

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN AKUN TIKTOK KULINER LAMPUNG @ALEJENES TERHADAP MINAT WISATA KULINER PADA *FOLLOWERS*

Oleh

AZRI ALFAIZAR AQMAR

TikTok merupakan media sosial yang banyak digandrungi oleh berbagai kalangan, sehingga memunculkan banyak konten kreator kuliner, salah satunya adalah Kuliner Lampung @alejenes. Besarnya pengikut dari akun TikTok @alejenes mengindikasikan adanya pengaruh yang terjadi bagi pembentukan suatu minat berwisata kuliner, yang mana kegiatan wisata kuliner ini berkontribusi pada ekonomi kreatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari terpaan akun TikTok Kuliner Lampung @alejenes terhadap minat wisata kuliner pada *followers*. Metode yang diaplikasikan menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan melakukan survei kepada 100 responden yang merupakan pengikut dari akun TikTok @alejenes secara acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari terpaan akun TikTok Kuliner Lampung @alejenes terhadap minat wisata kuliner pada *followers* yang dibuktikan dengan $t_{hitung} = 13,089 > t_{tabel} = 1,984$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, serta nilai pengaruhnya sebesar 63,2% yang didasarkan pada hasil uji koefisien determinasi (R^2). Pengaruh yang besar ini mengartikan bahwa *stimulus* yang diproduksi oleh akun TikTok Kuliner Lampung @alejenes mampu mempengaruhi *organism* yaitu pengikutnya pada munculnya *response* yang terjadi yaitu pembentukan minat untuk berwisata kuliner. Hal ini juga menunjukkan bahwa TikTok sebagai teknologi yang memiliki konten kreator di dalamnya, salah satunya adalah Kuliner Lampung @alejenes mampu mempersuasi dan membujuk penggunaannya yaitu para pengikut akun tersebut untuk pemunculannya pada wisata kuliner. Dengan begitu, konten kreator kuliner lainnya agar selalu terikat dengan audiensnya, sehingga dapat mengoptimalkan kegiatan promosi dan persuasi kepada audiens mereka.

Kata kunci: terpaan TikTok; konten kreator; wisata kuliner; stimulus; persuasi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TIKTOK KULINER LAMPUNG @ALEJENES ACCOUNT EXPOSURE TOWARDS CULINARY TOURISM INTEREST ON FOLLOWERS

By

AZRI ALFAIZAR AQMAR

TikTok is a social media that is favored by many groups, giving rise to a lot of culinary creator content, one of which is Kuliner Lampung @alejenes. The large number of followers from the TikTok account @alejenes indicates that there is an influence that occurs for the formation of an interest in culinary tourism, which culinary tourism activities contribute to the creative economy. Therefore, this study aims to determine the effect of TikTok Kuliner Lampung @alejenes account exposure towards culinary tourism interest on followers. The method uses an explanatory quantitative approach by conducting a survey of 100 respondents who are followers of the @alejenes TikTok account randomly. The results showed that there was a significant positive influence from exposure of TikTok Kuliner Lampung @alejenes account towards culinary tourism interest on followers which is proven by $t_{\text{count}} = 13.089 > t_{\text{table}} = 1.984$, then H_1 was accepted and H_0 was rejected, with the effect value was 63.2% which based on the results of coefficient of determination (R²) test. This large influence means that the stimulus produced by the Lampung Culinary TikTok account @alejenes is able to influence the organism, namely its followers, to the arise of the response that occurs, namely the formation of interest in culinary tourism. This also shows that TikTok as a technology that has creator content in it, one of which is Kuliner Lampung @alejenes is able to persuade and coaxing its users, namely the followers of the account, to appear on culinary tourism. Consequently, other culinary content creators can be engaging to their audience, so they can optimize promotional activities and persuasion for their audience.

Keywords: TikTok exposure; content creator; food tourism; stimulus; persuasive