

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM  
@BATAMPROMOTION DALAM MEMBANGUN  
CITRA PARIWISATA KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Yomi Shela Raihan Lubis  
181110034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM  
@BATAMPROMOTION DALAM MEMBANGUN  
CITRA PARIWISATA KOTA BATAM**

**SKRIPSI**  
**Untuk memenuhi salah satu syarat**  
**Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh**  
**Yomi Shela Raihan Lubis**  
**181110034**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS PUTERA BATAM**  
**TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yomi Shela Raihan Lubis  
NPM : 181110034  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **Analisis Konten Instagram @Batampromotion Dalam Membangun Citra Pariwisata Kota Batam**

Adalah hasil karya saya 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 didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan berupa unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Juli 2023



**Yomi Shela Raihan Lubis**  
181110034

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM  
@BATAMPROMOTION DALAM MEMBANGUN  
CITRA PARIWISATA KOTA BATAM**

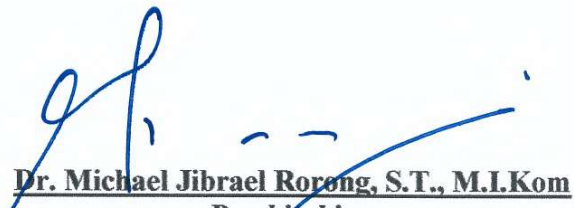
**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Yomi Shela Raihan Lubis  
181110034**

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

**Batam, 28 Juli 2023**

  
**Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom**  
**Pembimbing**

## ABSTRAK

Batam Promotion merupakan salah satu media informasi promosi Kota Batam dalam media sosial Instagram yang telah dipercaya oleh publik mengenai produk seperti pariwisata, properti, otomotif, kuliner, dan lain-lain yang ada di Kota Batam. @batampromotion cukup aktif dalam memperbarui konten di Instagram sehingga pengguna Instagram tertarik untuk mengikuti akun @batampromotion yang memanfaatkan fitur yang tersedia. @batampromotion memiliki karakter dan pembawaan dalam penyampaian pesan-pesan promosi yang menarik, kreatifitas yang sangat penting dalam pembuatan sebuah konten promosi. Hal itu yang dapat diminati oleh publik dan menjadikan akun Instagram @batampromotion sebagai akun publik yang dipercaya dalam memberikan informasi seputar Kota Batam. @batampromotion salah satu akun yang dipandang memiliki profil menonjol di media sosial Instagram khususnya Kota Batam sebagai *content creator* yang menciptakan hal yang menarik publik sesuai dengan topik yang sedang tren. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis konten Instagram @batampromotion dalam membangun citra pariwisata Kota Batam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif pendekatan analisis isi dengan objek penelitian adalah konten-konten yang terdapat pada Instagram @batampromotion. Penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan konten Instagram @batampromotion dalam membangun citra pariwisata Kota Batam dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi pada Instagram @batampromotion, serta dokumen, catatan, buku-buku ilmiah dan hasil penulisan yang relevan sebagai data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dengan menggunakan uji kredibilitas data, uji *transferability*, uji *confirmability*. Dari hasil penelitian yang dilakukan, Instagram @batampromotion menggunakan strategi komunikasi melalui *New Media* Instagram dengan memfokuskan pada kualitas dari sebuah konten yang menarik dan pembawaan komunikasi yang santai sehingga mudah untuk dipahami oleh pengikut dan/atau pengguna Instagram lainnya terdapatnya citra yang dibangun melalui konten Instagram @batampromotion, Kota Batam dideskripsikan sebagai kota pariwisata yang berfokuskan kepada tempat-tempat hiburan. Bentuk komunikasi yang digunakan komunikasi verbal yang mana dapat memudahkan bagi pengikutnya dalam menerima informasi lebih detail dengan ditambahkan penjelasan menggunakan teks pada konten.

Kata Kunci: Citra; Instagram; Konten; Kota Batam; New Media.

## **ABSTRACT**

*Batam Promotion is one of the promotional information media for Batam on Instagram social media which has been trusted by the public regarding products such as tourism, property, automotive, culinary, and others in Batam. @batampromotion is quite active in updating content on Instagram so that Instagram users are interested in following the @batampromotion account which takes advantage of the available features. @batampromotion has character and personality in delivering interesting promotional messages, creativity which is very important in creating promotional content. This is what the public is interested in and makes the Instagram account @batampromotion a trusted public account in providing information about Batam. @batampromotion is one of the accounts that is seen as having a prominent profile on Instagram social media, especially Batam as a content creator who creates things that interest the public according to trending topics. The purpose of this research is to find out how Instagram @batampromotion content analysis builds the tourism image of Batam. This research is a qualitative research using a descriptive method of content analysis approach with the object of research being content on Instagram @batampromotion. This research intends to describe the content of Instagram @batampromotion in building the tourism image of Batam by using primary data obtained from interviews and observations on Instagram @batampromotion, as well as documents, notes, scientific books and relevant written results as secondary data. In this research using the method of analysis of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. By using the data credibility test, transferability test, confirmability test. The results of the research conducted, Instagram @batampromotion uses a communication strategy through New Media Instagram by focusing on the quality of an interesting content and a relaxed manner of communication so that it is easily to be understood by followers and/or other Instagram's users. There is an image that is built through Instagram content @ batampromotion, Batam is described as a tourism city that focuses on entertainment places. The form of communication used is verbal communication which makes it easier for followers to receive more detailed information by adding textual explanations to the content.*

*Keyword: Batam; Content; Instagram; Image; New Media.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kehadiran Allah SWT, telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan 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 aka 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 Dr. 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, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si;
4. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang Tua saya yang telah mendukung dan mendoakan;
7. Rekan saya Tengku Rezky Rachmadhany dan Zavira Husna, Bella Angelina, Nenti Siti Patimah, dan Sonia Arningsih Effendi;
8. Dani Alamsyahri selaku Founder Instagram @batampromotion sebagai informan penting pada penelitian ini;
9. Staff dan rekan kerja di PT Lautan Lestari Shipyard dan PT Galangan Lautan Lestari Niaga;
10. *My beloved friend Juli, Ang, and Jen for the fully-supported;*
11. *Last but not least, myself for survive all the things happened.*

Semoga Allah Swt. membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 Juli 2023



Yomi Shela Raihan Lubis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Kajian Teoritis.....	14
2.1.1 Teori <i>New Media</i> .....	14
2.1.2 Kajian Konseptual .....	18
2.1.2.1 Citra Destinasi .....	18
2.1.2.2 Citra Kota .....	19
2.1.2.3 Pariwisata .....	23
2.1.2.4 Media Sosial .....	24
2.1.2.5 Instagram .....	27
2.1.2.6 Analisis Isi.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Kerangka Konseptual .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Obyek Penelitian .....	50
3.3 Subyek Penelitian .....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5 Metode Analisis.....	52
3.6 Uji Kredibilitas Data .....	55
3.6.1 Uji <i>Credibility</i> .....	56
3.6.2 Uji <i>Transferability</i> .....	57
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	59
4.1 Profil Obyek Penelitian .....	59
4.1.1 Profil Instagram @batampromotion.....	59



4.2	Hasil Penelitian .....	60
4.2.1	Profil Akun Instagram @batampromotion.....	60
4.2.2	Pengikut Akun Instagram @batampromotion.....	62
4.2.3	Konten Akun Instagram @batampromotion .....	63
4.2.4	Warna dan Desain Akun Instagram @batampromotion .....	67
4.2.5	Fokus dan Strategi Akun Instagram @batampromotion .....	69
4.3	Pembahasan .....	69
4.3.1	Strategi Komunikasi Instagram @Batampromotion Dalam Membangun Citra Pariwisata Kota Batam .....	69
4.3.2	Bentuk Komunikasi Pada Instagram @Batampromotion Dalam Membangun Citra Pariwisata Kota Batam.....	73
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		79
5.1	Simpulan.....	79
5.2	Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		81
<b>LAMPIRAN</b> .....		85
Lampiran 1.	Pendukung Penelitian.....	85
Lampiran 2.	Daftar Riwayat Hidup .....	98
Lampiran 3.	Surat Keterangan Penelitian.....	99

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

<b>Gambar 1.1</b> Akun Instagram @batampromotion .....	1
<b>Gambar 1.2</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2017 .....	3
<b>Gambar 1.3</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2018 .....	3
<b>Gambar 1.4</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2019 .....	4
<b>Gambar 1.5</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2020 .....	4
<b>Gambar 1.6</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2021 .....	5
<b>Gambar 1.7</b> Kumpulan Konten Instagram @batampromotion Tahun 2022 .....	5
<b>Gambar 2.1</b> City Branding Hexagon .....	23
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Konseptual.....	48
<b>Gambar 3.1</b> Desain Penelitian .....	49
<b>Gambar 3.2</b> Komponen dalam Analisis Data (interactive model).....	54
<b>Gambar 3.3</b> Triangulasi Data .....	56
<b>Gambar 4.1</b> Profil Instagram @batampromotion .....	59
<b>Gambar 4.2</b> Profil Instagram @batampromotion .....	60
<b>Gambar 4.3</b> Sorotan Instagram @batampromotion.....	61
<b>Gambar 4.4</b> Sematan unggahan Instagram @batampromotion.....	62
<b>Gambar 4.5</b> Jumlah pengikut Instagram @batampromotion 2022.....	62
<b>Gambar 4.6</b> Jumlah pengikut Instagram @batampromotion pertengahan tahun 2023 .....	62
<b>Gambar 4.7</b> Konten Destinasi Instagram @batampromotion .....	63
<b>Gambar 4.8</b> Konten Kuliner Instagram @batampromotion .....	63
<b>Gambar 4.9</b> Konten Event Instagram @batampromotion .....	64
<b>Gambar 4.10</b> Konten Otomotif Instagram @batampromotion.....	64
<b>Gambar 4.11</b> Konten Fashion Instagram @batampromotion.....	64
<b>Gambar 4.12</b> Konten Wisata Instagram @batampromotion .....	65
<b>Gambar 4.13</b> Konten Atraksi Instagram @batampromotion.....	65
<b>Gambar 4.14</b> Konten Promosi Instagram @batampromotion .....	65
<b>Gambar 4.15</b> Konten Elektronik Instagram @batampromotion.....	66
<b>Gambar 4.16</b> Warna pada <i>Feed</i> Instagram @batampromotion .....	68
<b>Gambar 4.17</b> Unggahan Instagram @batampromotion.....	71
<b>Gambar 4.18</b> Unggahan Instagram @batampromotion.....	72
<b>Gambar 4.19</b> <i>Caption</i> Instagram @batampromotion .....	75
<b>Gambar 4.20</b> Teks halaman depan unggahan Instagram @batampromotion.....	76
<b>Gambar 4.21</b> <i>Cover Text</i> unggahan Instagram @batampromotion .....	77
<b>Gambar 4.22</b> Tanggapan komentar pada konten Instagram @batampromotion...	77
<b>Gambar 4.23</b> Konten dan komentar konten Instagram @batampromotion.....	78

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	43
<b>Tabel 3.1</b> Pedoman Observasi .....	51
<b>Tabel 3.2</b> Jadwal Penelitian.....	57