

Food creative bloggers sebagai structural hole dalam pariwisata kuliner Bandung = Food creative bloggers as a structural hole in Bandung culinary tourism

Syifa Andini Salsabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478876&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Artikel ini membahas penulis blog makanan kreatif food creative bloggers sebagai structural hole memiliki peran dalam mempromosikan wisata kuliner Bandung dalam media sosial instagram. Studi sebelumnya menyebutkan bahwasannya dalam konteks masyarakat digital, seorang food creative bloggers memiliki peran sebagai pegiat wisata kuliner food-enthusiast, humas, pendukung iklan endorser, jurnalis dan prosumer produsen-konsumen. Akan tetapi, studi terdahulu belum menjelaskan bahwa seorang food creative bloggers di era digital ini juga memiliki peran sebagai structural hole yang mampu mendorong pamor dan meningkatkan keuntungan ekonomi usaha kuliner Bandung. Hasil studi ini menunjukkan bahwa food creative bloggers merupakan structural hole strategis yang dengan efektif mampu menjembatani pelaku usaha kuliner dan masyarakat konsumen. Selain mampu mendorong pamor pengusaha kuliner dan meningkatkan keuntungan ekonomi, studi ini juga mengemukakan bahwa food creative blogger juga di sisi lain dapat mematikan usaha kuliner. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu observasi dan wawancara mendalam kepada beberapa penulis blog makanan kreatif food creative bloggers yang memiliki akun Instagram. Selain itu, penulis juga mewawancarai narasumber pendukung pengusaha kuliner, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung dan pengikut akun penulis blog kreatif makanan di Instagram.

ABSTRACT

This article discusses how creative bloggers as structural holes have a role in promoting Bandung culinary tourism. Previous studies have suggested that in the context of the digital society, a food creative bloggers has a role as food-enthusiast, public relation, an endorser, journalist and as a prosumer producer-consumer. However, previous studies have not explained that a food creative bloggers in this digital era also has a role as a structural hole through their social media account can share culinary information to consumer society. The results of this study shows that food creative bloggers is a strategist structural hole who could effectively bridge between culinary entrepreneurs and consumer society. Even though food creative blogger could help culinay industry, but it also can destroy the entrepreneur itself. This study uses qualitative approach with observation and indepth interview method to several creative bloggers as a main interviewees. The author also conducted triangulation of data by interviewing culinary entrepreneurs, Bandung City Department of Tourism and Culture, as well as followers of creative blog account in instagram.