PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG *FOLLOWERS* @RUMMAHGOA

SKRIPSI

Oleh:

Farras Ulfiyah Kurniawan

202110415292

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

BEKASI

2025

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG *FOLLOWERS* @RUMMAHGOA

SKRIPSI

Oleh:

Farras Ulfiyah Kurniawan

202110415292

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

BEKASI

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* @rummahgoa
Nama Mahasiswa	: Farras Ulfiyah Kurniawan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415292
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI

Pembimbing

Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun

NIDN. 0303098405

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* @rummahgoa
Nama Mahasiswa	: Farras Ulfiyah Kurniawan
Nomor Pokok Mahasiswa	: 20211015292
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom NIDN 0306046603	.....
Penguji	: Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun NIDN 0303098405	.....
Sekretaris Penguji	: Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si. NIDN 0312079501	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D,
NIP.2203551	NIP.1908425

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* @rummahgoa** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Farras Ulfiyah Kurniawan

202110415292

ABSTRAK

Farras Ulfiyah Kurniawan 202110415292 Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* @rummahgoa

Fenomena tingginya interaksi pengguna media sosial yang berdampak signifikan pada minat berkunjung ke destinasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) di media sosial Instagram terhadap minat berkunjung *followers* akun @rummahgoa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan responden yang merupakan *followers* akun Instagram @rummahgoa. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara daring dengan 100 responden dan dianalisis menggunakan uji statistik deskriptif, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel E-WOM memberikan kontribusi sebesar 33% terhadap variasi minat berkunjung (Y), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ikut diteliti dalam penelitian ini. Koefisien regresi yang positif mengindikasikan bahwa peningkatan E-WOM sebesar satu satuan akan meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,321. Hasil uji t menunjukkan hubungan yang signifikan antara kedua variabel dengan nilai t_{hitung} = 6,949 > t_{tabel} = 1,984 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Kesimpulannya, E-WOM di media sosial Instagram merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat pengunjung, terutama dalam konteks promosi destinasi kuliner. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital, khususnya dengan memaksimalkan konten yang menarik dan interaktif.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), Media Sosial, Instagram, Minat Berkunjung, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

Farras Ulfiyah Kurniawan 202110415292 *The Influence of Electronic Word Of Mouth (E-WOM) on Instagram Social Media on the Interest of Visiting @rummahgoa Followers*

The phenomenon of high interaction among social media users significantly influences the interest in visiting certain destinations. This study aims to measure the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Instagram social media on the interest in visiting followers of the @rummahgoa account. This study uses a quantitative approach with a survey method, involving respondents who are followers of the @rummahgoa Instagram account. Data were collected through questionnaires distributed online with 100 respondents and analyzed using descriptive statistical tests, simple linear regression, and hypothesis testing. The results of the simple linear regression test show that the E-WOM variable contributes 33% to the variation in visiting interest (Y), while the rest is influenced by other factors such as location, price, and direct experience of visitors. A positive regression coefficient indicates that an increase in E-WOM by one unit will increase visiting interest by 0.321. The results of the t-test show a significant relationship between the two variables with a calculated t value of 6.949 > t table = 1.984 and a significance level of 0.000 < 0.05. In conclusion, E-WOM on Instagram social media is an effective marketing strategy in increasing visitor interest, especially in the context of culinary destination promotion. This study provides practical insights for business actors to utilize social media as a digital marketing tool, especially by maximizing captivating and interactive content.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (E-WOM), Social Media, Instagram, Visiting Interest, Digital Marketing.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-NYA, sehingga Skripsi dengan judul "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung *Followers* @rummahgoa" yang berhasil diselesaikan oleh penulis dengan baik. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, terutama dukungan dan do'a dari kedua orang tua saya, yaitu seorang wanita kuat nan cantik ibunda Maswanih dan seorang pria tangguh nan tampan ayahanda Usep Kurniawan. Oleh karena itu, izinkanlah penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan motivasi, wejangan, dan turut ikut serta mendo'akan penulis dengan tulus pada saat proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga penulisan skripsi ini selesai. Serta penulis ingin mengucapkan pula rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn). Prof. Dr. Drs. H.Bambang Karsono, S.H., MM., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., MCommun. Selaku Dosen Pembimbing pada saat proses penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, kritikan, serta arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan pengerjaan skripsi di semester ganjil.

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5. Terima kasih untuk keluarga besar saya yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan serta menemani penulis selama penelitian ini berlangsung, terima kasih telah memberikan semangat, hiburan, serta liburan yang menarik dan menyenangkan bagi penulis.
6. Teruntuk diri saya sendiri, terima kasih sudah mampu menghadapi segala sesuatu hingga bertahan sampai saat ini. Terima kasih sudah berjuang dan tidak memutuskan untuk patah semangat dalam kondisi apapun, terima kasih untuk diri ini karena sudah mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kak Ayu selaku supervisor Rummah Go'A, terimakasih karena sudah mau memberikan beberapa informasi terkait Rummah Go'A untuk kelengkapan penelitian ini.
8. Untuk seseorang yang tidak bisa saya sebut namanya, terimakasih karena telah membantu dan menemani penulis selama berjalannya penelitian ini dengan suasa yang menyenangkan.
9. Terimakasih kepada teman-teman saya yang sudah menemani saya dari masa awal perkuliahan, yaitu Qorina Nadya Salfi, Lidia Indri Astuti, Dea Febrianti, Viyolanda Sabrina, Resti Yunistria Putri, dan Putri Anggraini, Annisa Fiorentina dan Nurmi Tiodora, serta seluruh anggota UBJ Radio. Terimakasih banyak atas dukungan dan hal menarik lainnya yang kalian berikan kepada penulis selama ini.
10. Teruntuk teman SMP saya Shabila, Ira, Khanza, Muti, dan Rini, terima kasih atas support yang kalian berikan pada saat penulis melakukan penelitian ini.
11. Terima kasih kepada teman SMA saya, Yuandyna dan Qishwah yang telah membantu peneliti dan menemani penulis dalam proses penelitian ini berlangsung.
12. Terima kasih untuk teman seperbimbingan saya, Angel, Jagaddhita, Avita, Dicky, Qorina, dan Vanessa yang telah berjuang bersama dan selalu semangat untuk menyelesaikan penelitian.

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

13. Terima kasih kepada adik saya, Puspa Damayanti Kurniawan yang telah memperkenalkan saya dengan berbagai game kesukaannya sehingga penulis memiliki tempat pelarian disaat penat, serta menemani penulis juga.
14. Terima kasih juga kepada idol K-Pop yang saya sukai, spesialnya untuk Mark Lee dari NCT dengan kontennya serta ketampanannya yang menghibur disaat penulis sedang merasa sedih dalam menjalani penelitian ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan untuk memberikan karunia-NYA serta membalas amal budi dan kebaikan pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan skripsi penulis dari awal hingga akhir penulisan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membacanya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Penulis,



Farras Ulfiyah Kurniawan

NPM. 202110415292

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR BAGAN xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 13
1.3 Rumusan Masalah 13
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 14
1.5.1 Manfaat Akademis 14
1.5.2 Manfaat Praktis 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.2 Tinjauan Konseptual 28
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 28
2.2.2 Media Sosial 29
2.2.3 *Platform* Media Sosial 31
2.2.4 Instagram 32
2.2.5 *Electronic Word of Mouth* 33
2.2.6 Minat Berkunjung 34
2.3 Tinjauan Teoritis 36
2.3.1 *Elaboration Likelihood Model* 36
2.3.2 Asumsi Dasar Teori 37
2.3.3 Keterkaitan Teori dengan Penelitian 38

2.4 Kerangka Berpikir 40
2.5 Hipotesis Penelitian 40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 41
3.1 Pendekatan Penelitian 41
3.2 Desain Penelitian 41
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 42
3.4 Populasi dan Sampel 42
3.4.1 Populasi 42
3.4.2 Sampel 42
3.5 Operasional Variabel 44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 46
3.6.1 Uji Validitas 46
3.6.2 Uji Reliabilitas 46
3.7 Teknik Pengumpulan Data 47
3.8 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis 48
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif 49
3.8.2 Uji Asumsi Klasik 49
3.8.2.1 Uji Normalitas 49
3.8.2.2 Uji Linearitas 50
3.8.3 Uji Regresi 50
3.8.3.1 Regresi Linear Sederhana 50
3.8.3.2 Uji R^2 (Koefisien Determinasi) 51
3.8.4 Uji Hipotesis 51
3.8.4.1 Uji t 51
3.9 Tempat dan Waktu Penelitian 52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 53
4.1 Hasil Penelitian 53
4.1.1 Gambaran Umum Kafe Rummah Go'A 53
4.1.2 Karakteristik Responden 55
4.1.2.1 Gambaran Umum Berdasarkan Usia 55
4.1.2.2 Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin 56
4.1.2.3 Gambaran Umum *Followers* Akun Instagram @rummahgoa 57
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 57
4.1.3.1 Uji Validitas 57
4.1.3.2 Uji Reliabilitas 69

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.1.4 Analisis Statistik Deskriptif 69
4.1.4.1 Responden Terhadap Variabel *Electronic Word Of Mouth* (X) 70
4.1.4.2 Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung (Y) 82
4.1.5 Uji Asumsi Klasik 90
4.1.5.1 Uji Normalitas 90
4.1.5.2 Uji Linearitas 91
4.1.6 Uji Regresi 92
4.1.6.1 Uji Regresi Linear Sederhana 92
4.1.6.2 Uji Koefisien Determinasi R^2 93
4.1.7 Uji Hipotesis 94
4.1.7.1 Uji t 94
4.2 Pembahasan 94
BAB V PENUTUP 100
5.1 Kesimpulan 100
5.2 Saran 101
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu 21
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel (X).....44
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel (Y).....45
Tabel 3.3 Skor jawaban kuesioner berdasarkan skala likert 48
Tabel 3.4 Waktu Penelitian.....52
Tabel 4.1 Usia Responden 55
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....56
Tabel 4.3 *Followers* Akun Instagram @rummahgoa.....57
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel X 58
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Y 64
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas 69
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X 70
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y 82
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia Januari 2024.....6
Gambar 1.2 Akun Instagram rummahgoa.....8
Gambar 1.3 Komentar di akun Instagram @rummahgoa.....8
Gambar 1.4 Screenshot video unggahan akun @nadi_ngopi.....9
Gambar 1.5 komentar pada akun instagram @rummahgoa.....9
Gambar 4.1 Akun Instagram rummahgoa.....54
Gambar 4.2 Akun Instagram rummahgoa.....54
Gambar 4.3 Uji Linieritas.....93
Gambar 4.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....93
Gambar 4.5 Uji t.....94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 40

Pengaruh Electronic.., Farras Ulfiyah Kurniawan, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa/i

Lampiran 2 Angket/Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Bukti *Screenshot Google Form*

Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner

Lampiran 5 Tabulasi Data

Lampiran 6 Hasil SPSS

Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 8 Kartu Form Perbaikan