



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF *FOOD TRAVEL* MNC
CHANNELS TERKAIT *BRAND AWARENESS* PROGRAM-
PROGRAM WISATA KULINER DAN PERJALANAN**

SKRIPSI

ALIFIA NURSYAFIQOH

223516516091

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**



NATIONAL UNIVERSITY

**CREATIVE COMMUNICATION STRATEGY OF FOOD
TRAVEL MNC CHANNELS RELATED TO *BRAND AWARENESS*
OF CULINARY AND TRAVEL PROGRAMS**

THESIS

Submitted in parcial fulfillment of requirements for the Bachelor

ALIFIA NURSYAFIQOH

223516516091

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL

COMMUNICATION SCIENCE

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINAL

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tanga dibawah ini:

Nama	: Alifia Nursyafiqoh
NPM	: 22351651091
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Skripsi	:

**STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL MNC CHANNELSTERKAIT
BRAND AWARENESS PROGRAM-PROGRAM WISATA KULINER DAN PERJALANAN**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama: Alifia Nursyafiqoh
NPM: 22351651091

UNIVERSITAS NASIONAL

10 Februari 2026

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Akreditasi :

Doktor Ilmu Politik (Unggul) - Doktor Administrasi Publik (Baik)
Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Magister Sosiologi (Baik) - Magister Ilmu Komunikasi (Baik)
Sarjana Ilmu Politik (A) - Sarjana Hubungan Internasional (Baik Sekali) - Sarjana Sosiologi (Unggul)
Sarjana Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Komunikasi (A)

Jl. Sawit Mahira No. 81, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520. Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146.
Fak. 7802718-7802719. Homepage: <http://www.unas.ac.id> Email: info@unas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : Alifia Nursyafiqoh
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516091
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL MNC CHANNELS TERKAIT *BRAND AWARENESS* PROGRAM-PROGRAM WISATA KULINER DAN PERJALANAN

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 10 Februari 2026



Alifia Nursyafiqoh

Program Studi : Doktor Ilmu Politik - Doktor Administrasi Publik - Magister Ilmu Politik - Magister Administrasi Publik - Magister Sosiologi - Magister Ilmu Komunikasi
Sarjana Ilmu Politik - Sarjana Hubungan Internasional - Sarjana Sosiologi - Sarjana Administrasi Publik - Sarjana Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERSETUJUAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : Alifia Nursyafiqoh

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516316091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Public Relations

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL
MNC CHANNELS TERKAIT *BRAND AWARENESS*
PROGRAM-PROGRAM WISATA KULINER DAN
PERJALANAN

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 10 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing : Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom.


Swastiningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Alifia Nursyafiqoh

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Public Relations

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL
MNC CHANNELS TERKAIT *BRAND AWARENESS*
PROGRAM-PROGRAM WISATA KULINER DAN
PERJALANAN

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 10 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

 

Dr. Yuri Alfran Aladdin, M.Si., M.I.Kom. Dr. Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : ALIFIA NURSYAFIQOH
NPM : 223516516091
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL MNC CHANNELS
TERKAIT BRAND AWARENESS PROGRAM-PROGRAM WISATA
KULINER DAN PERJALANAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/Penguji 2 : Cyntia Dewi Angraeni, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

Penguji 1 : Dr. Des. Ambia B Boestam., M.Si (.....)

Pembimbing : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom. (.....)

Jakarta,
3 Maret 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : ALIFA NURSYAFIQOH
 Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516091
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Kekhususan : PUBLIC RELATIONS
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF FOOD TRAVEL
 MNC CHANNELS TERKAIT BRAND AWARENESS PROGRAM-PROGRAM WISATA
 KULINER DAN PERJALANAN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24 FEBRUARI 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 3 MARET 2026

: Cyntia Dewi Anggraini,
 Penguji 2 /
 Ketua Sidang
 S.I.Kom., M.I.Kom

: Dr. Drs. Ambia B Boestam.,
 Penguji 1
 M.Si

: Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si.,
 Pembimbing
 M.I.Kom

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Alifia Nursyafiqoh	
NPM	: 223516516091	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Peminatan	: Ilmu Komunikasi (Public Relations)	
Tanggal Sidang	: Selasa, 24 Februari 2026	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
STRATEGI KOMUNIKASI KREATIF <i>FOOD TRAVEL</i> MNC CHANNELS TERKAIT <i>BRAND AWARENESS</i> PROGRAM-PROGRAM WISATA KULINER DAN PERJALANAN		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
CREATIVE COMMUNICATION STRATEGY OF FOOD TRAVEL MNC CHANNELS RELATED TO <i>BRAND AWARENESS</i> OF CULINARY AND TRAVEL PROGRAMS		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 3 Maret 2026	TGL : 3 Maret 2026	TGL : 3 Maret 2026
 Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom	 Swastiningsih, S.E., M.Si.	 Alifia Nursyafiqoh

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Komunikasi Kreatif Food Travel MNC Channels Terkait Brand awareness Program-Program Wisata Kuliner dan Perjalanan*” dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menempuh pendidikan tingkat Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan skripsi ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar dan selesai tepat waktu. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari peran serta semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan berlangsung. Sebagai bentuk apresiasi dan rasa terima kasih, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Bapak Nursatyo, S.Sos, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni (AKA)
5. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pak Yuri, atas waktu, ilmu kesabaran, perhatian, serta bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Arahan, masukan, dan dukungan yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Bapak Umar Fauzi Bahanan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
8. Seluruh jajaran staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Penulis sangat berterima kasih atas ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Kepada para informan , Mas Adji, Mas Dimas, Mba Rhia, dan Mas Wis, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan, membimbing dan merangkul selama penulis magang di Food Travel MNC Channels.
10. Kepada Ibu Penulis, yang juga berperan sebagai Ayah, Mamah D***, sosok paling berarti dan menjadi kekuatan utama dalam hidup penulis. Doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, kesabaran, serta pengorbanan yang diberikan dengan tulus menjadi sumber semangat bagi penulis dalam menghadapi setiap proses selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Tanpa dukungan dan kehadiran Mamah, Pia mungkin tidak akan mampu berada pada titik ini. Mah, Pia mohon, hidup lebih lama karena *pasti doa-mu yang lancarkan upayaku, mesti doa yang meluncur dari bibirmu, dan yang kutahu kau takkan pernah berhenti, tumbuhku kini semoga sesuai yg kau impi. Pelan pasti ku kabulkan, tentang masa depan, tentang masa terang, kebul jalan ku terjang.*
– Gemilang, Perunggu.
11. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Abang dan Kakak Ipar atas dukungan dan semangat yang diberikan. Ucapan terima kasih turut penulis sampaikan kepada keponakan tercinta Mahreen Athaya dan yang akan segera lahir, yang kehadirannya menjadi motivasi tersendiri bagi penulis.
12. Kakek Nurdin dan Nenek Suanah, beserta keluarga besar atas doa, dukungan, dan perhatian yang diberikan kepada penulis.
13. Beringin (Zafira, Rani, Veny, Syifa, Naila, Amanda dan Dewi) sebagai

sahabat sejak SMP yang hingga saat ini masih setia menjaga kebersamaan.

14. Silalahi Family, Shafira, Avril, Vanya, Dimas, Azhar, Toni, Alvin dan Aziz, bagian penting dalam perjalanan akademik penulis dan telah hadir layaknya keluarga sendiri. Kebersamaan, dukungan, serta saling menguatkan selama masa perkuliahan, baik dalam suka maupun duka, memberikan semangat dan motivasi bagi penulis untuk terus menyelesaikan setiap proses hingga tahap akhir penyusunan skripsi ini. Kehadiran teman-teman perkuliahan menjadi pengalaman berharga yang tidak akan terlupakan bagi penulis.
15. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan dan berjuang hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih karena tidak menyerah meskipun sering merasa lelah dan ragu dalam menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi. Skripsi ini bukan hanya tentang pencapaian akademik, tetapi juga menjadi bukti bahwa penulis mampu melewati setiap tantangan yang ada. Setiap usaha dan perjuangan yang dilalui adalah bentuk cinta serta keinginan untuk membanggakan Mamah. Penulis berharap pencapaian ini menjadi awal dari langkah yang lebih baik ke depan, serta pengingat bahwa penulis pernah berjuang sekuat ini demi mimpi dan masa depan.

Jakarta, 1 Februari 2026

Penulis

ABSTRAK

Nama : Alifia Nursyafiqoh
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Kreatif Food Travel MNC Channels
Terkait *Brand Awareness* Program-Program Wisata Kuliner
dan Perjalanan
Pembimbing : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom.

Food Travel MNC Channels merupakan salah satu kanal televisi tematik yang menyajikan program wisata kuliner dan perjalanan di bawah naungan MNC Channels. Di tengah persaingan konten kuliner yang semakin beragam, Food Travel MNC Channels dituntut untuk memiliki strategi komunikasi kreatif yang mampu membangun *brand awareness* di benak audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kreatif yang diterapkan oleh Divisi Kreatif Food Travel MNC Channels dalam membangun *brand awareness* program wisata kuliner dan perjalanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretivisme. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung yang terlibat langsung dalam proses perencanaan dan produksi program Food Travel MNC Channels. Analisis data dilakukan melalui tahapan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Food Travel MNC Channels menerapkan strategi komunikasi kreatif melalui pembentukan identitas visual yang konsisten, pengemasan konten berbasis tren, serta peran host sebagai representasi audiens. Strategi tersebut mampu membangun *brand awareness* hingga tahap *brand recognition* dan *brand recall*. Namun, pada tahap *unaware of brand* dan *top of mind*, Food Travel masih menghadapi kendala berupa keterbatasan eksposur media dan tingginya persaingan dengan konten kuliner digital. Oleh karena itu, diperlukan penguatan integrasi lintas *platform* agar strategi komunikasi kreatif dapat berjalan lebih optimal.

Kata kunci: Komunikasi Kreatif, *Brand awareness*, Food Travel MNC Channels.

ABSTRACT

Name : Alifia Nursyafiqoh

Study Program : Communications Science

Title : Ccreative Communication Strategy OF Food Travel MNC
Channels Related to *Brand awareness* of Culinary and Travel
Programs

Counsellor : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom.

Food Travel MNC Channels is a thematic television channel under MNC Channels that focuses on culinary and travel programs. Amid increasing competition in culinary content, Food Travel MNC Channels is required to implement creative communication strategies to build *brand awareness* among audiences. This study aims to analyze the creative communication strategies applied by the Creative Division of Food Travel MNC Channels in building *brand awareness* for culinary and travel programs. This research employs a descriptive qualitative approach with an interpretivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with key and supporting informants involved in the planning and production processes of Food Travel programs. Data analysis was conducted using open coding, axial coding, and selective coding techniques. The findings indicate that Food Travel MNC Channels implements creative communication strategies through consistent visual identity, trend-based content packaging, and the role of hosts as audience representatives. These strategies contribute to building *brand awareness* at the levels of *brand recognition* and *brand recall*. However, challenges remain at the *unaware of brand* and *top of mind* stages due to limited media exposure and strong competition from digital culinary content. Therefore, strengthening *cross-platform* integration is necessary to optimize the creative communication strategy.

Keywords: Creative Communications, *Brand awareness*, Food Travel MNC Channels.

DAFTAR ISI

UNIVERSITAS NASIONAL	i
NATIONAL UNIVERSITY	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	viii
FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	viii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN JUDUL	iiix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis:	11
1.4.2 Manfaat Praktis:	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14

2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Teori <i>Brand awareness</i>	21
2.3 Konsep Komunikasi Kreatif	23
2.4 Konsep Strategi Komunikasi.....	24
2.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi	24
2.4.2 Fungsi Strategi Komunikasi	25
2.5 Konsep Strategi Komunikasi Kreatif	29
2.6 Konsep <i>Brand awareness</i>	30
2.6.1 Pengertian <i>Brand awareness</i>	30
2.6.2 Dimensi <i>Brand awareness</i>	31
2.7 Konsep Program Wisata Kuliner dan Perjalanan	33
2.7.1 Program Wisata Kuliner dan Perjalanan.....	33
2.7.2 Unsur-Unsur dalam Program Wisata Kuliner dan Perjalanan	33
2.7.3 Pendekatan Representasi Program Wista Kuliner dan Perjalanan.....	35
2.7.4 Tantangan dalam Produksi Program Wisata Kuliner dan Perjalanan	36
2.8 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian.....	41
3.3 Jenis Penelitian	41
3.4 Metode Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1 Data Primer	44
3.5.2 Data Sekunder.....	44
3.6 Penentuan Informan	44
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	45
3.8 Teknik Analisa Data	45
3.9 Jadwal Pelaksanaan	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Penelitian	47

4.1.1 Sejarah dan Profil MNC Channels.....	47
4.1.2 Visi dan Misi MNC Channels.....	49
4.1.3 Logo MNC Channels.....	50
4.1.4 Profil Kanal Food Travel MNC Channels.....	51
4.1.5 Profil Key Informan dan Informan.....	53
4.1.6 Struktur Organisasi Kanal Food Travel MNC Channels.....	56
4.1.7 Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab Kreatif Food Travel MNC Channels 56	
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Kondisi <i>Unaware of brand</i> pada Kanal Food Travel MNC Channels.....	59
4.2.2 <i>Brand recognition</i> melalui Identitas Visual dan Gaya Penyajian Program..	61
4.2.3 <i>Brand recall</i> melalui Konsistensi Konten dan Peran Host.....	65
4.2.4 Upaya Menuju <i>Top of mind Brand awareness</i>	68
4.3 Pembahasan.....	74
4.3.1 Strategi Komunikasi Kreatif pada Tahap <i>Unaware of brand</i>	75
4.3.2 Strategi Komunikasi Kreatif dan <i>Brand recognition</i> melalui Identitas Visual.....	77
4.3.3 Strategi Komunikasi Kreatif dalam Membangun <i>Brand recall</i>	78
melalui Konten dan Host.....	78
4.3.4 Strategi Komunikasi Kreatif Menuju <i>Top of mind Brand</i>	79
Awareness.....	79
4.3.5 Refleksi Alur Strategi Komunikasi Kreatif Food Travel MNC Channels..	81
4.3.6 Integrasi Strategi Komunikasi Kreatif dalam Setiap Tahapan <i>Brand</i> <i>Awareness</i>	82
4.3.7 Kesenjangan antara Strategi Komunikasi Kreatif Ideal dan Praktik di Lapangan.....	84
4.4 Implikasi Penelitian.....	86
4.4.1 Implikasi Teoritis.....	86
4.4.2 Implikasi Praktis.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89

5.2.1 Saran Praktis	90
5.2.2 Saran Akademis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Informan.....	45
Tabel 4. 1 Profil Informan.....	54
Tabel 4. 2 Coding.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Engagement Rate akun Instagram MNC Food Travel Channel & MNC Soccer Channel.....	2
Gambar 1. 2 Data Performa Channel Januari - Oktober 2025	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4. 1 Penghargaan MNC Channels sebagai Superbrand Pay TV	49
Gambar 4. 2 Logo MNC Channels	50
Gambar 4. 3 Logo Food Travel.....	51
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Food Travel	56
Gambar 4. 5 Logo Viral Kuliner	62
Gambar 4. 6 Logo Around The World.....	63
Gambar 4. 7 Logo Let's Go.....	63
Gambar 4. 8 Contoh Beauty Shot atau detail Makanan.....	64
Gambar 4. 9 Salah satu tempat makan Viral.....	66
Gambar 4. 10 Akun Instagram Food Travel MNC Channels	70

