

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @kulinertulungagung Terhadap Minat Membeli Produk Kuliner di Kabupaten Tulungagung”**, di tulis oleh Nanda Ulya Darojat, NIM 126304211047, dengan pembimbing Ajeng Fajarwati Sumarna, S.I.Kom., M.A.

**Kata Kunci** : Terpaan, Konten, Instagram, Minat Beli, Kultivasi, Kuliner, Tulungagung.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat, khususnya dalam bidang kuliner. Media sosial Instagram menjadi salah satu sarana yang efektif untuk digunakan sebagai media promosi dalam mempengaruhi minat pembelian konsumen. Melalui konten yang diunggah oleh *food vlogger*, khususnya akun @kulinertulungagung, peneliti ingin melihat tentang seberapa besar pengaruh terpaan konten yang diunggah terhadap minat pembelian produk kuliner yang ada di Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei, serta kultivasi menjadi dasar teori yang digunakan oleh peneliti. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti melalui kuisioner yang telah disebarkan, dari 130 orang responden ditemukan data bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil yang diperoleh menunjukkan apabila variabel X yakni konten dari akun Instagram @kulinertulungagung berpengaruh terhadap variabel Y yakni minat membeli produk kuliner yang ada di Kabupaten Tulungagung. Hal ini dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan besarnya pengaruh yang timbul dari konten akun Instagram @kulinertulungagung terhadap minat membeli produk kuliner sebesar 98,5%.

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "**The Effect of Exposure to Instagram Account Content @kulinertulungagung on Interest in Buying Culinary Products in Tulungagung Regency**", written by Nanda Ulya Darojat, NIM 126304211047, with the supervisor Ajeng Fajarwati Sumarna, S.I.Kom., M.A*

**Keywords:** *Exposure, Content, Instagram, Purchase Intention, Cultivation Theory, Culinary, Tulungagung.*

*This research has been prompted by the rapid development of technology, particularly within the culinary sector. Instagram social media is one of the effective means to be used as a promotional medium in influencing consumer purchasing interest. Through the content uploaded by food vloggers, especially the @kulinertulungagung account, researchers want to see how much influence the exposure of uploaded content has on the interest in purchasing culinary products in Tulungagung Regency. This research is a quantitative study with a survey method, and cultivation is the theoretical basis used by researchers. Based on the data obtained by researchers through questionnaires that have been distributed, from 130 respondents, it is found that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. The results obtained show that variable X, namely the content of the @kulinertulungagung Instagram account, has an effect on variable Y, namely the interest in buying culinary products in Tulungagung Regency. This is evidenced by the results of processed data which shows the magnitude of the influence arising from the content of the @kulinertulungagung Instagram account on the interest in buying culinary products is 98.5%.*