

ABSTRAK

Nama : Maulida Bahiyyatul Maula
NIM : 44218010083
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kampanye Online Melalui Influencer Ria Ricis Terhadap Minat Berkunjung ke Jakarta Aquarium

Jakarta Aquarium adalah suatu tempat wisata yang memiliki 12 jenis zona atraksi dan 2000 jenis satwa. Dalam membangun brand awareness ke publik, Jakarta Aquarium berkolaborasi dengan salah satu influencer muda bernama Ria Ricis yang memiliki jumlah pengikut yang besar. Berkolaborasi Ria Ricis merupakan salah satu cara efektif untuk memperluas visibilitas Jakarta Aquarium.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kampanye online influencer Ria Ricis terhadap minat berkunjung ke Jakarta Aquarium. Penelitian ini menggunakan landasan teori kampanye online yang dimensinya berisikan mengenai brand reputation, hubungan perusahaan dengan public, media attention, sales, kegiatan untuk meningkat kesadaran opini public dan citra positif.

Tipe penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah followers akun instagram @riaricis1795 dengan total 100 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji regresi linear sederhana terdapat hubungan yang kuat antara variabel pengaruh kampanye online melalui influencer Ria Ricis terhadap minat berkunjung ke Jakarta Aquarium. Berdasarkan hasil Pearson Correlations variabel X dan Y terdapat korelasi positif antara kampanye online melalui influencer Ria Ricis terhadap minat berkunjung ke Jakarta Aquarium.

Kata Kunci: Kampanye Online, Minat Berkunjung, Influencer, Jakarta Aquarium

ABSTRACT

Name : Maulida Bahiyyatul Maula
NIM : 44218010083
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Thesis Report : Pengaruh Kampanye Online Melalui Influencer Ria Ricis Terhadap Minat Berkunjung ke Jakarta Aquarium

Jakarta Aquarium is a tourist destination with 12 types of attraction zones and 2000 species of wildlife. In building public brand awareness, Jakarta Aquarium collaborates with a young influencer named Ria Ricis, who has a large following. Collaborating with Ria Ricis is an effective way to expand the visibility of Jakarta Aquarium.

The objective of this research is to determine and explain the influence of the online campaign by influencer Ria Ricis on the interest to visit Jakarta Aquarium. This study is grounded in the theory of online campaigns, which includes dimensions such as brand reputation, company-public relationships, media attention, sales, activities to increase public opinion awareness, and positive image..

The research design employed is explanatory with a quantitative approach. The population in this study consists of followers of the Instagram account @riaricis1795, with a total of 100 respondents. The data collection technique involves survey methods through the distribution of questionnaires.

The results of this study indicate that, based on simple linear regression analysis, there is a strong relationship between the variables of the online campaign through influencer Ria Ricis and the interest to visit Jakarta Aquarium. According to the Pearson Correlations results, there is a positive correlation between the online campaign through influencer Ria Ricis and the interest to visit Jakarta Aquarium.

Keywords: Online Campaign, Interest in Visiting, Influencer, Jakarta Aquarium.