

**ANALISA PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PARIWISATA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Herleni
141110029**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**ANALISA PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PARIWISATA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Herleni
141110029**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Herleni

NPM : 141110029

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Analisa Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kota Batam

adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipa dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsure-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 17 Februari 2020



141110029

**ANALISA PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI PARIWISATA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Herleni
141110029

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 17 Februari 2020


Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pariwisata di Kota Batam. Penelitian ini difokuskan pada objek penelitian akun Instagram yang mempromosikan potensi wisata di Kota Batam yang memiliki jumlah pengikut lebih dari sembilan ribu pengikut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data antara lain, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Akun Instagram yang mengkomunikasikan pariwisata di Kota Batam yang memiliki jumlah pengikut lebih dari sembilan ribu ada empat belas akun. 2) Ada tujuh jenis wisata yang sering di unggah oleh akun tersebut, seperti wisata maritim atau bahari, wisata religi, wisata kuliner, wisata belanja, agrowisata, cagar alam dan wisata budaya. 3) Tidak semua fitur Instagram yang digunakan dalam sebuah konten unggahan, fitur yang sering digunakan dalam mengkomunikasikan konten wisata adalah fitur *caption* foto atau judul, lokasi, *mentions*, dan *hashtag*.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Pariwisata, Media Sosial, Batam.

ABSTRACT

This study aims to determine the use of Instagram as a medium of tourism communication in the city of Batam. This research is focused on the Instagram account research object that promotes tourism potential in Batam City which has a number of followers of more than nine thousand followers. This research uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques include observation, documentation and literature study. The results showed that: 1) Instagram accounts that communicate tourism in the city of Batam which has a number of followers of more than nine thousand there are fourteen accounts. 2) There are seven types of tours that are often uploaded by the account, such as maritime or marine tourism, religious tourism, culinary tourism, shopping tourism, agro-tourism, nature reserves and cultural tourism. 3) Not all Instagram features are used in an uploaded content, features that are often used in communicating travel content are photo caption features or titles, locations, mentions, and hashtags.

Keywords: Instagram, Tourism Communication, Social Media, Batam.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul: Analisa Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kota Batam. Ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan kata terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam: Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.
2. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Dosen Pembimbing: Bpk Sholihul Abidin, S.Sos,I., M.I.Kom., yang sudah membimbing dari awal hingga selesai, terima kasih sudah membimbing mahasiswa yang jarang bimbingan ini.
4. Para dosen dan mantan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, terutama Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom yang sebelumnya sudah membimbing penulis di judul sebelumnya. Terimakasih sudah berbagi ilmu dan membimbing penulis selama berada di Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Hendri dan Ibu Cang Kui Siu terimakasih atas kasih sayang serta dukungan moral dan materil yang telah diberikan selama ini.

7. Saudara Jonalia, S.I.P. (Kakak), Yenni Ratna Sari (Kakak), Jourdy Satriawan (Adik) dan Ryan Satya Darmawan (Adik) yang selalu memberikan semangat.
8. Desi Mainila Sari, M. Kurniawan, Agus Edi Sucipto, Tomas Reynaldo, S.I.Kom, Wita Angrianti, S.H yang selalu menemani dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi, terutama kelas pagi angkatan 2014, terimakasih sudah menemani penulis selama berada di Universitas Putera Batam.

Penulis mohon maaf bila ada pihak yang terlupakan. Yakiniilah bahwa penulis berterimakasih atas setiap bantuan yang sudah diterima. Penulis juga mohon maaf apabila ternyata dalam skripsi ini masih ada kesalahan pengetikan dan kekurangan dalam kajian pustaka maupun hasil penelitian.

Batam, 17 Februari 2020



Herleni

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Secara Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Secara Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 Media Baru.....	10
2.1.2 Instagram.....	14
2.1.3 Komunikasi Pariwisata	18
2.1.3.1 Jenis Wisata.....	22
2.1.4 Teori Uses and Gratification.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.2.1 Rivandi. Pemanfaatan Instagram Komunitas Geonusanantara Sulawesi Tengah Sebagai Media Promosi Wisata Sulawesi Tengah. <i>e-Journal Kinesik</i> . Volume 6. No 2. Tahun 2019.	29
2.2.2 Wenday Dwi Novi Kurnianti. Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. Komuniti. Volume VII, No 2 Tahun 2016	30
2.2.3 Gungum Gumilar. Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi Oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. <i>Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi</i> . Volume V no 2 Tahun 2015.	31
2.2.4 Tubagus Adriansyah dan Satya Indra Karsa. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi <i>Screamous Clothing</i> . Prosiding Manajemen Komunikasi. Volume 4 No 1 Tahun 2018.	31
2.2.5 Yunita Naingolan, M. Zaini dan Fareis Althalets. Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata Kalimantan Timur. <i>e-Journal Ilmu Komunikasi</i> . Volume 6 No 3 Tahun 2018.	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	

3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.3	Sumber Data	37
3.3.1	Data Primer	37
3.3.2	Data Sekunder	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Observasi	38
3.4.2	Studi Kepustakaan	39
3.4.3	Dokumentasi	39
3.5	Instrumen Penelitian	39
3.6	Metode Analisis	40
3.7	Uji Validitas dan Kredibilitas Data	41
3.7.1	Uji <i>Credibility</i>	41
3.7.2	Uji <i>Transferability</i>	42
3.7.3	<i>Dependability</i> dan <i>Confirmability</i>	42
3.8	Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Akun Instagram Pariwisata Batam	45
4.1.2	Pemetaan pariwisata	52
4.2	Analisis	64
4.2.1	Akun Instagram Tentang Pariwisata di Kota Batam	65
4.2.2	Jenis Pariwisata Yang Dikomunikasikan Akun Instagram	66
4.2.3	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata	67
4.3	Pembahasan	72
4.3.1	Akun Instagram Pariwisata Batam	72
4.3.2	Jenis Pariwisata Batam	73
4.3.3	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		82
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun @batamlicious	45
Gambar 4.2 Akun @batamdine	46
Gambar 4.3 Akun @batamdaily	46
Gambar 4.4 Akun @batamberteman	47
Gambar 4.5 Akun @jelajahbatam	47
Gambar 4.6 Akun @wonderfulbatam.....	48
Gambar 4.7 Akun @batam.delicious	48
Gambar 4.8 Akun @kulinerkotabatam	49
Gambar 4.9 Akun @enjoybatam_	49
Gambar 4.10 Akun @batampromotion.....	50
Gambar 4.11 Akun @mudamudi.batam	50
Gambar 4.12 Akun @batamkece	51
Gambar 4.13 Akun @seputarbatam.....	51
Gambar 4.14 Akun @tengokbatam	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	43
Tabel 4.1 Wisata Kuliner	52
Tabel 4.2 Wisata Budaya	55
Tabel 4.3 Wisata Belanja	56
Tabel 4.4 Wisata Maritim atau Bahari	57
Tabel 4.5 Wisata Religi.....	60
Tabel 4.6 Agrowisata	62
Tabel 4.7 Cagar Alam	64
Tabel 4.8 Akun Instagram Pariwisata Kota Batam	65
Tabel 4.9 Pemetaan Pariwisata.....	67
Tabel 4.10 Pemanfaatan Instagram.....	68