

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
PANTAI GLORYMELUR**

SKRIPSI



**Oleh:
Jundi Irwan Maulana
191110054**

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

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
PANTAI GLORYMELUR**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Jundi Irwan Maulana
191110054**

**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 : Jundi Irwan Maulana
NPM : 191110054
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Strategi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pantai GloryMelur

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam 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 kutipan dan daftar pustaka.

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

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

Batam, 29 Juli 2023



Jundi Irwan Maulana
191110054

**STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* PANTAI
GLORYMELUR**

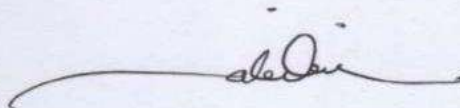
SKRIPSI

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

**Oleh
Jundi Irwan Maulana
191110054**

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

Batam, 29 Juli 2023



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

ABSTRAK

Pantai Glory Melur merupakan salah satu destinasi pariwisata alam di Kota Batam yang cukup populer. Pihak manajemen pantai Glory melur menggunakan akun media sosial Instagram @glorymelur sebagai rujukan informasi publik serta menjadikan akun Instagram sebagai media branding. Agar dapat meningkatkan wisatawan yang mengunjungi pantai Glory Melur, maka diperlukan adanya citra positif dari tempat wisata tersebut. Untuk itu penelitian ini mengangkat judul strategi pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan *Brand Image* pantai Glory Melur. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan instagram pantai glory melur, dan bagaimana strategi peningkatan *Brand Image* pantai glory melur melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif (*descriptive research*). Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan *Brand Image* tempat pariwisata dalam akun @GloryMelur dilakukan dengan menerapkan langkah-langkah strategi branding yang antara lain adalah dengan mentukan target pasar, menentukan kompetisi yang ada, menentukan *point of difference* (DOP). Kategori konten yang diposting oleh akun @GloryMelur diantaranya yaitu promo, poster, info lowongan kerja, event, ucapan hari besar, aktivitas pengunjung serta pemandangan. Dalam penerapan strategi branding yang dilakukan oleh akun @GloryMelur dapat dilihat pada kategori postingan yang di unggah. Penentuan target pasar lebih banyak disasar dengan postingan promo dan even. Penentuan kompetisi dapat dilihat melalui postingan promo dan event yang tidak dilakukan oleh akun pariwisata sejenis lainnya (komparasi dengan akun @vio-vio), serta *point of difference* (DOP) dalam postingan konten @GloryMelur yaitu konten tentang promo, poster, info lowongan kerja, Event, ucapan hari besar.

Kata Kunci: *Brand Image*, media sosial, pariwisata, Instagram

ABSTRACT

Glory Melur Beach is one of the natural tourism destinations in Batam City which is quite popular. The management of Glory Beach uses the Instagram @glorymelur social media account as a reference for public information and makes the Instagram account a media branding. In order to increase tourists visiting Glory Melur beach, it is necessary to have a positive image of this tourist spot. For this reason, this study raises the title of strategy for using social media in enhancing the Brand Image of Glory Melur Beach. The formulation of the problem of this research is how to use Glory Beach Instagram, and how to increase the Glory Beach Brand Image through Instagram. This research uses a descriptive qualitative research approach (descriptive research). The conclusions in this study indicate that the strategy for increasing the Brand Image of tourism places in the @GloryMelur account is carried out by implementing branding strategy steps which include determining the target market, determining existing competition, determining the point of difference (DOP). Categories of content posted by the @GloryMelur account include promos, posters, job vacancy information, events, holiday greetings, visitor activities and views. The implementation of the branding strategy carried out by the @GloryMelur account can be seen in the categories of posts uploaded. Determining the target market is more targeted by posting promos and events. Determination of competition can be seen through promo posts and events that are not carried out by other similar tourism accounts (comparison with the @vio-vio account), as well as points of difference (DOP) in @GloryMelur content postings, namely content about promos, posters, job vacancies info, Event, big day greeting.

keywords: *Brand Image, social media, tourism, Instagram*

KATA PENGANTAR

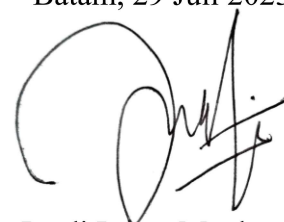
Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strara satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa proposal penelitian ini takkan berwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
4. Bapak Sholihul Abidin, S.Sos.I., M.I.Kom. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
5. Untuk orang tua saya Tuswanto dan Any Rahmayda, adik saya Ilham Agung Purnomo
6. Teman Teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

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

Batam, 29 Juli 2023



Jundi Irwan Maulana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	2
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	12
2.1.1 Definisi Teori New Media	12
2.2 Kajian konseptual	13
2.2.1 Media Sosial	13
2.2.2 Instagram	15
2.2.3 Strategi	20
2.2.4 <i>Brand Image</i>	20
2.2.5 Strategi branding	23
2.2.6 Definisi Pariwisata	25
2.2.7 Pantai Glorymelur	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Obyek Penelitian	46
3.3 Subyek Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Observasi	46
3.4.2 Studi literatur	47
3.4.3 Dokumentasi	47
3.5 Metode Analisis	48

3.5.1 Reduksi data.....	48
3.5.2 Penyajian Data	49
3.5.3 Penarikan Kesimpulan	49
3.6 Uji Kredibilitas Data.....	50
3.7 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	51
3.7.1 Lokasi Penelitian	51
3.7.2 Jadwal penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil objek penelitian.....	53
4.1.1 Profil Pantai Glory Melur	53
4.1.2 Akun Instagram Pantai Glory Melur	53
4.1.3 Data Penelitian.....	54
4.1.4 Aktivitas Pengunjung	55
4.1.5 Event	60
4.1.6 Info lowongan kerja.....	64
4.1.7 Keindahan atau pemandangan pantai	67
4.1.8 Poster	71
4.1.9 Promo.....	74
4.1.10Ucapan Hari Besar	77
4.1.11Logo Glory Melur	82
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 Pemanfaatan Instagram Pantai Glory Melur.....	84
4.2.2 Strategi Peningkatan <i>Brand Image</i> Pantai Glory Melur Melalui Instagram.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 SIMPULAN.....	91
5.2 SARAN.....	91
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 4. Hasil Turnitin	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pantai Nihiwatu, Sumba barat, NTT.....	2
Gambar 1. 2 Pantai Glory Melur, Batam.....	3
Gambar 1. 3 Akun @GloryMelur.....	4
Gambar 1. 4 @GloryMelur.2023	4
Gambar 1. 5 @GloryMelur.2023	5
Gambar 2. 1 Pantai Glory Melur, Batam.....	26
Gambar 2. 2 Kerangka konseptual	44
Gambar 3. 1 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model).....	50
Gambar 3. 2 Triagulasi Waktu	51
Gambar 4. 1 Logo Pantai Glory Melur.....	54
Gambar 4. 2 Foto Profil akun Instagram Pantai Glory Melur	54
Gambar 4. 3 Postingan @GloryMelur.....	55
Gambar 4. 4 Postingan @GloryMelur.....	55
Gambar 4. 5 Postingan @GloryMelur.....	56
Gambar 4. 6 Postingan @GloryMelur.....	57
Gambar 4. 7 Postingan @GloryMelur.....	58
Gambar 4. 8 Postingan @GloryMelur.....	58
Gambar 4. 9 Postingan @GloryMelur.....	59
Gambar 4. 10 Postingan @GloryMelur.....	60
Gambar 4. 11 Postingan @GloryMelur.....	61
Gambar 4. 12 Postingan @GloryMelur.....	62
Gambar 4. 13 Postingan @GloryMelur.....	63
Gambar 4. 14 Postingan @GloryMelur.....	63
Gambar 4. 15 Postingan @GloryMelur.....	64
Gambar 4. 16 Postingan @GloryMelur.....	64
Gambar 4. 17 Postingan @GloryMelur.....	65
Gambar 4. 18 Postingan @GloryMelur.....	65
Gambar 4. 19 Postingan @GloryMelur.....	66
Gambar 4. 20 Postingan @GloryMelur.....	67
Gambar 4. 21 Postingan @GloryMelur.....	67
Gambar 4. 22 Postingan @GloryMelur.....	68
Gambar 4. 23 Postingan @GloryMelur.....	69
Gambar 4. 24 Postingan @GloryMelur.....	70
Gambar 4. 25 Postingan @GloryMelur.....	70
Gambar 4. 26 Postingan @GloryMelur.....	71
Gambar 4. 27 Postingan @GloryMelur.....	72
Gambar 4. 28 Postingan @GloryMelur.....	72

Gambar 4. 29 Postingan @GloryMelur.....	73
Gambar 4. 30 Postingan @GloryMelur.....	74
Gambar 4. 31 Postingan @GloryMelur.....	75
Gambar 4. 32 Postingan @GloryMelur.....	75
Gambar 4. 33 Postingan @GloryMelur.....	76
Gambar 4. 34 Postingan @GloryMelur.....	77
Gambar 4. 35 Postingan @GloryMelur.....	78
Gambar 4. 36 Postingan @GloryMelur.....	78
Gambar 4. 37 Postingan @GloryMelur.....	79
Gambar 4. 38 Postingan @GloryMelur.....	80
Gambar 4. 39 Postingan @GloryMelur.....	80
Gambar 4. 40 Postingan @GloryMelur.....	81
Gambar 4. 41 Postingan @GloryMelur.....	82
Gambar 4. 42 Postingan @GloryMelur.....	82
Gambar 4. 43 Postingan @GloryMelur.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 <i>State Of The art</i> Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Tabel Observasi.....	47
Tabel 3. 2 Penyajian Data.....	49
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	52