

**KREDIBILITAS AKUN @SOWANSUWUN SEBAGAI  
*TRAVEL INFLUENCER MARKETING* DALAM  
MEMPROMOSIKAN LAFAYETTE BOUTIQUE  
HOTEL YOGYAKARTA**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh:**

**CALVIN JORDAN SIMANJUNTAK**

**19 09 06990 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Calvin Jordan Simanjuntak

NPM : 190906990

Program Studi : Ilmu Komunikasi

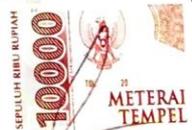
Judul Skripsi : Kredibilitas Akun @Sowansuwun Sebagai *Travel Influencer Marketing* Dalam Mempromosikan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 10 Maret 2025

  
C943AAMX234769658  
Calvin Jordan Simanjuntak

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**KREDIBILITAS AKUN @SOWANSUWUN SEBAGAI TRAVEL  
INFLUENCER MARKETING DALAM MEMPROMOSIKAN  
LAFAYETTE BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

CALVIN JORDAN SIMANJUNTAK

190906990

disetujui oleh:



**Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D.**

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kredibilitas Akun @Sowansuwun Sebagai *Travel Influencer Marketing* Dalam Mempromosikan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta

Penyusun : Calvin Jordan Simanjuntak

NPM : 190906990

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 25 Maret 2025

Pukul : 12.30 WIB

Tempat : Ruang Ujian Fisip UAJY

### TIM PENGUJI

**Caecilia Santi Praharsiwi, S.I.Kom., M.A.**

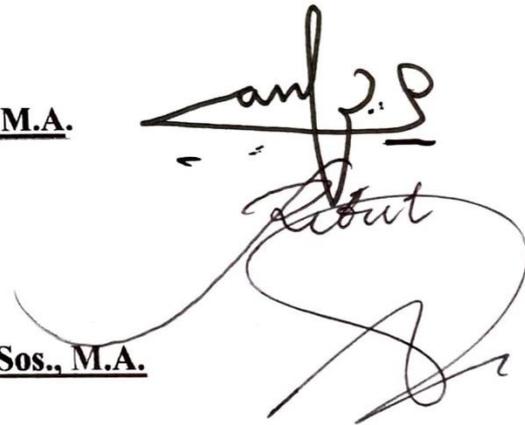
Penguji Utama

**Nobertus Ribut Santoso, Ph.D.**

Penguji I

**Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A.**

Penguji II



**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

**KREDIBILITAS AKUN @SOWANSUWUN SEBAGAI TRAVEL  
INFLUENCER MARKETING DALAM MEMPROMOSIKAN  
LAFAYETTE BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

**ABSTRAK**

*Influencer marketing* telah menjadi strategi pemasaran yang signifikan, dengan investasi meningkat sebesar 13 juta dolar. Keadaan ini didorong dengan 90% pembeli mengikuti *influencer online* serta tingginya pengguna media sosial hingga 167 juta. *Influencer* memiliki peran membagikan informasi kepada audiens dan sebagai media promosi. *Influencer* dibagi menjadi kategori berdasarkan jumlah pengikut dan pengaruhnya yang dilihat melalui *trustworthiness*, *expertise*, *similarity*, dan *attractiveness*. Salah satunya adalah pada akun @sowansuwun yang melakukan *review* sebagai bentuk promosi Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.

Penelitian ini akan melihat apakah dengan menggunakan *influencer marketing* dengan kredibilitas yang bukan berasal dari kalangan atau latar belakang selebriti, merupakan cara yang efektif dalam melakukan promosi. Teori yang digunakan adalah strategi pemasaran, *influencer marketing*, kredibilitas *influencer* dengan mengumpulkan 100 responden. Pengaruh kredibilitas *travel influencer marketing* dilihat melalui indikator *trustworthiness*, *expertise*, *similarity*, dan *attractiveness*.

Penelitian akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang sebagai sampel. Data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis melalui SPSS 25 melalui berbagai tahapan mulai dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas.

Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer marketing* memiliki peran penting dalam melakukan promosi seperti yang dilakukan akun @sowansuwun dalam mempromosikan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta, jika dilihat melalui teori AIDA maka terdapat aksi pada tahap *attention* dan *desire* dengan adanya rasa yakin audiens untuk menginap di Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta dikarenakan audiens sadar dengan keberadaan hotel. Kredibilitas *influencer marketing* akun @sowansuwun dipercaya audiens karena kualitas konten hingga rasa kesamaan antara *influencer* dengan audiens.

Kata Kunci: Kredibilitas *Influencer*; Strategi Pemasaran, Promosi, Instagram

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua yang senantiasa memberikan kasih serta sayangnya kepada penulis yang selalu mendukung setiap proses yang penulis jalani hingga sekarang.

Seluruh saudara yang terus mendukung setiap proses perkuliahan dan penyusunan skripsi

Seluruh teman kuliah dan orang terdekat yang telah memberikan dukungan dan menemani penulis dalam penyusunan skripsi.

***"Mintalah, maka akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu.***

***Karena setiap orang yang meminta, menerima dan setiap orang yang mencari, mendapat dan setiap orang yang mengetok, baginya pintu dibukakan."***

***Matius 7:7-8***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kuasa-Nya seluruh proses pengerjaan dan penelitian skripsi yang berjudul “Kredibilitas Akun @Sowansuwun Sebagai *Travel Influencer Marketing* Dalam Mempromosikan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta” dapat berjalan dengan lancar dan dapat selesai dengan baik.

Dalam penyusunan dan pengerjaan tugas akhir skripsi ini, banyak sekali bantuan, dukungan, doa, dan semangat yang penulis rasakan yang membantu kelancaran seluruh proses pengerjaan. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan kali ini menuliskan ucapan terima kasih kepada pihak yang menjadi *support system* di antaranya,

1. Kedua orang tua yang tidak pernah lelah memberikan semangat, mendoakan dan mengingatkan penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar mendampingi, memberikan saran, mengingatkan, dan mendorong peneliti untuk bisa menyelesaikan proses penelitian selama kurang lebih 1 Tahun 5 Bulan
3. Bapak Yohanes Widodo, M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi sebelumnya yang telah memberikan saran serta menuntun peneliti untuk bisa menjalankan proses awal penyusunan skripsi
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan pengalaman, ilmu, serta membantu proses perkuliahan selama kurang lebih 5,5 tahun.
5. Joshua Stefanuslee dan Yohana Reni Anggraeni selaku teman dekat yang selalu siap untuk menemani, membantu, serta mengingatkan penulis dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan prosesnya.
6. Pengurus Komisi Anak Gereja Kristen Jawa Medari yang selalu memberikan dukungan dan mengingatkan peneliti agar dapat menyelesaikan proses pengerjaan skripsi serta dapat memahami tidak

maksimalnya peran peneliti selaku Ketua karena harus membagi fokus antara peran dan pengerjaan tugas akhir skripsi.

7. Kepada Rocky dan Tiramisu selaku anjing peliharaan kesayangan penulis yang telah memberikan hiburan sehingga penulis dapat kembali fokus untuk mengerjakan tugas akhir skripsi.
8. Kepada seluruh teman-teman, keluarga, dan semua pihak baik teman kuliah, teman Badminton FISIP, teman *Leaders Community*, teman gereja, dan beberapa pihak diluaran sana yang tidak bisa saya sebutkan satu satu yang telah memberikan dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis

Yogyakarta, 10 Maret 2025

Penulis,

Calvin Jordan Simanjuntak

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Kerangka Teori .....	13
1. Media Sosial .....	13
2. Strategi Pemasaran.....	16
a. Teori AIDA.....	18
3. <i>Influencer</i> Marketing .....	20
4. Kredibilitas <i>Influencer</i> .....	24
F. Definisi Konsep .....	26
1. Kredibilitas <i>Influencer</i> .....	26
G. Hipotesis Penelitian .....	26
H. Model Hubungan Antar Variabel .....	27
I. Definisi Operasional .....	28
J. Metodologi Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Metode Penelitian .....	30
3. Teknik Pengumpulan Data .....	31

4. Populasi dan <i>Sampling</i> .....	31
a. Populasi.....	33
b. <i>Sampling</i> .....	33
5. Uji Validitas.....	35
6. Uji Reliabilitas .....	35
7. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. <i>Instagram</i> .....	38
B. <i>Travel Influencer @sowansuwun</i> .....	39
C. Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta.....	42
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Hasil dan Temuan Data Penelitian .....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas .....	48
3. Sebaran Data.....	48
4. Statistika Deskriptif .....	56
5. Uji Normalitas .....	57
6. Uji Heteroskedastisitas .....	58
B. Hasil Analisis Data .....	59
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
LAMPIRAN 1.....	70
LAMPIRAN 2.....	76
LAMPIRAN 3.....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Definisi Operasional Penelitian .....	28
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas .....	46
Tabel 3.2 Uji Validitas Pada Setiap Butir Pertanyaan .....	47
Tabel 3.3 Uji Kepercayaan Responden terhadap Akun @sowansuwun Untuk Mencari Informasi Mengenai Hotel .....	49
Tabel 3.4 Kepercayaan Responden Bahwa @sowansuwun Saat Melakukan Review Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta Benar Mengalami Hotel dengan Parisian Vibes .....	50
Tabel 3.5 Kepercayaan Responden Kepada @sowansuwun Terhadap Kejujuran Informasi Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta .....	50
Tabel 3.6 Responden Memiliki Pendapat Yang Sama Dengan Influencer Mengenai Hotel Nuansa Paris .....	51
Tabel 3.7 Kesamaan Selera Responden dengan Influencer Mengenai Hotel.....	52
Tabel 3.8 Akun @sowansuwun Merupakan Akun yang Menarik .....	52
Tabel 3.9 Konten @sowansuwun Mengenai Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta Memiliki Tampilan Yang Menarik .....	53
Tabel 3.10 Orang Pada Konten @sowansuwun Mengenai Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta Terlihat Good Looking .....	54
Tabel 3.11 Penggunaan Bahasa Akun @sowansuwun Pada Konten Menunjukkan Kemampuan Influncer .....	54
Tabel 3.12 Kepercayaan Responden Pada Klaim Influencer Karena Memiliki Pengalaman di Bidang <i>Hospitality</i> .....	55
Tabel 3.13 Responden Percaya Klaim Influencer Karena Gaya Penyampaian Informasi Baik .....	56
Tabel 3.14 Hasil Statistika Deskriptif .....	57
Tabel 3.15 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 3.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk Kerja Sama Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta dengan <i>Influencer</i> .....	8
Gambar 1.2 Pengalaman Akun @sowansuwun Tergabung Sebagai Brand Ambassador.....	10
Gambar 1.3 Rumus Taro Yamane.....	34
Gambar 2.1 Kepercayaan Responden terhadap Akun @sowansuwun Untuk Mencari Informasi Mengenai Hotel .....	38
Gambar 2.2 Contoh Penggunaan Font dan Emoji Pada Konten @sowansuwun ..	40
Gambar 2.3 Kerja Sama dengan Lafayette Boutique Hotel Yogyakarta .....	41
Gambar 2.4 Pengumuman Melalui Akun Baru Mengenai Peretasan Pada Akun Sebelumnya .....	43
Gambar 2.5 Contoh Kerja Sama dengan <i>Influencer</i> .....	44