

# PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL SEBAGAI MODEL DIGITAL MARKETING DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN KULINER DI BANYUWANGI

*By Juwono Saroso*

## PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL SEBAGAI MODEL DIGITAL MARKETING DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN KULINER DI BANYUWANGI

JUWONO SAROSO<sup>1</sup>, HARDHITA KUSDHARYANTO <sup>2</sup>

Akademi Pariwisata Majapahit

E-mail: juwono.saroso@gmail.com<sup>1</sup>, jokotole.keraton@gmail.com <sup>2</sup>

Artikel diterima : 12/09/22    Artikel dipublikasikan : 01/10/22

### 12 Abstract

*The research was conducted to find out Utilization of social media platforms As a digital marketing model in Attracting culinary consumers in Banyuwangi via Instagram account Instagram "Hobby of Eating Banyuwangi" As a culinary motion media in Indonesia Banyuwangi based on account analysis Instagram "Hobby of Eating Banyuwangi. The approach used in this is descriptive qualitative that does not use population and samples. Determination of the subject carried out selectively based on certain considerations and goals and is considered trustworthy to be a resource person in order to find answers regarding the description of the data required. As for the subject in this study is the owner of the Instagram account for the hobby of eating Banyuwangi and the Admin. They were chosen because they were judged to have mastered and understood the problems being studied which meant to understand the phenomena of what was experienced by the research subjects, such as behavior, perceptions, motivations, actions and others holistically.*

*Keywords: Social media, Instagram, Culinary*

### LATAR BELAKANG

Peranan media sosial dalam memasarkan berbagai macam produk barang dan jasa pun semakin mudah dalam mendiskripsikan barang yang akan dipasarkan. Bahkan dengan maraknya media sosial dengan beragam fitur-fitur yang ditawarkannya memberikan fasilitas tambahan untuk berjualan melalui jejaring internet seperti marketplace yang merupakan fitur dari facebook yang mempermudah proses penjualan barang dan menemukan pembeli. Begitu juga dengan Instagram yang menyediakan akun bisnis bahkan aplikasi whatsapp yang juga menyediakan akun bisnis tersendiri.

### Rumusan Masalah

1. Bagaimana format platform sosial media sebagai media digital marketing yang menawarkan produk kuliner di Banyuwangi?
2. Apa sajakah potensi produk wisata kuliner yang diandalkan dalam digital marketing di Banyuwangi?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap minat konsumen kuliner di Banyuwangi?

### Batasan Masalah

1. Peneliti membatasi pada platform sosial media digital marketing instagram "Hobi Makan Banyuwangi".

2. Peneliti membatasi pada kuliner hits di Banyuwangi yang masuk dalam instagram kategori 'Hobi Makan Banyuwangi'.
3. Peneliti membatasi hanya pada respon atau minat masyarakat konsumen terhadap kuliner Banyuwangi melalui media sosial digital marketing akun instagram "Hobi Makan Banyuwangi.

#### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial digital marketing (website dan Instagram) 'Hobi Makan Banyuwangi' bagi pecinta kuliner Banyuwangi.
2. Mengetahui wisata kuliner andalan di Banyuwangi yang melalui digital marketing instagram "Hobi makan Banyuwangi'.
3. Mengetahui respon, minat, persepsi dan perilaku masyarakat pengguna social media Instagram "Hobi Makan Banyuwangi".

#### **KAJIAN PUSTAKA**

##### **Variabel**

##### **A. Pengertian Teknologi Informasi**

Pengertian teknologi informasi menurut Lucas (2000), adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik, mikrokomputer, computer mainframe, pembaca barcode, perangkat lunak pemroses transaksi, perangkat lunak lembar kerja (spreadsheet), dan peralatan komunikasi dan jaringan merupakan contoh teknologi informasi.

##### **B. Pengertian Sosial Media dan Digital Marketing**

Media Sosial Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012) adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Sedangkan digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital.

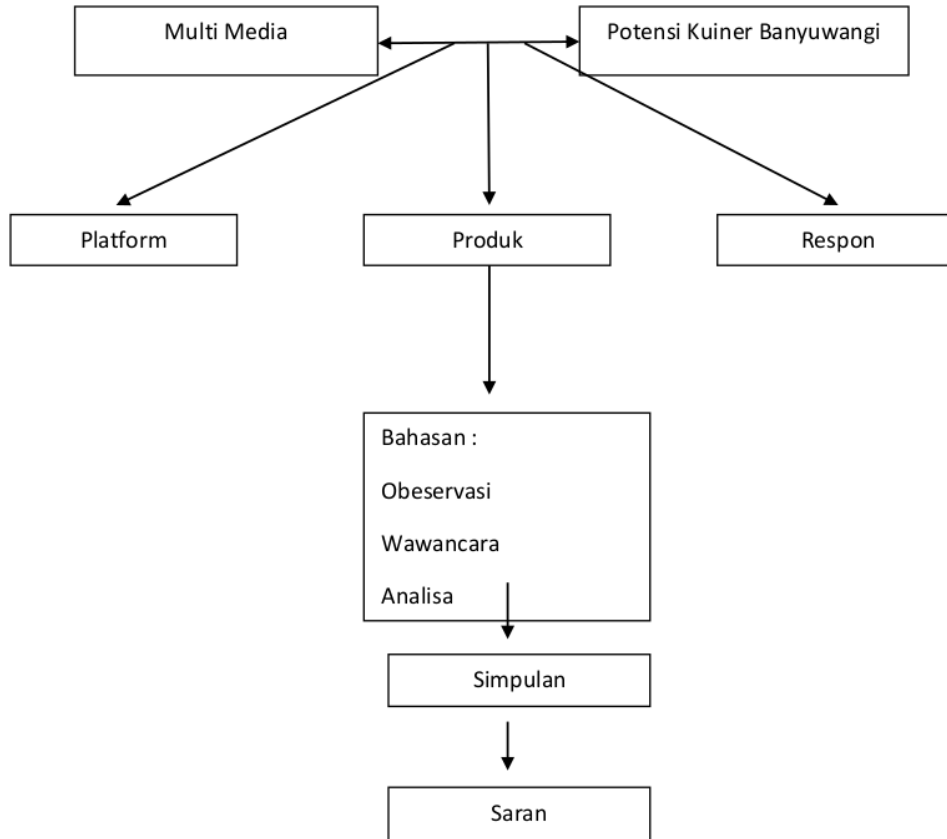
##### **C. Peranan Sosial Media dibidang Kuliner**

Kelebihan yang terdapat dalam pemasaran melalui sosial media diantaranya sebagai sarana berkomunikasi dengan konsumen, sebagai media berkolaborasi apabila adanya ketidakpuasan konsumen, sebagai media promosi, dan membangun merek.

##### **D. Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

### Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

### METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007).

#### Jenis Penelitian dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan analisis yang mendasarkan pada adanya hubungan semantic antar variabel yang sedang diteliti.

### Teknik Cuplikan

Random Accidental Sampling dari Populasi pelanggan locus penelitian di " Warung Sego Tempong Mbok Wah " yang beralamat di **jalan Gembrung No.220, Lingkungan Watu Ulo Bakungan, Kecamatan Glagah Banyuwangi**, sebagai obyek pengamatan yang diambil seadanya, dimana teknik penentuan sampelnya berdasarkan "Accidental Sampling"

Dari sampel dan keterangan dibawah ini menunjukkan bagaimana peranan media sosial dalam menggiatkan serta meningkatkan trend kulineran khas Banyuwangian melalui media promosi (Instagram Hobi Makan Banyuwangi). Sample juga diambil di lokasi Warung Jajanan Tradisional "Mbah Juanik" Banyuwangi.

### 9 Jenis dan Sumber Data

#### 1. Data Primer

Sumber primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan narasumber pemilik dari akun Instagram Hobi Makan Banyuwangi.

#### 2. Data Sekunder

6  
Data sekunder adalah data yang di peroleh melalui data yang telah di teliti dan di kumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

#### Metode Pengumpulan Data:

##### Observasi

##### Dokumentasi

##### Wawancara

#### Variabel dan Definisi Konsep

1. Pengertian Teknologi Informasi
2. Pengertian Media Sosial dan Digital Marketing
3. Peranan Sosial Media dibidang Kuliner
4. Instagram
5. Validitas Data
6. Teknik Analisa Data
7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data
8. Memeriksa Kelengkapan Data
9. Memeriksa Kualitas Data

### Desain Penelitian

Penelitian ini membahas pemanfaatan sosial media dan digital marketing leat Instagram sebagai media promosi di bidang kuliner dalam menarik minat, respon, perilaku dan persepsi masyarakat pecinta kuliner di Banyuwangi.

### 1 Prosedur Penelitian

1. Tahap Pra Penelitian
2. Tahap Perizinan Penelitian
3. Tahap Pelaksanaan Penelitian

#### Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Reduksi Data
2. Display Data
3. Kesimpulan/Verifikasi Data

#### TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

##### Lokasi dan Partisipan Penelitian

1. Lokasi Penelitian
2. Partisipan Penelitian

Table 3.1 Subjek Penelitian

Informan Pokok	Informan Pendukung
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pemilik Akun</li><li>• Admin</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Masyarakat/ Wisatawan</li></ul>

Alamat : Banjar Sari

Web : <https://www.instagram.com/hobimakan.banyuwangi/>

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam bulan Juni-Desember 2021.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Sejarah Hobi makan Banyuwangi

Akun Instagram @hobimakan.banyuwangi atau bisa berselancar di website [hobimakanbanyuwangi.com](http://hobimakanbanyuwangi.com) merupakan platform referensi kuliner di Banyuwangi yang didirikan oleh Bapak Andreas Dwi Setiawan (31 tahun) pada 1 Januari 2017 yang sekarang dikelola bersama rekanannya dengan nama akun Hobi makan Banyuwangi yang berguna bagi masyarakat atau para pendatang yang masih kebingungan dalam mencari referensi tempat kuliner terbaik di Banyuwangi dari yang awalnya hanya iseng memotret makanan lalu di up-load di akun Instagram pribadinya yang ternyata mendapat respon sambutan masyarakat pecinta kuliner baik yang berasal dari Banyuwangi sendiri maupun di luar kota Banyuwangi.

##### Format Platform Sosial Media Sebagai Media Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Kuliner di Banyuwangi.

Hobi Makan banyuwangi merupakan merupakan salah satu platform sosial media Instagram yang bertujuan untuk membantu wisatawan maupun masyarakat untuk mencari referensi kuliner atau ingin mempromosikan kuliner di Banyuwangi.

1. Deskripsi Informan Primer

Subyek primer yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah pemilik Akun media sosial Instagram Hobimakan Banyuwangi serta adminnya.

2. Deskripsi Informan Sekunder

Subyek sekunder dalam hal ini adalah masyarakat pecinta kuliner dari berbagai daerah khususnya Banyuwangi langsung di spot kuliner.

Berikut transkrip wawancara dari responden langsung di lokasi Jajajan Mbah Juanik, sebagai tempat kuliner terpopuler nomer tiga berdasar pooling Akun Instagram Hobi Makan Banyuwangi, tahun 2021.

Tabel 3.2 Transkrip Wawancara Informan Warung Tradisional “Mbah Juanik” Juni 2021

Nama	Asal	Pertanyaan	Jawaban
1. Verian Mahendra	Srondol Kulon-Semarang	1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi ? 2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi ? 3. Apakah konten di IG terbukti efektif ? 4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ? 5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?	1. IG Hobi makan Banyuwangi. 2. Hunting jajanan local jawatimuran, kue Putu, Glemgang 3. Akurat sekali untuk jualan 4. Kulineranya aman dan alami 5. Ya, selalu, selain ditempat lain
2. Ratri Wulandari	Bintaro-Jakarta	1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi ? 2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi ? 3. Apakah konten di IG terbukti efektif ? 4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ? 5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?	1. Dari referensi teman pasca sarjana Trisakti 2. Untuk menambah referensi khasanah kuliner daerah yang unik. 3. Sangat ampuh 4. Tastenya tradisional, teksturnya bagus. 5. Ingin kembali lagi dan explore kuliner Banyuwangi

Tabel 3.3 Transkrip Wawancara Responden Warung Nasi Tempong Mbok Wah Bulan  
Juni 2021

Nama	Asal	Pertanyaan	Jawaban
3. Sulastin	Kec. Rogojampi- Banyuwangi	<p>1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi ?</p> <p>2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi ?</p> <p>3. Apakah konten di IG terbukti efektif ? kuliner Banyuwangi ?</p> <p>4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ?</p> <p>5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?</p>	<p>1. Dari Google dan referensi teman Sosmed.</p> <p>2. Awalnya ngikut saran teman saja dan iseng-iseng buka kontennya di Hobi Makan Banyuwangi.</p> <p>Betul sekali, karena bisa tau makanan dan tempat makan yang lagi viral dan digandrungi banyak orang.</p> <p>4. Yumi, gurih, pedas juga, minumannya juga tak kalah enak.</p> <p>5. Ya, Mie Singomayan dan Jajanan Mbak Juanik sering saya kunjungi.</p>
4. Chaerul Salim	Bintaro- Jakarta	<p>1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi ?</p> <p>2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi ?</p> <p>3. Apakah konten di IG terbukti efektif ? kuliner Banyuwangi ?</p> <p>4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ?</p> <p>5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?</p>	<p>1. Dari konten Hobi Makan Banyuwangi yang beraneka macam jenis makanan Jawa Timuran yang khas.</p> <p>2. Otentik dan unik.</p> <p>3. Betul karena menarik minat konsumen atau Netizen untuk membeli dan makan, apalagi ditambah video “Mukbang” yang bikin orang pengen makan terus !</p> <p>4. Masih perlu tingkatkan dijaga lagi kualitas kebersihan serta kemasannya serta penataan lapaknya supaya Pasar Jajanan yang sering digelar seperti di Temenggungan Rejosari lebih tertata apik dan hygiene.</p> <p>5. Selalu sempatkan diri berburu kuliner unik seperti Warung Pecel Pitik desa Kemiren yang infonya daro Sosmed dan “Hobi Makan Banyuwangi”.</p>



Tabel 3.4 Transkrip Wawancara Responden Warung nasi Tempong Mbok Wah Bulan Juli 2021

Nama	Asal	Pertanyaan	Jawaban
5. Rafadia	Srengenge Wetan –Bwi. Kota.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi?</li> <li>2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi ?</li> <li>3. Apakah konten di IG terbukti efektif ?</li> <li>4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi?</li> <li>5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dari Refernsi Kuliner banyuwangi :</li> <li>(hobimakan.banyuwangi)</li> <li>2. Banyak kuliner legendaries, misal di desa wisata sego pitik Osing.</li> <li>3. Banget</li> <li>4. Cukup baik dan relative murah</li> <li>5. Respek sekali karena kuliner Banyuangi ngangenin.</li> </ol>
6. Wulandari	Taman Blambangan-Bwi. Kota	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi?</li> <li>2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi?</li> <li>3. Apakah konten di IG terbukti efektif ?</li> <li>4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ?</li> <li>5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. IG hobimakan.banyuwangi</li> <li>2. Pilihan tempat makan banyak.</li> <li>3. Efektif dan cepat viral</li> <li>4. Cukup baik dan kebanyakan pedas</li> <li>5. Selalu mencoba kuliner hits di setiap daerah yang didatangi.</li> </ol>
7. Bramantyo A.	Ambulu-Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Didapat dari manakah info kuliner Banyuwangi?</li> <li>2. Apa yang menjadi alasan utama anda tertarik membuka dan menjelajah kuliner khas Banyuwangi?</li> <li>3. Apakah konten di IG terbukti efektif ?</li> <li>4. Bagaimanakah kualitas kuliner di Banyuwangi ?</li> <li>5. Apakah ingin mencoba dan mencari keragaman kuliner di Banyuwangi ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Facebook</li> <li>2. Suka makan dan suka masak</li> <li>3. tentu karena sebarannya cepat sekali.</li> <li>4. Nyambung banget dengan lidah orang Jawa.</li> <li>5. Pasti selalu coba sensasi makanan local ataupun peranakan.</li> </ol>

Sumber Data: Instagram Hobi Makan Banyuwangi

### Potensi Produk Wisata Kuliner Andalan Banyuwangi berbasis Digital Marketing

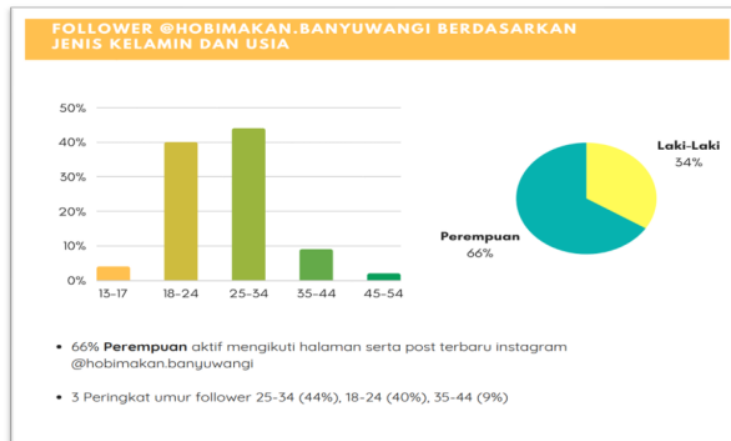
Berikut 18 makanan khas dan oleh-oleh dari Banyuwangi yang legendaries yang populer dan wajib dicoba menurut rekomendasi Tim dari akun IG “Hobi makan Banyuwangi” dan menjadi pilihan terpopuler di bulan Juli 2021:

1. SeGO tempong Mbok Wah (Jl.Gembrung No.220 Bakungan Glagah)
2. Rujak Soto Mbok Bret (Jl.Benculu, Cluring)

3. Ayam Pedas Rantinem Genteng (Dusun Krajan, Genteng Kulon)
4. Nasi tempong Mbok Nah (Jl.Kolonel Sugiono No.16 Kertosari)
5. Warung Pecel Pitik (Desa Adat Osing Kemiren Dusun Krajan)
6. Warung Sego Bungkus & Gudeg Bu Poer (Jl.Jendral Sudirman No.26)
7. Jaran Goyang Spesiaal Sea Food (Jl.Kol.Sugiono No.91 Kertosari)
8. Warung Ikan Bakar Pesona (Jl.Ikan Paus No.23 Karangrejo)
9. Ikan Bakar Blimbingsari Rogojampi (Jl.Pantai Blimbingsari)
10. Warung Ayam Betutu Super Spesial Mbak Timah (Perum Giri Mulya)
11. Warung kemarang (Perkebunan KalibendoKM.5 Tamansuruh)
12. Tahu Petis & Es Degan Pak Agus (Jl.Yos Sudarso Klatak)
13. Lodoh Koro Pedas Warung Iya (Jl.Situbondo No.425)
14. Mie Ayam Ahem (Jl.Imam Bonjol No.54 Karangrejo)
15. Warung Soto Pak Salim (Jl.A.Yani penganjuran)
16. Warung Biru Banyuwangi (Jl.Piere Tendean)
17. Pecel Pincuk Bu Tin (Jl.Piere Tendean, Karangrejo)
18. Sego Cawuk Mak Mantih (Jl.Pancoran Kulon, Rogojampi)

#### Respon Masyarakat Terhadap Minat Wisata Produk-produk Kuliner Banyuwangi

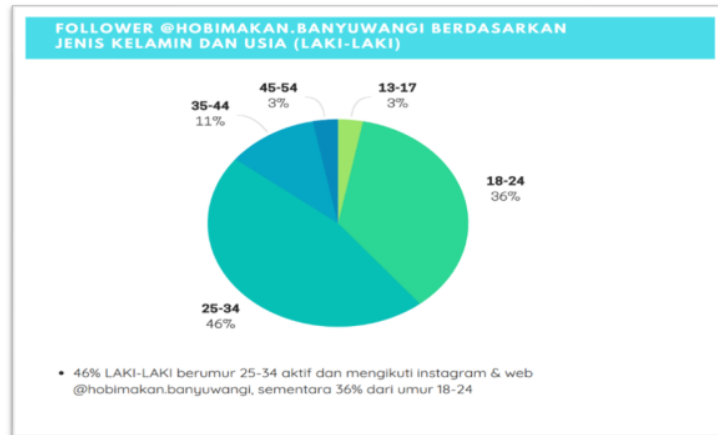
1. Deskripsi Followers @Hobimakan . Banyuwangi Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia



Sumber : Data Hobi Makan Banyuwangi

Gambar 3.1 Responden berdasarkan usia dan jenis kelamin

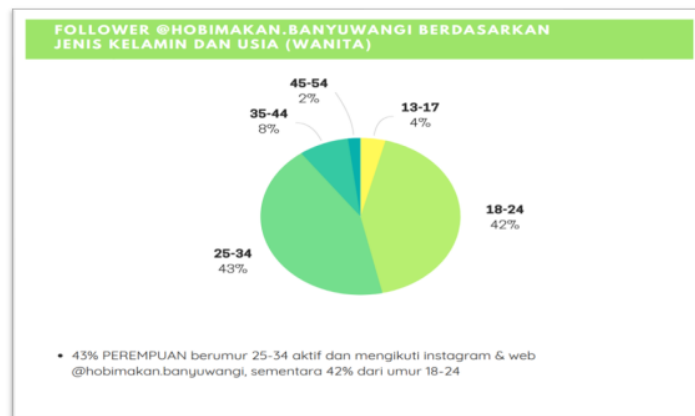
2. Deskripsi Followers @Hobimakan . Banyuwangi Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia (Laki-laki)



Sumber : Data Hobi Makan Banyuwangi

Gambar 3.2 Responden berdasarkan usia pada laki-laki

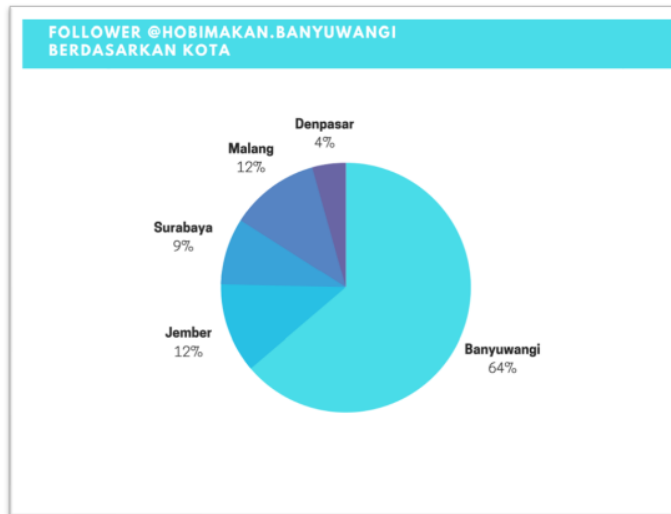
3. Deskripsi Followers @Hobimakan . Banyuwangi Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia (Wanita)



Sumber : Data Hobi Makan Banyuwangi

Gambar 3.3 Responden berdasarkan usia pada Perempuan

#### 4. Deskripsi Followers @Hobimakan . Banyuwangi Berdasarkan Kota



Sumber : Data Hobi Makan Banyuwangi

Gambar 3.4 Responden berdasarkan kota

## PEMBAHASAN

### Peranan Media Sosial Instagram Hobi Makan Banyuwangi

Bahwasannya penggunaan Instagram untuk melakukan promosi oleh hobi makan banyuwangi sudah tepat. Karena Instagram merupakan sosial media yang sudah familiar di berbagai kalangan. Selain itu, juga karena akun Instagram Hobi Makan Banyuwangi, telah memiliki banyak followers yang masih terus bertambah setiap harinya. Hobi Makan Banyuwangi juga memberikan layanan foto dengan hasil yang bagus untuk masyarakat UMKM sehingga masyarakat UMKM di Banyuwangi tidak perlu memfoto produknya karena Hobi Makan Banyuwangi memiliki standarisasi dalam mengunggah foto di akun Instagram maka dari itu pihak Hobi Makan Banyuwangi akan memfoto produk tersebut

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Bahwasannya penggunaan Instagram sebagai promosi di bidang kuliner oleh Hobi Makan Banyuwangi, sejauh ini sudah dilaksanakan dengan baik, meskipun ada fitur-fitur yang belum begitu dimanfaatkan penggunaanya, sehingga nilai-nilai dari bauran promosi pun belum begitu maksimal diterapkan pada akun Instagram Hobi Makan Banyuwangi. Harapan peneliti, penelitian ini nantinya akan menjadi masukan atau sumbangan pemikiran, khususnya bagi Hobi Makan Banyuwangi, dalam menjalankan promosi melalui Instagram, dan agar nilai-nilai dari lima bauran promosi dapat lebih diterapkan dalam proses promosi melalui Instagram itu sendiri.

### Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada Hobi Makan Banyuwangi, berkaitan dengan penggunaan Instagram sebagai promosi, yaitu :

1. Lebih memaksimalkan lagi penggunaan fitur-fitur Instagram, diantaranya fitur geotagging yang dapat memudahkan followers dalam mengakses informasi alamat, dan live Instagram (siaran langsung) yang dapat menjadi media pemasaran langsung, karena fitur-fitur tersebut dapat menunjang kegiatan promosi yang dilakukan melalui Instagram.
2. Lebih memanfaatkan fitur-fitur di Instagram untuk melakukan giveaway yang melibatkan keaktifan followers, dalam memberi like dan komentar, sehingga akan meningkatkan jumlah like dan komentar pada akun Instagram Hobi Makan Banyuwangi.

### DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita. Azwar, Saifudin. 1986. Validitas dan Reliabilitas. Jakarta: Rineka Cipta
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler, 2006, Bussines Research Methods, 9th edition. McGraw-Hill International Edition.
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. Marketing Management,14th Edition.United States of America : Pearson.
- Miarso, Yusufhadi. 2007. Menyemai Benih Teknologi Pendidikan. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Pusat Bahasa Departement Pendidikan Nasional. 2012. Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka.
- Rhenald Khasali. 1995. Manajemen Periklanan; Konsep Aplikasi Di Indonesia, Jakarta.
- Sarwono, J. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saragih, Hoga dan Ramdhany, Rizky, 2012. JURNAL. Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Sutopo, H.B. 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Shimp, T. A. 2003. Periklanan dan promosi. Jakarta : Erlangga.
- Sitinjak, Tumpal JR dan Sugiarto. 2006. LISREL. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Sukandarrumidi. 2006. Metodologi Penelitian.Yogyakarta: Pers UGM.
- Wahyuni. 2012. Qualitative Research Method (theory and practice).Jakarta: Salemba Empat.

# PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL SEBAGAI MODEL DIGITAL MARKETING DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN KULINER DI BANYUWANGI

---

ORIGINALITY REPORT

---

11%

SIMILARITY INDEX

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	44 words — 2%
2	<a href="http://travel.tribunnews.com">travel.tribunnews.com</a> Internet	36 words — 1%
3	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet	30 words — 1%
4	<a href="http://travel.kompas.com">travel.kompas.com</a> Internet	27 words — 1%
5	<a href="http://ejournal.undiksha.ac.id">ejournal.undiksha.ac.id</a> Internet	26 words — 1%
6	<a href="http://www.tis-school.it">www.tis-school.it</a> Internet	25 words — 1%
7	<a href="http://journal.iainlangsa.ac.id">journal.iainlangsa.ac.id</a> Internet	19 words — 1%
8	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
9	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%

10	repository.upi.edu Internet	11 words — < 1%
11	food.detik.com Internet	10 words — < 1%
12	www.researchgate.net Internet	9 words — < 1%
13	Mustofa Aji Prayitno, Khasanah Nur. "IMPLEMENTATION OF AGRICULTURE EDUCATION AS A MEANS OF CHARACTER EDUCATION AT AL-MUTAWAKKIL ISLAMIC BOARDING SCHOOL PONOROGO", Annual International Conference on Islamic Education for Students, 2022 Crossref	8 words — < 1%
14	docplayer.info Internet	8 words — < 1%
15	hdl.handle.net Internet	8 words — < 1%
16	oner, Aycin. "Kar-i Natik Temelli Makam Alistirmalarinin Turk Muzigi Ses Egitiminde Kullanilabilirliгинin Degerlendirilmesi", Necmettin Erbakan University (Turkey), 2021 ProQuest	8 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF