

**PERAN INFLUENCER KOKO BUNCIT DALAM
MENINGKATKAN RESERVASI PASIEN DI FDC DENTAL
CLINIC SURABAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



**Farhani Nur Ramadhani
1161003315**

**PROGRAM STUDI STRATA SATU ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang di kutip saya nyatakan benar

Nama : Farhani Nur Ramadhani

NIM : 1161003315

Tanda tangan :



Farhani Nur Ramadhani

Tanggal : 12 September 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Farhani Nur Ramadhani
NIM : 1161003315
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Peran Influencer Koko Buncit dalam Meningkatkan Reservasi di FDC Dental Clinic Surabaya

Telah berhasil dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian prasyarat yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Vivid Fitri Argarini, B.Arts

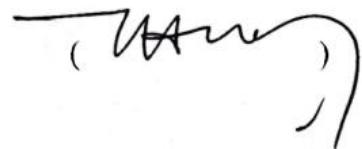


Penguji 1 : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si



12.07.2023

Penguji 2 : Suharyanti, M. S. M



Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Tanggal : 12 September 2023

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti dengan penuh penghormatan dan rasa syukur mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang memperlancar proses penulisan karya ilmiah ini. Penelitian yang berjudul "Peran Influencer dalam Meningkatkan Reservasi Pasien di FDC Dental Clinic" disusun sebagai persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Di balik penulisan skripsi ini, banyak pihak yang terlibat dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam berbagai bentuk, termasuk waktu, saran, dan berbagi ilmu yang sangat berarti.

Maka dari itu, peneliti ingin mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih karena penulisan ini dapat diselesaikan berkat kehadiran dan kontribusi mereka. Terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
2. Ibu Dr. Vivid Fitri Argarini, B.Arts., selaku pembimbing skripsi, atas perhatian, masukan, dan dukungan yang luar biasa. Ia adalah sosok pembimbing yang mendukung penuh, tidak mempersulit mahasiswanya, tidak membatasi, dan peduli terhadap anak bimbingannya.
3. Orang tua peneliti yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan fasilitas untuk memberi kelancaran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman terdekat peneliti : Cessie Arlianisa Mazrah, Nadika Safira Chaniago, Christy Zefanya Mambu, dan Ersya Yolanda Capah. Kehadiran mereka memberi semangat dan saling menenangkan satu sama lain juga memberikan nasihat- nasihat yang bermakna.
5. Lovina Eka Putri, Nirmala, dan Ryzka Ananda Putri, yang saling mendukung dan menemani dalam perjalanan perkuliahan, serta Ayu Fitriyaningsih, Marshadea Alfadiyanti Putri, Erycha Stania Gufa, Isnaini

Martha Fadilah, serta Flut Emeraldiprita, yang menjadi teman dalam berdiskusi ketika rasanya sudah berada di ujung jalan dan tidak tahu harus kemana, tetapi akhirnya berhasil terus maju.

6. Teman-teman Ilmu Komunikasi, khususnya peminatan Komunikasi Pemasaran Angkatan 2016, terlebih untuk Vriskey Herdiyani. Terimakasih untuk segala bantuan dan pertukaran informasi yang bermanfaat bagi penyelesaian penelitian ini. Terima kasih atas perjuangan kita bersama.
7. Narasumber yang terlibat dalam penelitian, atas kontribusi dan waktu yang diberikan. Penelitian ini tidak akan berjalan tanpa wawasan dari narasumber tersebut.

Berkat dukungan, kontribusi, dan kebaikan dari semua pihak yang terlibat, penelitian dapat terlaksana. Peneliti menyadari bahwa ini semua tidak akan terjadi tanpa bantuan dari pihak-pihak yang telah disebutkan di atas, oleh karena itu, peneliti mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga segala kebaikan berbalik kepada mereka semua.

Jakarta, 12 September 2023

Farhani Nur Ramadhani

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *Civitas Akademik* Universitas Bakrie, Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Farhani Nur Ramadhani
NIM : 1161003315
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERAN INFLUENCER KOKO BUNCIT DALAM MENINGKATKAN RESERVASI PASIEN DI FDC DENTAL CLINIC SURABAYA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 September 2023



Farhani Nur Ramadhani

PERAN INFLUENCER KOKO BUNCIT DALAM MENINGKATKAN RESERVASI DI FDC DENTAL CLINIC SURABAYA

Farhani Nur Ramadhani

ABSTRAK

FDC Dental Clinic adalah sebuah klinik gigi yang seringkali mengunggah ulasan influencer di akun media sosial mereka. Mereka melakukan kerjasama dengan Koko Buncit selaku seorang *influencer* Surabaya yang dilakukan agar dapat meningkatkan reservasi mereka setelah mengalami penurunan reservasi di cabang mereka yang berlokasi di Surabaya. Dari sini, peneliti memiliki pertanyaan bagaimana *influencer* dapat memberi dampak kepada FDC Dental Clinic Surabaya melalui pembuatan pesan hingga proses kerjasama berlangsung. Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini untuk menjelaskan penelitian yaitu proses pelaksanaan strategi komunikasi FDC Dental Clinic pusat dalam meningkatkan reservasi menggunakan influencer di FDC Dental Clinic Surabaya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara yang dilakukan terhadap objek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil penelitian ini adalah penggunaan *influencer* Koko Buncit sebagai strategi pemasaran dari FDC Dental Clinic Surabaya tidak menjadi sumber utama dalam peningkatan angka reservasi di FDC Dental Clinic Surabaya dan hanya menjadi strategi pendukung dari semua strategi yang saling mendukung satu sama lain. Dalam pelaksanaannya, konten yang diciptakan influencer akan menjadi konten pendukung untuk FDC Dental Clinic Surabaya baik dalam penggunaan iklan, ataupun menjadi unggahan di akun mereka sendiri.

Kata Kunci : Influencer, Klinik gigi, Reservasi, Media sosial, Strategi komunikasi, FDC Dental Clinic, COVID-19, Koko Buncit, Food Vlogger, Youtuber, Instagram

**THE ROLE OF INFLUENCER KOKO BUNCIT IN INCREASING
RESERVATIONS AT FDC DENTAL CLINIC SURABAYA**

Farhani Nur Ramadhani

ABSTRACT

FDC Dental Clinic is a dental clinic that frequently posts influencer reviews on their social media accounts. They collaborated with Koko Buncit, a Surabaya influencer, in an effort to boost reservations at their Surabaya branch after experiencing a decline in bookings. This led to the researcher's inquiry into how influencers can impact FDC Dental Clinic Surabaya through message creation and the collaboration process. In this study, a qualitative approach was employed to elucidate the execution of communication strategies by the central FDC Dental Clinic in increasing reservations through influencer marketing at the Surabaya branch. Primary data was collected through interviews with pre-selected research subjects. The research findings indicated that the use of influencer Koko Buncit as a marketing strategy for FDC Dental Clinic Surabaya did not serve as the primary source for increasing reservation numbers but rather played a supportive role in conjunction with other interrelated strategies. In practice, influencer-generated content served as supplementary material for FDC Dental Clinic Surabaya, both for advertising purposes and as content shared on the influencers' own accounts.

Keywords: Influencer, Dental Clinic, Reservations, Social Media, Communication Strategy, FDC Dental Clinic, COVID-19, Koko Buncit, Food Vlogger, YouTuber, Instagram.

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Konsep yang Relevan.....	24
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	29
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Desain dan Pendekatan.....	40
3.2 Objek dan Subjek.....	40
3.3 Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Sumber.....	42
3.3.2 Pengumpulan Data.....	43
3.4 Analisis Data.....	44
3.5 Triangulasi Data.....	45
3.6 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	47
4.2 Penyajian Data.....	55
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	77
5.3 Saran dan Implikasi.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo FDC.....	2
Gambar 1.2. Insight Akun FDC.....	5
Gambar 1.3. Profil Akun Instagram FDC.....	6
Gambar 1.4. Jenis Konten yang Diunggah Di Akun FDC.....	6
Gambar 1.5. Tokoh Publik yang Melakukan Kerjasama dengan FDC.....	7
Gambar 1.6. Influencer yang Melakukan Kerjasama dengan FDC.....	10
Gambar 1.7. Tweet dan Analitik Tweet Program FDC.....	12
Gambar 1.8. Iklan Berbayar FDC.....	13
Gambar 1.9. Jumlah Calon Pasien yang Tertarik dengan FDC.....	14
Gambar 1.10. Kompetitor FDC Dental Clinic.....	15
Gambar 1.11. Analitik Penjualan FDC di Traveloka Axes.....	16
Gambar 1.12. Interior FDC Dental Clinic Surabaya.....	17
Gambar 1.13 Profil Akun Instagram Koko Buncit.....	18
Gambar 1.14 Profil akun Youtube Koko Buncit.....	18
Gambar 1.15 FDC Dental Clinic Surabaya.....	19
Gambar 1.16 Situasi Perawatan Koko Buncit.....	29
Gambar 1.17 Komentar di Konten Youtube Koko Buncit.....	20
Gambar 1.18 Instagram Story Program FDC Dental Clinic Surabaya.....	21
Gambar 4.1. Logo FDC Dental Clinic.....	47
Gambar 4.2. Akun Instagram FDC Dental Clinic.....	48
Gambar 4.3. Akun Tiktok FDC Dental Clinic.....	48
Gambar 4.4. Koko Buncit.....	51
Gambar 4.5. Doni Fikri Nur Aji.....	52
Gambar 4.6. Putra Adhi Prakoso, S.Ikom.....	52
Gambar 4.7. Tri Mulyono.....	53
Gambar 4.8. Sofiana Bahri, S. Ikom.....	54
Gambar 4.9. Marshadea Alfadiyanti Putri.....	54
Gambar 4.10. Guntur Adhi Novembrianto, S.Ikom.....	55
Gambar 4.11. Brief Koko Buncit.....	61
Gambar 4.12. Pertemuan antara Tim FDC Dental Clinic dengan Koko Buncit.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	32
Tabel 2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	39
Tabel 3.6. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	46