

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

ANALISIS PENERAPAN ELECTRONIC WORLD OF MOUTH (E-WOM) PADA FOOD VLOGGER SEBAGAI REFERENSI TEMPAT MAKAN (STUDI KASUS PADA AKUN @BUFFERDOTCOM DI SAMARINDA)

Okky Octaviani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76172&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemunculan dan bertumbuhnya internet mendatangkan cara komunikasi baru dalam masyarakat. Dengan begitu media semakin berkembang dengan ditunjukan munculnya media sosial sebagai media baru. Tik Tok sebagai media baru banyak digunakan masyarakat Indonesia sebagai media menyampaikan informasi. Banyaknya pengguna Tik Tok dapat memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk menjadikan Tik Tok sebagai sarana promosi. Peluang tersebut dimanfaatkan para Food Vlogger untuk mempromosikan produk/usaha tempat makan dengan tehnik Electronic Word of Mouth dengan tujuan agar informasi mengenai produk/usaha tersebar dengan jangkauan yang luas. Dengan adanya referensi Food Vlogger dengan memberikan ulasan yang jujur, objektif, serta deskriptif mengenai tempat makan yang dikunjunginya, membuat penonton akan penasaran dan akan menimbulkan minat beli penonton sehingga konten ulasan Food Vlogger tersebut sebagai referensi dalam menentukan tempat makan.

Peneliti menggunakan Teori Ekologi Media sebagai teori utama. Teori ini digagas oleh McLuhan tahun 1964. Alasan peneliti menggunakan teori ini karena penelitian ini sesuai dengan asumsi pada teori ini, dimana asumsi teori ini yaitu manusia tidak mampu angkat kaki dari media, media menyempurnakan persepsi kita serta mengorganisasikan pengalaman kita, dan media menghubungkan dunia.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif, dan metode studi kasus. Teknik pengumpulan yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik wawancara mendalam dan observasi. Serta tehnik analisis data yang digunakan yaitu tehnik analisis data Miles & Huberman.

Hasil penelitian dengan menggunakan tehnik wawancara dan observasi non partisipan menemukan bahwa Penerapan Electronic Word of Mouth yang dilakukan oleh pemilik akun @bufferdotcom dengan memanfaatkan media sosial Tik Tok yaitu dengan memberikan informasi suatu tempat makan yang berada di Kota Samarinda dimana pada setiap konten yang diunggah, pemilik akun @bufferdotcom memberikan informasi mengenai lokasi tempat makan, range harga pada tempat makan, suasana tempat makan, serta menjelaskan bagaimana cita rasa di suatu tempat makan tersebut dengan jujur, detail, serta dapat dipertanggungjawabkan sehingga pengikutnya ketika menonton kontennya tersebut merasa percaya dan akan menimbulkan rasa ingin mencoba atau berkunjung ke temp at makan tersebut