1.2.2 Food Vlogger

*Food vlogger* adalah seseorang yang bekerja untuk mengambil gambar atau merekam video makanan/ minuman yang biasanya dibagikan ke beberapa platform media sosial di internet. Food vlog memiliki konten mengenai vlogger yang memberikan ulasan suatu makanan atau minuman yang sedang hits atau yang menjadi ciri khas suatu daerah secara acak.<sup>9</sup>

## 1.3 Ruang Lingkup Kajian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka ruang lingkup kajian yang diteliti pada penelitian ini hanya membahas tentang Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku.

<sup>8</sup>Widyanto, A., & Pangesti, E. (2017). *Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang)*. Brawijaya University.

<sup>9</sup>Salsabila, L. (2022). Review makanan food vlogger terhadap konsumtif 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.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku”

## **1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @brosispku dan untuk mengetahui penggunaan Instagram yang dilakukan oleh akun @brosispku sebagai pemberi rekomendasi kuliner.

### **1.5.2 Kegunaan Penelitian**

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan atau referensi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi maupun pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pemanfaatan e-WOM .
- b. Secara praktis, untuk melengkapi salah satu syarat sarjana (S1) dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan ilmu komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar penelitian terarah, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Perlu ditentukan sistematika penelitian perencanaan,

pengamatan, pelaporan, dan analisis serta kesimpulan dari hasil penelitian. Maka penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan beberapa hal yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, ruang lingkup kajian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan uraian mengenai kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

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

## **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisi tentang sejarah singkat dari akun @brosispku, tampilan media, logo dan beberapa hal lainnya terkait akun @brosispku.

## **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

## **BAB VI : PENUTUP**

### **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 ini berisikan tentang rangkuman dari keseluruhan hasil penelitian mulai dari kesimpulan dan saran 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

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 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 dalam penelitian. Jurnal tersebut diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Chintya Viviana dan Diah Ayu Candraningrum yang berjudul “E-Wom Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner”<sup>10</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan E-WOM oleh kalangan milenial terhadap akun 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

---

<sup>10</sup> Viviana, C., & Candraningrum, D. A. (2018). E-Wom Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun@ makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner. *Prologia*, 2(2), 270-277.

pemasaran yang dilakukan bersifat elektronik. Interaksi yang terjadi pun dapat mempererat hubungan antara pengikut dan food blogger tersebut di dunia maya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sartika dan Romlah Novianti yang berjudul “Pemanfaatan e-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Di kalangan Milenial Terhadap Akun Instagram @Smrfoodies”<sup>11</sup> Penelitian ini bertujuan sebagai penjelasan pada kalangan milenial terhadap akun Instagram @smrfoodies mengenai pemanfaatan e-WOM sebagai pemberi rekomendasi kuliner dan untuk memahami faedah penggunaan Instagram yang dilakukan @smrfoodies sebagai pemberi rekomendasi kuliner terhadap akun Instagram @smrfoodies. Menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh kaum milenial sangat memiliki peran penting dalam hal pemasaran online (e-WOM), khususnya *food blogger*. Dengan banyaknya *followers* yaitu pada media Instagram tentu membantu hal tersebut serta dapat mendorong adanya interaksi yang baik antar pengguna satu dengan yang lainnya.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Thata Shafira Dwi Ananda dan Tika Mutia yang berjudul “Fenomena *Electronic Word-of-Mouth* (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh *Food Blogger* Pekanbaru”<sup>12</sup>

---

Sartika, S., & Novianti, R. (2021). Pemanfaatan e-WOM sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Di kalangan Milenial terhadap Akun Instagram@ smrfoodies. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 256-268.

Shafira, T., & Mutia, T. Fenomena Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh Food Blogger Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 65-77.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *food blogger* melakukan eWOM mengenai kuliner, dari sisi motif, makna, dan pengalaman komunikasinya di Instagram. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ditemukan bahwa mereka mempunyai motif melakukan eWOM kuliner untuk berbagi informasi, melakukan eWOM untuk membantu usaha-usaha kuliner yang ada di Pekanbaru dan juga terdapat pengalaman komunikasi *food blogger* dimana penyampaian informasi tidak selalu diterima baik oleh followers media sosial Instagram. Secara keseluruhan fenomena eWOM ini memberi dampak yang besar dikalangan generasi milenial Pekanbaru yang menggunakan Instagram sebagai gaya hidup.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Lailia Hifziati yang berjudul “Pembentukan Kultur Konsumtif Melalui e-WOM Kuliner Di Instagram”<sup>13</sup> Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana followers *food Instagrammer* mampu berperan aktif dalam pembentukan eWOM kuliner dan kultur konsumtif di Instagram. Penelitian ini menggunakan etnografi virtual, yang fokus pada analisis objek media yang diambil dari tiga followers aktif *food Instagrammer professional*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa eWOM kuliner di Instagram selain membentuk sebuah identitas baru juga menjadi alat promosi yang efektif berbanding dengan penggunaan media lainnya. eWOM kuliner di Instagram juga yang mampu membentuk kultur konsumtif masyarakat milenial di era digital.

<sup>13</sup> Hifziati, L. (2017). Pembentukan kultur konsumtif melalui eWOM kuliner di Instagram. *Komunikator*, 9(2), 69-80.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Adillia Risky Cahyaningtyas dan Muhammad Iqbal yang berjudul “Gaya hidup konsumtif dan Pencitraan Diri Mahasiswa Pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember)”<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena gaya hidup pencitraan di media sosial instagram berdasarkan studi kasus pada mahasiswa kelas menengah yang ada di kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa kelas menengah di kabupaten Jember mencitrakan diri melalui empat hal antara lain pemilihan *fashion* dengan tujuan untuk menirukan tokoh yang dijadikan sebagai *role model*, kemudian aktivitas *foodstagramming* (makan cantik) dan juga *kongkow* di restoran atau *cafe* bergengsi untuk menunjukkan bahwa mereka adalah mahasiswa yang memiliki selera tinggi dalam mengonsumsi makanan, selanjutnya melalui gaya hidup kaum milenial dalam perspektif *cybermedia* yang ditandai dengan berbagai macam pencitraan dalam bentuk unggahan foto maupun video di media sosial instagram, terakhir yaitu budaya konsumtif bagi kaum milenial yang menerangkan bahwa mayoritas mahasiswa yang melakukan pencitraan yaitu mereka yang berasal dari kelas sosial menengah dengan jatah uang saku lebih dari cukup setiap bulannya, sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif.

<sup>14</sup> Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M. (2021). Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(1), 85-96.

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.

Berdasarkan penelitian yang terdahulu menunjukkan bahwa tema yang diangkat peneliti saat ini memiliki perbedaan dan persamaan. Tampak bahwa yang menjadi pembeda antara kajian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan sekarang adalah terletak pada fokus penelitian dimana pada penelitian ini penulis memilih fokus yaitu Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Followers Instagram Terhadap Akun @Brosispku.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Electronic Word of Mouth (E-WOM)

*Electronic Word of Mouth* (eWOM) merupakan bentuk terbaru dari WOM. *Word of Mouth* (WOM) adalah bentuk komunikasi yang terjalin dari orang ke orang mengenai suatu produk, jasa atau perusahaan tertentu pada suatu waktu. *Word of Mouth* (WOM) adalah salah satu bentuk strategi dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh konsumen yang menawarkan produk secara sukarela, dimana mereka menceritakan produk dan menyarankan orang lain untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut.<sup>15</sup>

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih membuat komunikasi WOM juga berubah menjadi E-WOM. Dimana saat ini, orang-orang cenderung lebih sering berkomunikasi secara digital dibandingkan bertatap muka sehingga strategi pemasaran dengan komunikasi inipun semakin beragam. Saat ini, banyak orang cenderung menceritakan pengalaman pribadi mereka di internet sebagai media sharing yang informative

<sup>15</sup> Lomi, A. G., Besie, J. L., & Kasim, A. (2016). Pengaruh ewom (electronic word of mouth) pada media sosial facebook terhadap minat beli konsumen (studi pada tebing bar & cafe). *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 2(1), 29-58.

sehingga komunikasi dari mulut ke mulut yang biasanya dikenal dengan WOM kini beralih menjadi E-WOM yang lebih fleksibel.

E-WOM (*Electronic Word Of Mouth*) merupakan pernyataan negatif atau positif yang dibuat oleh konsumen aktual, potensial, atau konsumen sebelumnya mengenai produk atau perusahaan dimana informasi ini tersedia bagi orang-orang ataupun institusi melalui media internet seperti contohnya dapat di temukan pada sosial media.<sup>16</sup> Komunikasi eWOM sendiri telah memungkinkan memberikan efek yang berbeda terhadap perspektif informasi daripada perspektif sosial, hal ini dikarenakan orang-orang akan melakukan eWOM berdasarkan informasi seperti kalimat, foto, dan angka-angka yang ditampilkan di internet. Pada dasarnya eWOM memiliki karakteristik yang sama dengan WOM tradisional, namun yang membedakannya adalah sifat penerima dan lingkungan yang telah berubah karena konsekuensi internet dan media sosial.<sup>17</sup>

*Electronic word of mouth* menghadirkan bentuk baru komunikasi antara penerima dan pengirim. Seperti yang digambarkan oleh Cheung dan Thadani dalam Aulian dan Lili (2016:1051) terdapat stimulus, communicator, receiver, dan response di dalamnya yaitu:

1. **Stimulus.** Stimulus adalah rangsangan yang dapat berupa pikiran, perasaan, atau hal-hal lain yang dapat ditangkap melalui alat indera.

Wulandari, I. S. (2020). Pemanfaatan E-Wom Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Krim Aice. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 46-51.

Hifziati, L. (2017). Pembentukan kultur konsumtif melalui eWOM kuliner di Instagram. *Komunikator*, 9(2), 69-80.

#### 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.

Di dalam e-wom pesan yang dikirimkan dapat berupa pesan positif, negatif maupun netral. Biasanya stimulus ini berupa konsistensi dan banyaknya ulasan dari penulis lainnya.

2. **Communicator.** berarti seseorang yang menyampaikan pesan, biasanya melibatkan keahlian, ketertarikan dan kesamaan. Pesan yang disampaikan melalui *electronic word of mouth* tidaklah selalu bersifat personal sehingga isinya dapat dinikmati oleh siapapun.
3. **Receiver.** berarti orang yang memberi respon terhadap komunikasi *electronic word of mouth*. Respon yang terjadi berbeda-beda antara satu penerima dengan yang lain karena melibatkan rasa ingin tahu, kepercayaan, fokus pencarian, ikatan sosial dan kesamaan.
4. **Response.** berarti tanggapan atau reaksi yang dihasilkan dari komunikasi antara pengirim dan penerima. Faktor yang terkait adalah perilaku penerima, adaptasi informasi, kepercayaan, pembelian, kesetiaan, dan kehadiran sosial.

### 2.2.2 Food Vlogger

*Food Vlogger* adalah orang-orang yang menggunakan platform media sosialnya untuk membuat postingan aktivitas seputar makan dan minum seperti review makanan dan biasanya mereka mempunyai ciri khas sendiri serta kreatif dalam mengemas video, interaktif dengan warganet, saling berkolaborasi antar satu sama lain serta konsisten dengan konten-kontennya. *Food Vlogger* biasanya memiliki banyak pengikut setia pada akun sosial media mereka sehingga banyak dipercayai untuk merekomendasikan berbagai produk

#### 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.

makanan dan minuman sebagai brand ambassador atau melalui paid promote dan lainnya.

*Food vlogger* merupakan sebuah akun yang menampilkan konten-konten review makanan ataupun minuman. Biasanya, konten yang di unggah oleh seorang *food vlogger* memuat informasi seputar menu yang ditawarkan, lokasi, citarasa, suasana, dan harga. Informasi tersebut dapat memudahkan konsumen untuk menentukan makanan yang akan dibeli. Dalam postingan di Instagram viewers dapat merespon melalui like, komentar, dan aktifitas share.

Respon yang diberikan viewer sangat beragam, dan dapat bersifat positif maupun negatif. Konten yang viral dan mendapat banyak respon positif dari viewer berdampak pula pada realitanya dimana biasanya tempat yang di rekomendasikan oleh seorang *food vlogger* bisa saja tiba-tiba mengalami peningkatan penjualan karena banyaknya konsumen yang berkunjung disebabkan oleh rasa ingin tahu mereka untuk mencoba makanan yang direkomendasikan oleh orang yang mereka percayai tersebut.<sup>18</sup>

Dan seorang *food vlogger* biasanya memiliki ciri khas atau karakter masing-masing ataupun branding diri masing-masing untuk membangun kepercayaan pengikut / followers sosial media mereka. Dan dengan adanya akun *food vlogger* ini dapat membantu masyarakat dalam mencari referensi tempat makan seperti yang diinginkan.

---

<sup>18</sup> Syaharani, Q., & Laksana, N. Y. Pengaruh Respon Viewers Tentang Konten Food Vlogger @Jogjabikinlaper Terhadap Minat Beli Makanan Di Yogyakarta.

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.

### 2.2.3 Instagram

Instagram merupakan salah satu sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online melalui akses internet. Pengguna lain dapat menyukai, berkomentar, dan terlibat satu sama lain pada sebuah postingan. Instagram adalah salah satu platform media sosial yang tumbuh paling cepat Instagram memiliki fitur yang beragam dan kelebihan serta jika dibandingkan dengan social media lain, instagram cocok dijadikan media promosi karena tampilan visual nya.<sup>19</sup>

Aplikasi ini memiliki banyak fitur menarik yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah media yang dapat diedit dengan filter atau diatur dengan tagar dan penandaan geografis. Unggahan di Instagram dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang telah disetujui sebelumnya (private). Pengguna dapat menelusuri konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi, melihat konten yang sedang tren, menyukai foto, mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka ke feed pribadi, membagikan kegiatan sehari-hari melalui instagram story bahkan melalui live streaming. Saat ini, instagram bahkan sudah menyediakan fitur yang diberi nama reels berupa short video serta instagram shop yang bisa digunakan untuk berbelanja seperti e-commerce lainnya sehingga instagram menjadi sosial media dengan fungsi yang beragam dan tidak pernah ketinggalan.

---

<sup>19</sup> Ananda, T. S. D. (2020). *Penerapan Electronic Word Of Mouth Kuliner Melalui Aplikasi Instagram (E-WOM Dikalangan Food Blogger Milenial di Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri 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.

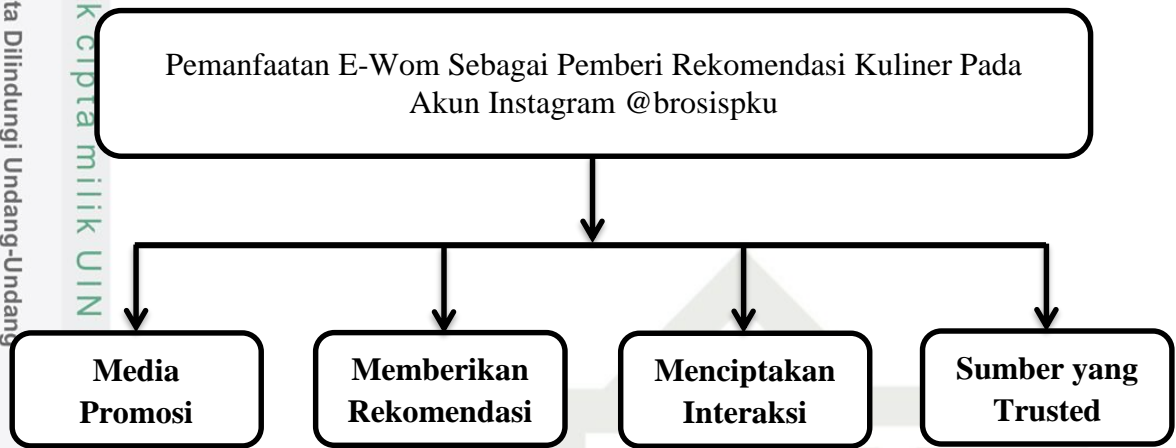
#### 2.2.4 Followers

Followers atau yang dalam bahasa Indonesia berarti pengikut adalah pengguna media sosial yang memilih untuk berinteraksi dengan akun sosial media oranglain, melalui klik “ikuti” atau “follow” yang tersedia sebagai fitur dalam media sosial.

#### 2.3 Kerangka Pikir

Melandasi penelitian yang akan dibuat maka di perlukan sebuah kerangka pemikiran sebagai acuan dalam melakukan penelitian tersebut. Kerangka pemikiran menjadi landasan alur pikir 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 Pemanfaatan E-WOM Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @Brosispku. Sehingga peneliti membuat ilustrasi sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Pikir**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ak cipta milik UIN

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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara etnografi virtual. Etnografi Virtual merupakan desain penelitian kualitatif dimana seorang peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasikan pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan, maupun bahasa<sup>20</sup>. Cara pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan kultur di ruang siber. Secara sederhana, etnografi virtual pada penelitian ini memiliki maksud dan tujuan untuk memahami fenomena-fenomena yang terbentuk dari interaksi dan aktivitas pada akun Instagram @brosispku.

Dalam penerapan etnografi, maka yang diteliti yaitu kultur yang terjadi di suatu komunitas atau berada di tempat yang pasti. Peneliti etnografi akan merekam jejak, mencatat apa yang terjadi, mendengar perbincangan, dan bahkan membongkar dokumen untuk studi yang dilakukannya. Apa yang dilakukan oleh etnografer ini dilakukan secara real, artinya peneliti etnografi berada di tengah-tengah komunitas, menyaksikan sendiri secara langsung dokumen, dan bahkan berbicara secara tatap muka terhadap individu dan/atau kelompok sosial yang ada. Dalam etnografi virtual fenomena yang diangkat merupakan kepingan semata, tidak menggambarkan bagaimana sesungguhnya kehidupan di internet itu

<sup>20</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hal. 5.

berlangsung. Karena ada kerumitan dalam menjangkau informan, lokasi, dan bahkan kultur itu sendiri secara seutuhnya.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Untuk waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2023 sampai dengan selesai.

### 3.3 Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan sumber data paling mendasar dan pokok dalam penelitian dari berbagai sumber yang ada.

#### 3.3.1 Data Primer

Data Primer merupakan data-data yang di dapatkan secara langsung oleh peneliti seperti contohnya bersumber dari hasil observasi, wawancara dan pengamatan lainnya untuk mendukung perolehan informasi lebih lanjut. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan adalah kata-kata dan tindakan yang merupakan sumber data yang diperoleh dari lapangan dengan hasil wawancara peneliti dengan subjek penelitian dalam observasi yang peneliti lakukan. Data primer ini termasuk data mentah yang harus diproses sehingga menjadi informasi yang bermakna.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Rachmat kriyanto, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), 42

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

### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder menurut sugiyono (2018) merupakan data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung.<sup>22</sup> Dikatakan tidak langsung karena data diperoleh melalui perantara, yaitu bisa lewat orang lain, ataupun lewat dokumen.<sup>23</sup> Dalam penelitian ini, 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 dan observasi.

### 3.4 Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, tidak ada istilah populasi ataupun sampel. Populasi dalam penelitian kualitatif di terjemahkan sebagai wilayah yang terdiri atas subjek maupun objek yang mempunyai kualitas serta karakteristik yang telah ditetapkan oleh penulis untuk dapat di pelajari dan di ambil kesimpulannya. Sedangkan untuk sampel dari penelitian kualitatif ialah sebagian dari populasi tersebut. Berdasarkan hal itu maka penulis menggunakan informan penelitian guna memperoleh informasi yang dibutuhkan. Informan dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang penulis rasa berkaitan dengan penelitian ini.

**Tabel 3. 1 Informan Penelitian**

No	Nama	Pekerjaan
1	Rama Setya	Owner brosispku
2	Muhammad Latu	Admin brosispku
3	Denisa Apriyani	Content Creator brosispku
4	Abdul Muiz	Content Creator brosispku

<sup>22</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

<sup>23</sup> Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.

**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	Muhammad Fikrah	Content Creator brosispku
6	Delia Putri Nabila	Public Relation
7	Annisa Rahayu	Team Kreatif
8	Dini Kholilla	Team Kreatif

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang menjawab pertanyaan.<sup>24</sup> Data dikumpulkan untuk penelitian ini melalui wawancara terstruktur, yaitu proses wawancara dimana pertanyaan yang akan diajukan ditentukan oleh pewawancara itu sendiri. Poin-poin yang menjadi dasar pertanyaan disusun secara terstruktur. Peneliti telah menyusun daftar pertanyaan yang diajukan.<sup>25</sup>

#### 3.5.2 Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan atau teknik yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Observasi merupakan kegiatan mengamati objek penelitian tanpa menyebabkan perubahan kegiatan/peristiwa/objek yang diamati. Hal ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung selama tahap observasi.

#### 3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu tentang sudah berlalu. Metode dokumentasi digunakan sebagai penunjang

<sup>24</sup> Djam'an & Aan Komariah Satori, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2014), p. 45.

<sup>25</sup> Lexy J Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), p. 186.

#### 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.

penelitian. Dokumentasi dapat berupa teks, gambar, atau karya-karya menumental seseorang.<sup>26</sup>

### 3.6 Validitas Data

Validitas data merupakan data yang diperoleh tidak berbeda dengan data yang terjadi sesungguhnya, sehingga keabsahan data dapat dipertanggung jawabkan. Melalui keabsahan data kepercayaan dalam penelitian ini dapat tercapai. Penulis melakukan triangulasi metode dan triangulasi teori.

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. 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.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2011:337-345) yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (verifikasi).

<sup>26</sup> Tjipto Subadi, Metode Penelitian Kualitatif (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006), p. 12.

- Reduksi Data (*Data Reduction*) : Memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang masih kurang.
- Penyajian Data (*Data Display*) : Menggunakan data secara sistematis sesuai dengan topik pembahasan terkait pemanfaatan e-wom sebagai pemberi rekomendasi kuliner di instagram.
- Menarik Kesimpulan (*Verifikasi*) : Merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang lebih singkat dan padat.

**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

#### 4.1 Profil @brosispku

Gambar 4. 1 Logo Akun Instagram @brosispku



Akun instagram @brosispku merupakan platform digital lokal yang berisi informasi seputar masyarakat lokal di kota Pekanbaru. Akun instagram ini sudah aktif sejak 5 Oktober 2014 yang hingga kini sudah memiliki pengikut sebanyak 310.000 followers. Bukan hanya memberikan rekomendasi kuliner yang terdapat di Pekanbaru, @brosispku juga memberikan informasi terkait wisata, direktori bisnis, gaya hidup serta cerita warga lokal seluruh Kota Pekanbaru, Riau yang disajikan berasal dari warga lokal untuk tujuan lebih mengenal kota Pekanbaru. Brosispku sendiri berkantor di Jalan Tamtama Kelurahan Labuh Baru Timur, Kecamatan Payung Sekaki, Pekanbaru, 28291, 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 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.

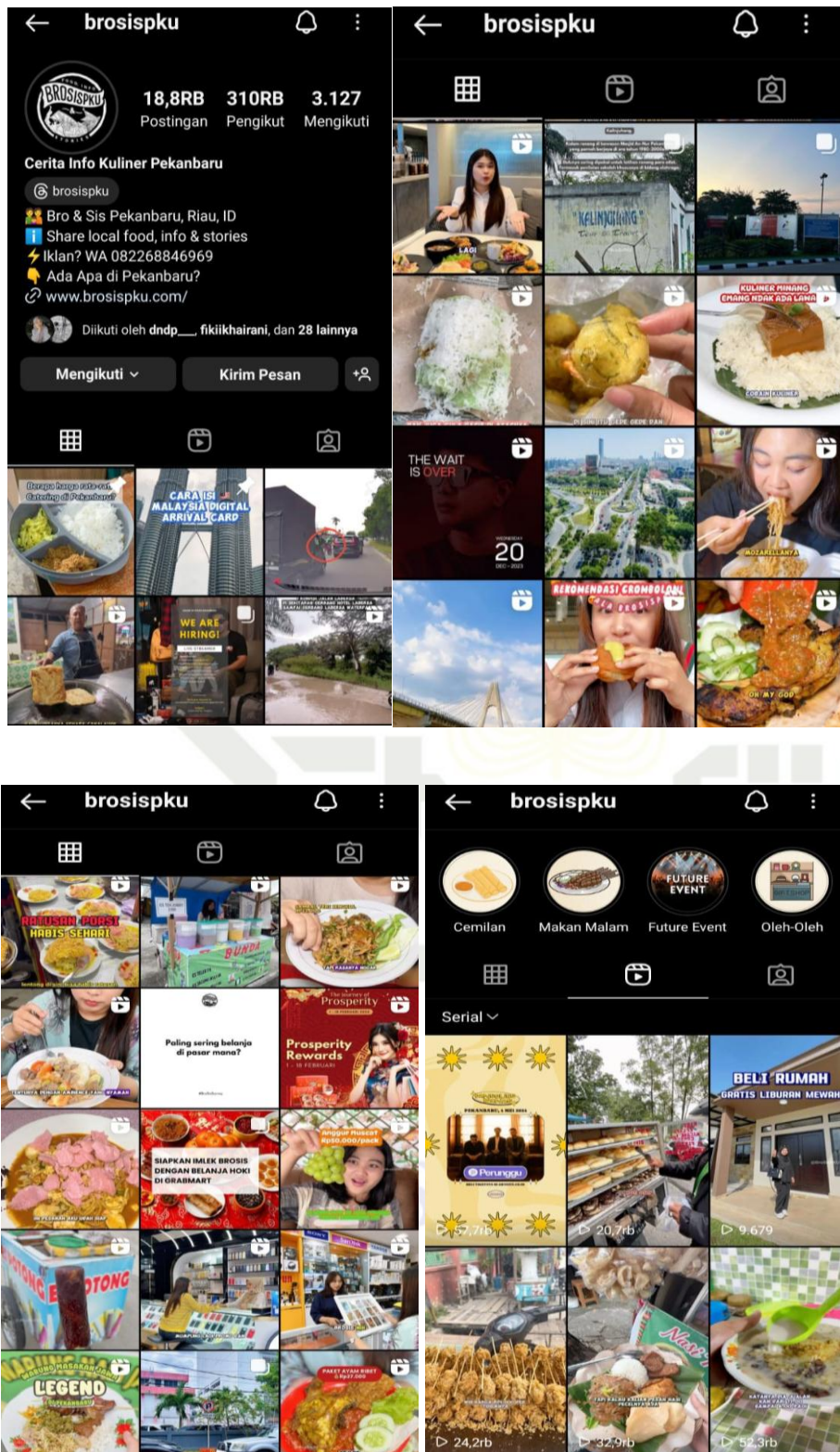
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sejak 3 tahun terakhir brosispku menjadi platform paling banyak diikuti oleh warga Pekanbaru di Instagram yang dimanfaatkan sebagai pemberi informasi paling update seputar keadaan yang terjadi di Kota Pekanbaru mengalahkan beberapa akun instagram serupa yang dibuat dengan tujuan yang sama. Banyaknya pengikut brosispku di Instagram membuat akun ini semakin dinilai terpercaya dan terupdate sehingga banyak bisnis yang menggunakan jasa promosi berupa paid promote ataupun endorse agar dapat menjadi salah satu highlight di akun instagram @brosispku tersebut.

#### 4.2 Tampilan Akun Instagram @brosispku

Sebagai salah satu platform di media sosial Instagram yang memiliki banyak pengikut dan juga sering dimanfaatkan oleh beberapa penggunanya sebagai salah satu sarana dalam mempromosikan sesuatu, tentunya tampilan yang disajikan pada akun intagram @brosispku haruslah menarik dan mempunyai karakteristik yang dapat membedakan brosispku dengan akun instagram lainnya. Dengan kata lain, saat ini banyak orang menjadikan instagram sebagai salah satu sumber pendapatan bagi mereka dengan melakukan promosi pada platform tersebut. Instagram dinilai dapat memberikan impact yang baik bagi para penggunanya, sehingga bukan hanya harus menarik dan berkarakteristik, akun instagram seperti ini juga harus aktual dan update dalam menyajikan informasi. Berikut peneliti sajikan tampilan instagram akun @brosispku, sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Tampilan Instagram @brosispku



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi mengemukakan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa akun @brosispku menyajikan konten-konten menarik dengan kualitas video yang jelas dan informatif pada setiap konten yang diupload pada feeds instagram, story instagram kemudian highlight yang ditampilkan. Terutama saat memberikan review kuliner, brosispku selalu menyajikan informasi detail terkait lokasi, menu dan harga dengan sangat jelas disamping kualitas video atau gambar dari konten-konten tersebut menarik, kreatif dan menggugah selera para penonton yang menyaksikannya.

Karakteristik ataupun ciri khas dari akun @brosispku adalah reviewers untuk setiap review kuliner yang dilakukan selalu berbeda-beda sehingga memberikan penyampaian yang tidak membosankan. Akun ini juga selalu update mengunggah makanan seperti snack atau minuman yang baru rilis dipasaran kemudian diunggah di akun instagram nya agar menarik perhatian followers hingga akhirnya makanan tersebut viral dan menjadi trend di masyarakat. Bukan hanya itu, @brosispku juga sering kali memberikan rekomendasi kuliner yang "hidden-gem" yaitu suatu tempat kuliner atau wisata yang indah dan tidak diketahui lokasinya oleh banyak orang. Karena letaknya tersembunyi, keindahan hidden gem biasanya tidak tampak dan ketika ada seseorang yang menemukannya, barulah tempat hidden gem tersebut menjadi populer dan viral. Beberapa karakteristik yang dimiliki @brosispku inilah yang membuat akun instagram ini memiliki pengikut yang terus bertambah setiap harinya dengan penyampaian *e-wom* yang terkesan menyenangkan.

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

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai *“Pemanfaatan E-Wom Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Pada Akun Instagram @Brosispku”* diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Akun @brosispku menggunakan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) sebagai media promosi kuliner.
2. Akun @brosispku selalu konsisten dalam memposting konten-konten kuliner pada feeds instagram, instagram reels dan juga instagram story setiap harinya. Karena hal tersebut, banyak followers dari @brosispku yang merasa sangat terbantu dengan hadirnya @brosispku sebagai akun kuliner pemberi rekomendasi yang *up to date* dengan review yang menarik serta *grading* video dan foto yang menggugah selera.
3. Akun @brosispku menggunakan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) untuk menciptakan interaksi antara akun @brosispku dengan para followersnya.
4. Akun @brosispku menggunakan *Electronic Word of Mouth* (eWOM) untuk membuat masyarakat percaya bahwa akun @brosispku merupakan sumber yang trusted. Sehingga rekomendasi kuliner yang diberikan oleh @brosispku dinilai sangat informatif serta dapat dipertanggungjawabkan.

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.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang telah dipaparkan, adapun saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada akun @brosispkpu agar dapat selalu konsisten dalam membagikan informasi seputar kuliner untuk masyarakat di Kota Pekanbaru dengan selalu memberikan informasi yang kredibel dan trusted. Kemudian dapat selalu bertindak netral dalam menghadapi pro/kontra yang terjadi dalam menyikapi komentar yang diberikan oleh sejumlah followers terkait konten yang diposting.
2. Diharapkan kepada tempat kuliner yang sudah dan akan di ulas oleh akun @brosispkpu agar terus meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan dengan memberikan informasi yang jujur agar pelanggan yang akan berkunjung mendapatkan pelayanan yang sesuai antara apa yang dijadikan konten dengan apa yang diterima pada kenyataannya.
3. Diharapkan kepada para followers akun @brosispkpu baik penjual, pembeli dan penikmat kuliner agar dapat menggunakan sosial media dengan bijak karena segala sesuatu yang diunggah pada sosial media dapat diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun.
4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih dalam penelitian ini di kemudian hari karena penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I., Kom, S., Kom, M., Djajasinga, I. N. D., IPM, M. C., Astuti, S. D., & Ani Mekaniwati, S. E. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ananda, T. S. D. (2020). *Penerapan Electronic Word Of Mouth Kuliner Melalui Aplikasi Instagram (E-WOM Dikalangan Food Blogger Milenial di Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Arianthi, D. E., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Shopee)/Analysis Of The Influence Of Brand Image, Service Quality, And Electronic Word Of Mouth On Purchase Decisions (Case Study on Shopee's Consumers).
- Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M. (2021). Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, 1(1), 85-96.
- Djam'an & Aan Komariah Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 145.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi pemasaran bisnis kuliner menggunakan influencer melalui media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Hifziati, L. (2017). Pembentukan kultur konsumtif melalui eWOM kuliner di Instagram. *Komunikator*, 9(2), 69-80.
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), p. 186.

### 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.

Lomi, A. G., Besie, J. L., & Kasim, A. (2016). Pengaruh ewom (electronic word of mouth) pada media sosial facebook terhadap minat beli konsumen (studi pada tebing bar & cafe). *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 2(1), 29-58.

Rachmat kriyanto, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), 42

Rahardjo, M. (2017). Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya.

Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi di Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), hal. 5.

Salsabila, L. (2022). Review makanan food vlogger terhadap konsumtif masyarakat.

Sartika, S., & Novianti, R. (2021). Pemanfaatan e-WOM sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner di Kalangan Milenial terhadap Akun Instagram@smrfoodies. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 6(2), 256-268.

Shafira, T., & Mutia, T. Fenomena Electronic Word-of-Mouth (eWOM) Bisnis Kuliner Menggunakan Instagram oleh Food Blogger Pekanbaru. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 3(1), 65-77.

Sri Zuliana, S. (2023). *Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @tembilahan.kuliner Sebagai Media Paid Promote UMKM Di Kota Tembilahan* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri 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.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

Syahrani, Q., & Laksana, N. Y. Pengaruh Respon Viewers Tentang Konten Food Vlogger @Jogjabikinlaper Terhadap Minat Beli Makanan Di Yogyakarta.

Tjipto Subadi, Metode Penelitian Kualitatif (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006), p. 12.

Viviana, C., & Candraningrum, D. A. (2018). E-Wom Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun@ makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner. *Prologia*, 2(2), 270-277.

Widyanto, A., & Pangesti, E. (2017). *Pengaruh E-WOM di Instagram terhadap Minat Berkunjung dan Dampaknya pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Hawaii Waterpark Malang)*. Brawijaya University.

Wulandari, I. S. (2020). Pemanfaatan E-Wom Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Produk Es Krim Aice. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 11(1), 46-51.

## LAMPIRAN

### Lampiran Wawancara 1

Wawancara bersama Informan 1: Owner @brosispku, 27 November 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan akun @brosispku dibuat?	Akun @brosispku di instagram ini sudah aktif sejak tanggal 5 Oktober 2014. Jika dihitung kira-kira sudah sejak 9 tahun yang lalu dan pada saat itu pengikut dari akun ini juga masih sedikit sekali.
	Apa tujuan dibuatnya akun @brosispku?	<p>Pada awalnya, instagram ini kami buat sebagai platform digital lokal yang berisi informasi seputar masyarakat lokal di kota Pekanbaru. Dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait kuliner, wisata, direktori bisnis, gaya hidup serta cerita tentang warga lokal seluruh Kota Pekanbaru dimana informasi yang disajikan itu berasal dari warga lokal itu sendiri. Secara sederhana, akun instagram ini dibuat agar masyarakat Kota Pekanbaru dapat lebih mengenal lagi seisi kota ini.</p> <p>Namun, kami memang lebih sering memberikan informasi seputar kuliner. Tujuannya tidak lain adalah sama-sama kita ketahui bahwa saat ini, informasi mengenai tempat kuliner yang enak dan lezat sangat dibutuhkan karena mencari tempat makan yang sesuai dengan ekspetasi tentu saja susah. Informasi tersebut dibutuhkan agar masyarakat tidak harus lagi berkeliling kota mencari makanan yang diinginkan. Untuk itulah brosispku hadir membantu.</p>
	Bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Semua berawal dari rasa tanggungjawab dan kekompakan tim untuk membuat akun ini lebih besar lagi. Pada awalnya akun instagram ini hanya sedikit sekali followersnya. Apalagi pada saat itu kami juga belum terlalu memperhatikan

**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.

		<p>bagaimana cara membuat konten yang bagus. Saat itu feed instagram masih sangat berantakan, tidak tertata.</p> <p>Tapi setelah dilakukan evaluasi menyeluruh dan disesuaikan juga dengan perkembangan zaman dan juga kebutuhan masyarakat sekarang, kami berusaha mengupgrade diri. Sehingga konten-konten yang disajikan jadi lebih berkualitas lagi.</p> <p>Nah sejak saat itu, akun brosis jadi semakin dikenal oleh masyarakat dan banyak sekali yang mengikuti. Biasanya sih para followers juga suka memberikan rekomendasi kepada teman-teman nya untuk meng-follow akun ini.</p>
4	<p>Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?</p>	<p>Sering sekali saya dengar akun brosis dikenal masyarakat sebagai akun pemberi rekomendasi kuliner dan memang benar begitu. Di instagram ini kami membagikan informasi seputar tempat kuliner di seluruh penjuru Kota Pekanbaru. Namun bukan hanya itu, kami juga membagikan informasi terkait bisnis, lowongan pekerjaan, situasi atau berita terkini yang terjadi.</p>
	<p>Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?</p>	<p>Suka dan dukanya tentu saja banyak sekali. Kalau sukanya, Alhamdulillah karena akun @brosispku jadi terkenal, ini bisa menjadi lapangan pekerjaan baru juga untuk oranglain dalam pengelolaan akun ini. Lalu, bisa mengenal banyak orang, menambah relasi dan pengetahuan juga tentunya.</p> <p>Kalau dukanya sih karena harus membuat konten terus, jadi lelah hehe. Terkadang tantangan juga untuk mencari informasi terbaru.</p>
9	<p>Bagaimana anda menghadapi orang-orang yang tidak menerima pendapat anda dalam berbagi informasi kuliner melalui akun instagram anda</p>	<p>Semua orang bebas berpendapat. Di akun ini kami hanya memberikan informasi terbaik dengan kemampuan maksimal yang kami punya. Namun kalau ada yang tidak setuju atau komplain tentu saja tim</p>

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.

	tersebut?	akan merespon dengan baik saja dan juga crosscheck lagi kebenaran informasinya agar valid dan tidak salah paham.
	Apakah akun @brosispku hanya beroperasi di Instagram saja?	Tidak. Kami juga punya akun di TikTok. Yah konten yang dibagikan tetap sama dengan yang di Instagram namun platform nya saja yang beda. Tujuannya sih agar akun ini semakin besar dan dikenal masyarakat.
	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Menurut saya kalau untuk informasi kuliner, brosispku melakukan review kuliner dengan memberikan informasi yang detail berupa tempat, menu dan juga harga untuk tempat-tempat kuliner yang ada di Kota Pekanbaru dan juga menyediakan layanan jasa paid promote untuk tempat kuliner yang ingin di promosikan. Jadi bukan hanya informasi sekenanya, tapi informasinya lengkap diberikan agar followers tidak bertanya-tanya lagi.
9	Ada berapa orang yang bekerja dibalik layar akun @brosispku dan apa saja jobdesknya?	Semuanya sekitar 15 orang dan jobdesk nya itu beda-beda. Ada konten creator, reviewers, design grafis, video editor, kameramen, ide kreatif, dan ada juga freelancer yang kita rekrut pada keadaan tertentu jika sedang butuh.
10	Sejauh perkembangan akun @brosispku hingga menjadi seperti sekarang, bagaimana feedback dari masyarakat?	Alhamdulillah hingga sejauh ini kami mendapatkan feedback yang baik dan informasi yang diberikan selalu mendapat tanggapan yang positif. Meskipun kadang-kadang tidak jarang juga ada yang berkomentar negative atau menggiring opini oranglain, tapi Alhamdulillah tim bisa atasi semua itu dengan damai tanpa ada perkelahian.
11	Menurut anda, apakah benar akun @brosispku memanfaatkan e-wom sebagai pemberi rekomendasi kuliner kepada para followers di Instagram?	Benar sekali, saya juga merasakan demikian. Awalnya hal ini terjadi secara alami saja. Kami membagikan postingan di Instagram dan ternyata mendapat banyak feedback dari para followers. Tidak jarang para followers juga menandai teman-teman mereka pada postingan. Karena hal itu orang yang awalnya tidak tau akun brosis jadi ikutan mengikuti akun brosis. Insight 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>juga meningkat. Saya lihat juga banyak yang men-share postingan-postingan tersebut. Ada yang menandai lewat instastory mereka, lalu ada juga yang saling berkirin melalui direct message.</p> <p>Alhamdulillah sekali karena hal ini lah akun brosis jadi semakin besar hingga punya followers ratusan ribu seperti sekarang ini.</p>
--	--

**Lampiran Wawancara 2**

Wawancara bersama Informan 2: Admin @brosispku, 28 November 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Saya sudah bekerja disini sekitar 5 tahun.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Saya sendiri disini sebagai admin akun, dimana tugas saya adalah memposting konten-konten yang telah selesai dibuat oleh tim pada akun @brosispku
3	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Pastinya karena kerja keras tim. Asalkan kita semua tidak pernah berhenti melakukan inovasi dan terus mengembangkan kualitas dari konten-konten yang kita posting.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Banyak sekali, tapi secara sederhana nya segala informasi terkait seisi kota Pekanbaru. Kami juga sering dikenal sebagai akun yang merekomendasikan tempat kuliner karena memang hampir setengah dari postingan brosispku begitu
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Kita mereview banyak sekali tempat makan dan minum yang ada dikota Pekanbaru. Mulai dari UMKM atau usaha yang sudah besar. Lalu untuk jenis makanan nya juga ada makanan berat dan snack. Dan saat mereview makanan tersebut tentu saja kami usahakan untuk memberikan ulasan yang sejujur-jujurnya agar followers kami tidak kecewa saat benar-benar mencoba makanan tersebut.

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.

9	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Duka nya yang pasti lelah, terus juga harus selalu update mencari konten-konten yang fresh agar orang-orang tidak bosan. Suka nya karena ini menyenangkan dan saya memang suka pekerjaan seperti ini.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Review yang kami lakukan itu lengkap beda dengan akun lain kadang hanya memberikan review untuk rasa produknya saja tapi informasi lainnya tidak diberikan. Kami selalu mereview dengan memberikan informasi-informasi tambahan nya seperti lokasinya dimana, rekomendasi menu nya apaa. Seperti itulah kira-kira.
8	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Kalau melihat dari komentar diposting instagram sih masyarakat sangat antusias ya. Karena setiap kami hunting tempat-tempat kuliner gitu, pasti ada saja dari followers itu yang tag teman nya atau pacarnya, ngajak kesana juga.
9	Menurut anda, apakah benar akun @brosispku memanfaatkan e-wom sebagai pemberi rekomendasi kuliner di Instagram?	<p>Saya sangat setuju. Karena menurut pandangan saya sih akun @brosispku tentu nya gak akan jadi seperti sekarang kalau bukan karena bantuan dari followers juga.</p> <p>Secara tidak langsung kami melakukan pemasaran dari mulut ke mulut secara digital ke followers dengan mereview makanan dan minuman itu.</p> <p>Kita membuat konten tersebut dan konten-konten itu di share oleh followers kita ke teman-temannya atau bahkan kadang-kadang juga mereka jadikan story. Karena itulah semakin banyak yang tau brosispkku sampai akhirnya ikutan ngefollow.</p>

**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 Wawancara 3**

Wawancara bersama Informan 3: Content Creator @brosispku, 28 November 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Saya baru sekitar dua bulanan disini dan hanya freelancer aja.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Saya content creator. Ya tugas saya tentunya bikin konten dengan teman-teman content creator lainnya yang ada disini. Kadangkala dalam sehari itu kami mereview sekitar 2-4 tempat makanan, jadi agar menghemat waktu dan tenaga juga, kami bagi-bagi tugas itu.
3	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Karena selalu konsisten untuk buat konten yang menarik. Kalau menggunakan sosial media ini sebenarnya sih memang kuncinya harus konsisten menurut saya.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Informasi seputar kuliner sudah pasti. Informasi mengenai loker juga ada, bisnis seperti property juga ada. Kadang kami juga menginformasikan event-event besar yang akan dilaksanakan. Sebenarnya sih beragam saja ya.
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Saat membuat konten makan dan minum itu sih kami selalu mengusahakan agar konten itu menarik dan menggugah selera yaa. Jangan sampai konten makan dan minum itu ngasi kesan yang jorok dan berlebihan. Kami juga gak mau followers kecewa dengan tempat yang kami review saat datang kesana.  Sebelum melakukan review tentunya kami juga crosscheck dulu tempatnya, menu nya apa, harganya berapa, menu bestseller nya apa. Tujuannya tentu saja biar kami bisa ngasi informasi yang lengkap ke followers.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Jujur semuanya campur aduk sih hehe. Suka nya banyak sekali, dukanya juga gak kalah banyak haha. Namanya bersosial media pasti gak selalu

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.

		menyenangkan. Kadang-kadang juga melihat komentar tidak menyenangkan, sakit hati tapi ya ditanggapi aja dengan baik, dijadikan motivasi untuk lebih baik ajasih kalau saya mah.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Isi konten nya dan kualitas konten nya. Tim di brosispku selalu melakukan crosscheck yang detail untuk konten-konten itu sebelum diposting. Selalu mengusahakan agar informasi yang diberikan itu akurat, kualitas konten nya bagus dan enak dilihat.
8	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Beragam ya. Yang berkomentar positif banyak dan yang negative juga ada. Kadang-kadang yang berkomentar negative itu hanya oknum yang mau memprovokasi ajasih.
9	Menurut anda, apakah benar akun @brosispku memanfaatkan e-wom sebagai pemberi rekomendasi kuliner kepada para followers di Instagram?	Tentu saja. Karena dalam menggunakan sosial media ini kita memerlukan yang namanya strategi pemasaran itu tadi. Berkat adanya pemasaran dari mulut ke mulut ini akun brosis jadi berkembang, diketahui oleh masyarakat luas dan akhirnya bisa jadi seperti sekarang dengan followers yang sebentar lagi mencapai empat ratus ribu aminnn.

**Lampiran Wawancara 4**

Wawancara bersama Informan 4: Content Creator @brosispku, 28 November 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Saya sudah cukup lama disini. Sudah 3 tahunan bekerja disini.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Conten creator. Tugas saya membuat konten review makanan dan minuman, terus juga merancang ide konten dengan tim yang lain.
3	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Menurut saya karena akun @brosispku selalu ngasi informasi yang akurat. Tidak pernah neko-neko atau gimmick. Karena hal itulah banyak yang percaya dengan brosis, apa saja pasti di cek pada akun

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.

		brosis untuk mencari informasi yang valid tersebut.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Seputar kuliner yang pasti tempat makan dan minum yang lagi hits atau tersembunyi yang masih sedikit orang ketahui. Informasi tempat wisata juga ya destinasi wisata yang bisa didatangi di Kota Pekanbaru, dan masih banyak lagi deh yang di share.
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Harus review yang jujur. Karena selain kami memang mereview tempat tersebut karena kebutuhan promosi, kami juga tidak mau followers kecewa dengan ulasan kami. Karena itu kami harus memberikan review yang jujur dan tidak berlebihan sih.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Capek adalah dukanya. Kalau sukanya banyak yaa, kita jadi banyak relasi banyak bertemu orang baru. Jadi semakin tahu juga bagaimana kota Pekanbaru yang sebenarnya.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Sudah hampir 4 tahun terakhir ini @brosispku selalu konsisten dalam memberikan informasi kuliner yang ada di Pekanbaru dan selalu aktif setiap harinya memposting rekomendasi tempat kuliner mulai dari tempat yang viral dan baru dibuka maupun tempat-tempat hidden gem yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat.  Dalam menggunakan sosial media ini sebenarnya ada pasang surutnya tapi karena brosis selalu konsisten ini lah yang membuat akun @brosis jadi seperti sekarang. Selalu aktif setiap hari selalu update, berbeda dengan akun lainnya yang kadang-kadang masih sering absen memberikan informasi.
8	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Sangat antusias sekali. Followers akun @brosispku juga terus bertambah setiap harinya dan masyarakat cenderung mengikuti akun @brosispku hanya untuk melihat konten-konten kuliner tersebut
9	Menurut anda, apakah benar akun @brosispku memanfaatkan	Benar. Kami memanfaatkan e-wom ini bukan hanya untuk mempromosikan saja

**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-wom sebagai pemberi rekomendasi kuliner di Instagram?	<p>ya tapi juga untuk memberikan informasi yang akurat, terupdate agar akun brosis jadi semakin besar dan tidak mengecewakan followers brosis yang sudah setia mengikuti dari lama.</p> <p>Kami selalu mengusahakan untuk melakukan interaksi yang aktif dengan followers. Jika ada pertanyaan kami jawab, jika ada request ya kami penuhi dan kami usahakan.</p>
---	---

**Lampiran Wawancara 5**

Wawancara bersama Informan 5: Content Creator @brosispku, 01 Desember 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Saya sudah 2 tahun di brosispku ini bang, sejak tahun 2022an
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Saya bekerja sebagai content creator disini bang. Kalau tugas nya itu biasa kita bagi-bagi, kalau saya sendiri bisa dibilang sebagai seorang cameramen. Jadi setiap kita hunting makanan atau buat konten-konten, itu saya yang merekam video atau take foto-fotonya.
3	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Tentunya karena kerja keras semua tim yang bekerja di brosis dan juga karena followers brosis yang selalu setia mengikuti brosis dari akun kecil hingga seperti sekarang. Dulu awalnya juga saya adalah followers brosis sih hehe. Dulu, yang paling sering saya cari itu ya rekomendasi tempat makan dan nongkrongnya. Soalnya dari pertama kali saya sampai di Pekanbaru ini saya sering kesusahan cari informasi, lalu saya cari di sosmed sampai akhirnya teman saya beri tahu coba saja lihat di akun @brosispku. Katanya disana lengkap sekali kalau memang kamu pengen tau gimana Pekanbaru ini hehe.

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	<p>Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?</p>	<p>Kurang lebih sudah 2 tahunan ini deh kayaknya ya saya bekerja di brosis, banyak sekali sebenarnya informasi yang dibagikan. Saya bicara sebagai followers akun ya tentunya banyak sekali informasi yang saya dapatkan saat mengikuti akun @brosispku di instagram. Meskipun pada awalnya, saya mengikuti akun tersebut karena ingin mencari tempat makan enak yang ada di Pekanbaru. Saya mendapatkan rekomendasi untuk melihat konten-konten akun @brosispku dari postingan yang dishare oleh teman saya di instagram.</p> <p>Saya pikir @brosispku hanya memberikan rekomendasi kuliner saja, tapi ternyata banyak informasi lainnya mulai dari lowongan pekerjaan, tempat wisata, penjualan property bahkan informasi mengenai titik macet dan banjir juga ada.</p>
5	<p>Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?</p>	<p>Review yang menarik dan lebih update dari pada akun-akun lain. Konten nya itu selalu ada-ada saja idenya. Bisa dibilang out of the box sekali. Kami juga selalu detail kalau memberikan informasi. Informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataan nya. Review yang diberikan juga tidak berlebihan sehingga saat oranglain menonton konten tersebut, mereka menjadi tahu mana makanan yang memang sangat enak, biasa saja dan cukup menarik. Foto-foto yang diunggah terkait penyajian dari menu-menu nya juga sesuai dengan yang kami dapatkan saat mengunjungi tempat tersebut.</p> <p>Makanan yang dipost atau dipromosiin itu juga beragam jadi kita bisa pilih mau yang mana haha. Untuk para followers hal ini berguna agar bisa semakin mengenal tempat-tempat kuliner menarik yang ada di Kota Pekanbaru. Intinya konten-konten yang kami sajikan itu selalu mengusahakan agar penonton</p>

**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.

		tidak merasa bosan saat menontonnya.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Banyak sekali, yang pasti adalah menguras pikiran dan tenaga tapi juga happy sekali kalau konten-konten kita bisa bermanfaat untuk oranglain.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Konten-konten yang @brosispku sajikan selalu up to date dan selalu jadi platform yang kredibel.
8	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Dari pengalaman saya sih, banyak followers yang bilang bahwa sudah cobain sendiri beberapa tempat makan yang direkomendasikan, ya memang seperti itu adanya persis yang dikontenin. Mereka memang selalu cari tahu sesuatu itu ya di akun brosis. Menurut mereka, akun brosispku aktif sekali dan suka bales-balesin komen followers juga di postingan. Kadang juga bikin QnA dengan followers, juga live instagram. Banyak juga followers yang komen di reels kita bahwa strategi pemasaran yang brosispku lakukan sih oke sekali kalau menurut mereka bang haha.

**Lampiran Wawancara 6**

Wawancara bersama Informan 6: Public Relation @brosispku, 03 Desember 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Sejak tahun 2021, kira-kira sudah 3 tahunan saya bekerja disini.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Jobdesk saya pada dasarnya sama saja dengan PR yang lain bang. Saya bekerja dengan tim pemasaran untuk merancang strategi branding yang efektif untuk brosispku agar istilahnya bisa menarik hati followers-followers instagram, mengatur kehadiran brosispku dalam acara-acara publik, dan mengelola

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.

		beberapa kegiatan sosial atau kegiatan lainnya yang dapat meningkatkan citra positif dari brosispku sebagai platform kepercayaan masyarakat riau terkhusus Pekanbaru itu sendiri.
	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Semua gak terlepas dari kontribusi seluruh followers setia brosispku selama ini yang sudah selalu support brosispku dari akun kecil hingga jadi seperti sekarang.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Kalau dihitung-hitung sudah panjang sekali perjalanan brosispku hingga sampai seperti sekarang. Dari mulai followersnya gak begitu banyak sampai akhirnya banyak banget seperti sekarang loh. Memang harus ekstra sabar dan selalu bekerja keras.  Akun brosis itu selalu dipercaya oleh followers karena kami up to date, tidak pernah ketinggalan berita. Kalau dibandingkan dengan akun-akun lain ya brosis masih yang paling lengkap kalau soal memberitakan segala sesuatu tentang Kota Pekanbaru. Yang di informasikan itu banyak, bukan hanya wisata kuliner tetapi juga berbagai hal seperti tempat wisata, tempat-tempat populer, perkembangan fashion, informasi Pekanbaru terkini, dan hal lainnya. Pokoknya banyak deh.
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Yang pasti adalah review jujur yang tidak mengecewakan para followers.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Sebenarnya banyak sekali. Suka nya yaa happy bisa bagi-bagi informasi ke oranglain apalagi saat dapat respon yang positif itu pasti happy sekali. Duka nya ya bikin konten tentu tidak selalu mudahkan ditambah lagi jenis makanan yang di review di brosis itu sangat beragam mulai dari snack hingga makanan berat serta tempat makan populer hingga tersembunyi yang tidak diketahui oleh orang banyak. Karena itu kadang-kadang pasti ada saja yang tidak

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.

		sesuai dengan selera penonton sehingga kami banyak melakukan perbaikan agar kedepannya bisa sesuai ekspektasi.
	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Akun @brosispku sangat trusted karena selalu sesuai dengan apa yang diulas serta tidak melebih-lebihkan sesuatu. Video dan foto yang kita unggah juga sangat instagramable dan juga menggugah selera saat menontonnya, itu kata followers-followers kita. Informasi kuliner yang diberikan dapat dikatakan up to date menyesuaikan dengan info makanan dan tempat nongkrong baru yang sedang viral.
	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Kami di brosispku benar-benar selalu berusaha untuk memanfaatkan dengan baik sekali sosial media. Alhamdulillah followers brosispku terus meningkat setiap harinya. Kita jor-jor an sekali saat buat konten dan menggunakan fitur-fitur di Instagram sebaik mungkin agar bisa mendatangkan manfaat yang lebih. Sehingga banyak followers yang percaya dengan brosispku dan gak jarang mereka selalu merekomendasikan untuk follow brosispku ke teman-teman mereka.

**Lampiran Wawancara 7**

Wawancara bersama Informan 7: Team Kreatif @brosispku, 05 Desember 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Sekitar 1 tahunan bang.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Pada dasarnya tugas saya yaa bikin ide-ide menarik untuk konten selanjutnya itu gimana, konsepnya gimana, apa yang diperlukan dan dibutuhkan untuk membuat konten itu sehingga nanti kita bisa mengarahkan para content creator begini loh konsepnya dan segala macamnya. Konten-konten yang dibuat harus new dan gak membosankan.

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

5	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Berkat seluruh tim dan juga followers brosispku. Seluruh pihak-pihak lain yang sudah selalu bantu brosispku.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Banyak sekali sebenarnya, hanya saja kita kadang lebih sering bikin postingan yang berkaitan dengan kuliner karena followers brosis banyakan request begitu.
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Yang paling sering jadi perhatian kita itu adalah konten-konten kita itu harus berwarna tapi gak boleh acak-acakan. Feed instagramnya harus bagus dan enak dipandang haha.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Banyak sekali suka dukanya. Sukanya ya kita jadi merasa memberikan manfaat untuk oranglain. Dukanya tentu saja bikin konten kan gak mudah, harus mikir ini dan itu, belum lagi kalau ternyata konten kita dapat hujatan dari oknum-oknum yang kadang tangannya tidak bertanggungjawab saat menetikkan sesuatu haha.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Sejauh saya bekerja disini, akun @brosispku sih infonya selalu akurat ya. Kita selalu mengusahakan saat menyampaikan informasi itu lengkap ngasi infonya agar yang nonton gak bertanya-tanya dan bingung. Lokasinya, menu nya, rasa dari makanan atau minumannya bahkan harga setiap menunya juga diinfokan. Jadi gak menimbulkan pertanyaan lagi buat followers.
8	Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?	Kami berusaha inovatif dan kreatif dalam menggunakan instagram. Semua fitur instagram kayaknya sih kami gunakan ya. Tampilan instagram itu selalu kami usahakan padat dan gak kosong. Info-infonya harus lengkap. Insta story nya juga harus update setiap hari, feed ignya juga pasti selalu ada postingan. Reel ignya juga sering di upload sebagai info tambahan gitu. Karena hal itu juga brosispku alhamdulillahnya diterima dengan baik oleh masyarakat.

### Lampiran Wawancara 8

Wawancara bersama Informan 8: Team Kreatif @brosispku, 06 Desember 2023		
No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama anda bekerja disini?	Saya bekerja sudah dari tahun 2019 disini bang.
2	Apa saja jobdesk anda selama bekerja?	Tentunya bikin ide-ide menarik untuk konten, mengarahkan content creator juga saat mereka bikin konten.
3	Menurut anda, bagaimana bisa akun instagram ini seperti sekarang?	Karena kerja keras semua pihak terlibat baik itu tim yang bekerja maupun pihak lain yang sudah selalu support kita seperti followers terus juga sponsor-sponsor yang sudah percaya dengan kita. Dan pihak lainnya yang selalu yakin bahwa brosispku akan bertumbuh.
4	Informasi apa saja yang dibagikan pada akun @brosispku?	Semua informasi adaa, apalagi dunia kuliner disini tempatnya kalau pengen tau rekomendasi-rekomendasi tempat makan yang enak, murah, nyaman atau yang lainnya. Sesuai kebutuhan saja. Sebenarnya bukan hanya itu saja, info lowongan kerja juga kita sering posting, fashion, tempat liburan menarik dan masih banyak lagi deh.
5	Review kuliner seperti apa yang disajikan pada konten @brosispku?	Review-review dengan tampilan yang menarik, mudah dipahami dan detail. Harus sesuai dengan kenyataan juga, jangan sampai melebih-lebihkan sesuatu yang berujung membuat penonton kecewa saat nanti mereka mencoba langsung gitu apa yang kita rekomendasikan.
6	Apa saja suka dan duka dalam mengelola akun instagram ini?	Banyak sekali. Tapi semua hal yang terjadi masih bisa diatasi sampai saat ini. Happy sekali bisa kerja dan gabung dengan tim brosispku.
7	Menurut anda, apa yang membedakan akun @brosispku dengan akun instagram lainnya yang juga dibuat dengan tujuan yang sama?	Menurut saya, saat @brosispku melakukan review kuliner, yang paling sering menjadi perhatian itu adalah penyajian kontennya harus menarik dengan kesan real dan tidak terlalu banyak editing. Sehingga saat 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.

**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.

	<p> mungkin saja mencoba langsung tempat kuliner yang sudah di review itu mereka menemukan bahwa apa yang di sajikan dikonten dengan apa yang mereka temukan pada kenyataannya sesuai.</p>
<p>8. Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap konten-konten yang anda buat?</p>	<p>Sangat baik. Bahkan banyak tempat makan yang sudah kita rekomendasikan itu bilang bahwa setelah di review brosispku tempat mereka jadi membludak pelanggan, kita tentu senang mendengarnya. Terus followers brosispku juga bertambah setiap harinya yang artinya kita diterima dengan baik oleh orang-orang walaupun mungkin saja masih ada yang gak suka dengan konten kita, itu hal wajar.</p>

## Lampiran Foto Dokumentasi Penulis Dengan Informan Penelitian

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



(Wawancara dengan Owner Brosispku)



(Wawancara dengan Admin Brosispku)

**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.



**(Wawancara dengan Conten Creator Brosispku)**



**(Wawancara dengan Conten Creator Brosispku)**

© 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.



(Wawancara dengan Public Relation Brosispku)



(Wawancara dengan Team Kreatif Brosispku)

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau