

**ANALISIS ISI KONTEN INSTAGRAM
@BATAMTOURISM_OFFICIAL PADA KESADARAN
WISATA FOLLOWERS**

SKRIPSI



**Oleh :
Alfian Juanda Putra Porang
191110055**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**ANALISIS ISI KONTEN INSTAGRAM
@BATAMTOURISM_OFFICIAL PADA KESADARAN
WISATA FOLLOWERS**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Alfian Juanda Putra Porang
191110055**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Alfian Juanda Putra Porang
NPM : 191110055
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “skripsi” yang saya buat dengan judul:

Analisis Isi Konten Instagram @Batamtourism_official Pada Kesadaran Wisata Followers

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan saya, didalam Analisis Isi Konten Instagram @Batamtourism_official Pada Kesadaran Wisata Followers ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam disebutkan dalam sumber dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Analisis Isi Konten Instagram @Batamtourism_official Pada Kesadaran Wisata Followers ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Analisis Isi Konten Instagram @Batamtourism_official Pada Kesadaran Wisata Followers ini digugurkan dan Analisis Isi Konten Instagram @Batamtourism_official Pada Kesadaran Wisata Followers yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 03 Agustus 2023



Alfian Juanda Putra Porang
191110055

**ANALISIS ISI KONTEN INSTAGRAM
@BATAMTOURISM_OFFICIAL PADA KESADARAN
WISATA FOLLOWERS**

SKRIPSI

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

**Oleh
Alfian Juanda Putra Porang
191110055**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 03 Agustus 2023



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

ABSTRAK

@Batamtourism_Official menyajikan konten pariwisata yang berfokus pada destinasi wisata di sekitar wilayah Batam, yang memiliki banyak potensi wisata, sebagai ruang untuk menggambarkan keadaan pariwisata di daerah Kota Batam. Peneliti menganalisis isi konten akun instagram *@Batamtourism_official* pada kesadaran wisata *followers*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis isi konten Instagram *@Batamtourism_official* pada kesadaran wisata *followers*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada analisis isi konten kesadaran wisata dari akun media sosial Instagram *@Batamtourism_Official* kemudian menganalisis gambar, keterangan, dan tagar yang digunakan untuk setiap foto terkait pariwisata. Penelitian ini juga menggunakan teori media baru dari Pierre Levy sebagai pendukung untuk mengamati interaksi antara *followers* dan akun tersebut untuk mengetahui tingkat kesadaran wisata para pengikutnya. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, sedangkan data pendukung diperoleh dari observasi dan dokumentasi. Metode analisis isi yang digunakan untuk menggali makna dari teks, gambar, simbol, dan elemen lainnya untuk memahami budaya dalam suatu konteks sosial tertentu. Konten yang diunggah oleh akun ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan kesadaran wisata para *followers*. Hasil penelitian Konten tersebut dirancang untuk meyakinkan dan membujuk orang untuk melakukan tindakan yang menguntungkan pihak tertentu dalam industri perjalanan. Dengan adanya teknologi dan informasi yang mudah diakses, kebutuhan akan informasi wisata menjadi lebih terpenuhi bagi pengguna, dan manfaat dari konten yang disajikan oleh *@Batamtourism_Official* dalam meningkatkan kesadaran wisata para *followers*. Kesadaran wisata sangat penting bagi akun sosial media *@Batamtourism_official* untuk terus meningkatkan kesadaran wisata di kalangan *followers*-nya. Dengan menghadirkan konten yang menarik, informatif, dan menginspirasi, akun tersebut dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan Batam sebagai tujuan wisata yang menarik dan beragam.

Kata Kunci : Instagram, Kesadaran Wisata, Analisis Isi, Teori New Media, *Followers*

ABSTRACT

@Batamtourism_Official presents tourism content that focuses on tourist destinations around the Batam region, which has a lot of tourism potential, as a space to depict the tourism situation in the Batam City area. Researchers analyze the content of the @Batamtourism_Official Instagram account regarding the tourism awareness of its followers. The aim of this research is to analyze the content of the Instagram account @Batamtourism_Official in relation to the tourism awareness of its followers. This study employs a qualitative method with a focus on the content analysis of tourism awareness from the social media account Instagram @Batamtourism_Official, and then analyzes the images, captions, and hashtags used for each tourism-related photo. This research also employs the theory of new media by Pierre Levy to observe the interaction between followers and the account to determine the level of tourism awareness among its followers. Data collection techniques involve interviews, while supporting data is obtained from observations and documentation. The content uploaded by this account becomes a significant factor in enhancing the tourism awareness of its followers. The research findings reveal that the content is designed to persuade and convince people to take actions that benefit specific entities in the travel industry. With easily accessible technology and information, the need for travel information is better fulfilled for users, and this is one of the benefits of the content presented by @Batamtourism_Official in increasing tourism awareness among its followers. Tourism awareness is crucial for the social media account @Batamtourism_Official to continuously elevate tourism awareness among its followers. By providing engaging, informative, and inspiring content, the account can serve as an effective tool to promote Batam as an appealing and diverse tourist destination.

Keywords: *Instagram, Tourism Awareness, Content Analysis, New Media Theory, Followers*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang 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 takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom;
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si;
4. Bapak Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
5. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik pada program Studi Ilmu Komunikasi;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Dosen-dosen pengampu program studi ilmu komunikasi Universitas Putera Batam;
8. Untuk kedua orang tua saya, yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Untuk teman-teman program studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam Angkatan 2019;
10. Untuk kepala dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam, bapak Drs. Ardiwinata yang sudah bersedia menjadi *Keyinforman*;
11. Untuk kepala bidang pengembangan dan promosi wisata dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam, Ibu Dra. Ratna Sari;
12. Untuk kepala seksi informasi dan teknologi kepariwisataan dinas kebudayaan dan pariwisata kota batam, Bapak Apriyadi Kurniawan, SE;
13. Untuk Bapak Mulyadi selaku admin *@Batamtourism_official*.
14. Untuk ibu Dinda Dwi Lestari, S.KM, selaku influencer intagram kota batam.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya. Amin

Batam, 03 Agustus 2023

Alfian Juanda Putra Porang

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	16
1.3 Rumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis	16
1.5.3 Manfaat Sosial	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	18
2.1.1 Teori <i>New Media</i>	18
2.2 Kajian Konseptual	19
2.2.1 Definisi Pariwisata	19
2.2.2 Jenis-jenis Pariwisata	19
2.2.3 Kesadaran Pariwisata	26
2.2.4 Kelompok Sadar Wisata	28
2.2.5 Definisi Komunikasi.....	31
2.2.5.1 Unsur-unsur Komunikasi	32
2.2.5.2 Fungsi Komunikasi	33

2.2.5.3	Tujuan Komunikasi.....	34
2.2.5.4	Media Komunikasi.....	35
2.2.6	Media Sosial	36
2.2.6.1	Instagram.....	37
2.2.6.2	Gambaran Umum Akun Instagram <i>@Batamtourism_Official</i>	38
2.2.6.3	Konten.....	39
2.2.6.4	Konten Pariwisata	40
2.2.6.5	<i>Followers</i>	41
2.2.6.6	<i>Following</i>	42
2.2.6.7	<i>Like</i>	43
2.2.6.8	Komentar.....	43
2.2.6.9	<i>Caption</i>	44
2.3	Penelitian Terdahulu	45
2.4	Kerangka Konseptual.....	59
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	61
3.1.1	Metode Model Analisis Isi Kualitatif	61
3.2	Obyek Penelitian.....	63
3.3	Subyek Penelitian	63
3.3.1	Informan.....	63
3.3.2	<i>Key informan</i>	64
3.4	Teknik Pengumpulan Data	65
3.4.1	Wawancara.....	65
3.4.2	Observasi.....	66
3.4.3	Dokumentasi	66
3.5	Metode Analisis	67
3.5.1	Analisis Sebelum di Lapangan.....	67
3.5.2	Analisis Selama di Lapangan.....	68
3.6	Uji Kredibilitas	69
3.6.1	Uji Credibility	69
3.6.2	Uji Transferbility	73
3.6.3	Dependability dan Confirmability	74
3.7	Lokasi Penelitian	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Objek Penelitian	77
4.1.1	Visi Misi <i>@Batamtourism_official</i>	78
4.1.2	Logo <i>@Batamtourism_official</i>	79
4.2	Hasil Penelitian.....	81
4.2.1	Pendekatan Interaksi Sosial	81
4.2.1.1	Bentuk Konten <i>@Batamtourism_official</i>	81
4.2.1.2	Interaksi <i>Followers</i> Terhadap Konten <i>@Batamtourism_official</i>	84
4.2.1.3	Faktor-faktor Peningkatan Kesadaran Wisata	88
4.2.2	Pendekatan Integrasi Sosial	90
4.2.2.1	<i>@Batamtourism_official</i> Sebagai Alat Meningkatkan kesadaran Wisata Dikota Batam	90
4.2.2.2	Perbedaan Tingkat Kesadaran Wisata antara Pengguna Instagram Aktif dan Pengguna Non-aktif di Akun <i>@Batamtourism_official</i>	92
4.2.2.3	Perbedaan dalam Kesadaran Wisata antara Generasi yang Berbeda di Akun <i>@Batamtourism_official</i>	93
4.2.2.4	Kebijakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam untuk Meningkatkan Kesadaran Wisata	96
4.3	Pembahasan	99

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	104
5.2	Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pendukung Penelitian
- Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk terkoneksi Internet 2021-2022	8
Gambar 1. 2 Survei Kesejahteraan Rakyat tahun 2021 di Kota Batam.....	10
Gambar 1. 3 Tampilan profil Instagram <i>@batamtourism_official</i>	15
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	60
Gambar 4. 1 Logo VBI 2024 (Visit Batam Indonesia).....	79
Gambar 4. 2 Halaman Akun Instagram <i>@Batamtourism_official</i>	83
Gambar 4. 3 Gambar 4.2.2 Fitur <i>Like</i> Pada Postingan Akun <i>@Batamtourism_Official</i>	84
Gambar 4. 4 Interaksi Komentar <i>Followers</i> Pada postingan Akun <i>@Batamtourism_official</i>	85
Gambar 4. 5 Interaksi Bagikan Dari Akun Pengikut Pada Postingan Akun <i>@Batamtourism_Official</i>	86
Gambar 4. 6 Interaksi Pesan Langsung Antara Pengikut Dan Akun <i>@Batamtourism_Official</i>	87
Gambar 4. 7 Interaksi Menandai Pada Akun <i>@Batamtourism_Official</i> Oleh Pengguna Instagram Lainnya.....	87
Gambar 4. 8 Gambaran Umum Akun <i>@Batamtourism_Official</i>	90
Gambar 4. 9 Rentang Umur Pengikut Akun <i>@Batamtourism_Official</i>	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	76