



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA INSTAGRAM
@BERAU_ASIK DALAM UPAYA MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA DI KABUPATEN BERAU KALIMANTAN
TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh :

Galih Rama Hartawan
NIM. 04040520113

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2024**

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Galih Rama Hartawan

NIM : 04040520113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA INSTAGRAM @BERAU_ASIK DALAM UPAYA MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN BERAU KALIMANTAN TIMUR** adalah benar merupakan karya saya sendiri, hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut, diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam karya pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya 2 Oktober 2024

Yang



Galih Rama Hartawan

NIM. 04040520113

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Galih Rama Hartawan
NIM : 04040520113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pengelola
Instagram @berau_asik dalam Upaya
Mempromosikan Pariwisata di
Kabupaten Berau Kalimantan Timur

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 26 Juni 2024
Menyetujui
Pembimbing



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

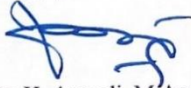
PENGESAHAN TIM PENGUJI

STRATEGI KOMUNIKASI IPENGELOLA
INSTAGRAM @BERAU_ASIK DALAM UPAYA
MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN
BERAU KALIMANTAN TIMUR

Disusun Oleh
Galih Rama Hartawan
04040520113

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu

Penguji I



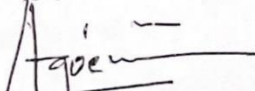
Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag.
NIP. 196004121994031001

Penguji II



Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji III



Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji IV



Ariza Qurrata A'yun, M.Med. Kom
NIP. 199205202012012002

Surabaya 26 Juni 2024

Dekan



Dr. Moch. Chozidul Arif, S.Ag., M.Fil.I.

NIP. 1961071998031001

iii



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Galih Rama Hartawan
NIM : 04040520113
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : galihhartawan1711@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @berau_asik Dalam Upaya Mempromosikan

Pariwisata Di Kabupaten Berau Kalimantan Timur

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 september 2024

Penulis

Galih Rama Hartawan
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Galih Rama Hartawan, 04040520113, 2024

Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @berau_asik
Dalam Upaya Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten
Berau Kalimantan Timur.

Instagram @berau_asik adalah akun Instagram yang berisi tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Berau Kalimantan Timur, sebagai media untuk berkomunikasi yang sudah populer di semua kalangan, untuk dapat memberikan pesan secara efektif diperlukan strategi komunikasi yang harus dilakukan. Strategi didefinisikan sebagai salah satu bagian dari merencanakan suatu rencana yang menghasilkan suatu output. Sedangkan komunikasi di definisikan sebagai proses penyampaian informasi, ide, gagasan menggunakan sebuah media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Instagram @berau_asik digunakan sebagai media strategi komunikasi dalam upaya mempromosikan pariwisata di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif, yang mana dilakukan melalui wawancara kepada salah satu narasumber dari pengelola Instagram @berau_asik. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram @berau_asik berfungsi sebagai sarana komunikasi dengan menggunakan teori dari Anwar Arifin (1994) yaitu mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi, sehingga Instagram @berau_asik dapat menjadi salah satu media promosi wisata di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, Instagram, Promosi, Pariwisata

ABSTRACT

Galih Rama Hartawan, 04040520113, 2024

Communication Strategy for Instagram Manager @berau_asik
in Efforts to Promote Tourism in Berau Regency, East
Kalimantan.

Instagram @berau_asik is an Instagram account that contains tourism in Berau Regency, East Kalimantan. As a medium for communication that is popular in all circles, to be able to convey messages effectively, a communication strategy must be implemented. Strategy is defined as one part of planning a plan that produces an output. Meanwhile, communication is defined as the process of conveying information, ideas, ideas using a medium. The purpose of this research is to find out how Instagram @berau_asik is used as a communication strategy media in an effort to promote tourism in Berau Regency, East Kalimantan. The method used in this research is descriptive qualitative, which was carried out through interviews with one of the sources from the Instagram manager @berau_asik. The results of this research show that Instagram @berau_asik functions as a means of communication using the theory of Anwar Arifin (1994), namely knowing the audience, determining the message, determining methods, and selecting communication media, so that Instagram @berau_asik can become one of the tourism promotion media in the Regency. Berau, East Kalimantan.

Keywords: Communication strategy, Instagram, Promotion, Tourism

خلاصة

2024، 04040520113، حرتاوان راما غاليه

السياحة لتعزيز المبدولة الجهود إطار في Instagram لمدير التواصل استراتيجية كاليمانتان شرق، بيراو منطقة في

السياحة على يحتوي Instagram على حساب هو @berau_asik Instagram كبيرة شعبية تحظى للتواصل كوسيلة، كاليمانتان شرق، Berau Regency في استراتيجية تنفيذ يجب، فعال بشكل الرسائل نقل من تتمكن لكي، الدوائر جميع في تنتج التي الخطة تخطيط من جزء على الإستراتيجية تعريف يتم. اتصال المعلومات نقل عملية أنه على الاتصال تعريف يتم، نفسه الوقت وفي. مخرجات استخدام كيفية معرفة هو البحث هذا من الغرض. وسيلة باستخدام والأفكار والأفكار محاولة في الاتصال لاستراتيجية إعلامية كوسيلة Instagramberau_asik في المستخدمة الطريقة. كاليمانتان شرق، Berau Regency في للسياحة للترويج مع مقابلات خلال من إجراؤها تم والتي، النوعية الوصفية الطريقة هي البحث هذا أن البحث هذا نتائج تظهر. Instagram @berau_asik مدير من المصادر أحد عارفين أنور نظرية باستخدام للتواصل كوسيلة يعمل @berau_asik إنستغرام وسائل واختيار الأساليب وتحديد الرسالة وتحديد الجمهور معرفة وهي (1994) الإعلام وسائل إحدى @berau_asik إنستغرام يصبح أن يمكن بحيث، الاتصال الشرقية كاليمانتان، بيراو منطقة في السياحة الترويجية

السياحة، الترويج، الإنستغرام، الاتصال استراتيجية: المفتاحية الكلمات

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
خلاصة	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	6
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
A. Kajian Perspektif Teoretik	11
B. Perspektif Dakwah Islam	16

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	18
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	24
B. Objek Penelitian.....	25
C. Jenis dan Sumber Data	25
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Teknik Analisa Data	29
F. Teknik Validitas Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	31
B. Penyajian Data.....	33
C. Analisis Data	49
1. Perspektif Teoretik	49
2. Dakwah Perspektif Islam	58
BAB V.....	61
PENUTUP.....	61
A. Simpulan.....	62
B. Saran dan Rekomendasi	62
C. Keterbatasan Peneliti.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69
BIOGRAFI PENELITI	78

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, N. E. K., Peran teknologi informasi dan komunikasi dalam bisnis. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(1) (2021), 8-15.
- Andiwi Meifilina, 'instagram reels sebagai media self disclosure mahasiswa'.
- Nugroho, T. A., & Azzahra, F. C, Pemanfaatan instagram sebagai media promosi social commerce usaha bro. Do. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1) (2022), 136-149.
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R., Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun@kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3) (2021), 279-290.
- Yulianto, U. H, Dampak Penerapan Sosial CRM dan Peran Instagram sebagai Alat Promosi Pariwisata (Jawa Timur Park3). *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2) (2023), 2230-2241.
- Junawan, H., & Laugu, N, Eksistensi media sosial, Youtube, Instagram dan WhatsApp ditengah pandemi covid-19 dikalangan masyarakat virtual Indonesia. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 41-57 (2020).

- Yuliani, *Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kominfo (Disbupdar) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Pampang Kota Samarinda*. (2013)
- Desia, A, ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI@ dkv. budiluhur. *Kartala Visual Studies*, 2(1) (2023), 1-18.
- Indika, D. R., & Jovita, C, Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01) (2017)., 25-32.
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B, Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online “OM-JEK” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2) (2017).
- Yusup, M., & SUTOPO, S, *Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro) (2011).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R, Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1) (2019), 71-80.
- Ramadan, A., & Fatchiya, A, Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk" Rendang Uninam". *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1) (2021), 64-84.

- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L., Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *BARIK-Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 4(3) (2023), 141-151.
- Gumilar, G, Pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi oleh pengelola industri kreatif fashion di kota Bandung. *JIPSI-Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi UNIKOM*, 5(2) (2016).
- Feroza, C. S. B., & Misnawati, D, Penggunaan media sosial instagram pada akun@ yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1) (2020), 32-41.
- Kurmia, N, Perkembangan teknologi komunikasi dan media baru: Implikasi terhadap teori komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2) (2005), 291-296.
- Karim, S, Pembangunan Pariwisata dalam perspektif islam. *Jurnal Tajdid*, 16(1) (2013). 117-126.
- Putra, I. B. W. D, Instagram Sebagai Media Promosi Happiness Jungle Di Masa Pandemi. In *Sandi: Seminar Nasional Desain* (Vol. 1, pp. 193-199) (2021, February)
- Girsang, D., & Sipayung, N. L, Peran Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata bukit indah simarjarunjung Kabupaten Simalungun (pasca pandemi covid-19). *Jurnal Darma Agung*, 29(3) (2021). 416-428.”
- Nainggolan, Y., Zaini, M., & Althalets, F, Penggunaan Media Sosial Instagram untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 dalam (2018)

Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R, Pengelolaan media sosial sebagai strategi digital marketing pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1) (2019). 76-83.

Suryadana, M. Liga & Octavia, Vanny. 2015. *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung : Alfabeta.

Sumasno Hadi, "Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi".

Arifin, A. N., Poerana, A. F., & Kusumaningrum, R, Strategi Komunikasi dalam Proses Promosi Penyaluran Kerja pada SMK Mitra Industri MM2100. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2) (2021), 139-148.

Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif komunikasi pemasaran produk polycrol forte melalui akun instagram@ahliyaobatmaag). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(1), 23-38.

Kurniawan, A., & Witarti, D. I. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram@PARIWISATANGAWI Sebagai Media Informasi Pariwisata Di Kabupaten Ngawi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 23(2), 69-73.

Nafi, Z. M. I. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Banjarnegara Melalui

Instagram Dalam Menarik Wisatawan. *JURNAL KOMUNITAS*, 9(2), 1-9.

- Maulana, A. N. (2021). *Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram@ Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata Di Wilayah Iii Cirebon* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Selviana, E. (2019). *strategi komunikasi dinas pariwisata ponorogo dalam mempromosikan program tahun wisata 2019* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Utama, M. A. W., & Novita, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran TIC Kota Bandung sebagai Sarana Informasi Pariwisata di Instagram. *Jurnal Riset Public Relations*, 3(1).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A