

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi cara bisnis mempromosikan produk atau jasa, termasuk melalui strategi influencer marketing. Pendekatan ini dinilai efektif dalam membangun koneksi emosional antara merek dan audiens, khususnya di media sosial. Di industri hiburan tematik seperti escape room, efektivitas influencer marketing masih belum banyak dikaji secara akademik. DoodsX, sebuah escape room bertema zombie di Bandung, telah menerapkan strategi ini, namun masih menghadapi kendala berupa rendahnya tingkat kunjungan. Hal ini memunculkan pertanyaan mengenai seberapa besar dampak influencer marketing terhadap keterlibatan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan audiens terhadap penggunaan influencer marketing serta sejauh mana pengaruhnya terhadap engagement rate konten Instagram DoodsX Bandung. DoodsX merupakan wahana escape room bertema horor yang menyasar anak muda sebagai target pasar utama. Namun, rendahnya jumlah pengunjung menjadi permasalahan utama, sehingga strategi pemasaran digital melalui influencer digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 230 responden yang merupakan pengikut akun Instagram DoodsX. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden terhadap variabel influencer marketing dan engagement rate.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens memberikan tanggapan positif terhadap strategi influencer marketing yang dilakukan oleh DoodsX, terutama pada aspek daya tarik dan kepercayaan terhadap influencer. Namun, engagement rate yang dihasilkan masih berada pada kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun influencer marketing memiliki pengaruh, kontribusinya terhadap engagement belum maksimal dan perlu dioptimalkan melalui strategi konten serta pemilihan influencer yang lebih relevan.

Kata kunci: Influencer marketing, engagement rate, media sosial, DoodsX, pemasaran digital