

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @JAKARTA\_TOURISM DALAM  
MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi



**BAGAS RAMADHANDY ARIPUTRA  
1161003284**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar

Nama : Bagas Ramadhandy Ariputra

NIM : 1161003284

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Bagas Ramadhandy Ariputra  
NIM : 1161003284  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Pemanfaatan Instagram @*Jakarta\_Tourism* dalam  
Mempromosikan Potensi Wisata Jakarta

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### Dewan Penguji

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D (  )

Penguji I : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si, Dr. (  )

Penguji II : Algooth Putranto, Sp. Mikom (  )

Ditetapkan di : Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal : 30 September 2020

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagas Ramadhandy Ariputra  
NIM : 1161003284  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*non-exclusive royalty-fee rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **“PEMANFAATAN INSTAGRAM @JAKARTA\_TOURISM DALAM MEMPROMOSIKAN DESTINASI WISATA JAKARTA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mngelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 September 2020

Yang menyatakan,



(Bagas Ramadhandy Ariputra)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat atas karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @Jakarta\_Tourism dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Jakarta” ini dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan dari penelitian Tugas Akhir Skripsi ini adalah sebagai syarat pelengkap akademis untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Peminatan Jurnalistik dan Media Massa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Peneliti menyadari bahwasanya selama proses penyusunan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini tidak sedikit peneliti mengalami berbagai kendala. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan dukungan dan semangat serta dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, peneliti mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya serta nikmat sehat. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir Skripsi dengan sebaik-baiknya serta tepat pada waktunya.

2. Kedua Orang Tua

Terima kasih kepada Bapak dan Ibu sebagai kedua orang tua tercinta yang sangat suportif untuk mendukung apa yang telah dicita-citakan oleh peneliti dengan selalu memberi semangat, doa, dan kekuatan serta dukungan agar peneliti segera menyelesaikan proses perkuliahan dengan tepat pada waktunya.

3. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph.D, selaku Dosen Pembimbingan Tugas Akhir yang telah sabar memberi banyak waktu, dukungan, semangat, nasehat serta memberi bimbingan sebaik-baiknya kepada peneliti untuk segera menyelesaikan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si, selaku Dosen Penguji Seminar Proposal peneliti yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam melengkapi kekurangan pada Tugas Akhir Skripsi ini.
5. Miss Ari Kurnia, Mas Sabil Huda, Mas Algooth, Mba Anastasya Andriarti, Mba Ratna Puspita, Mas Mbonk, dan Mas Heru selaku dosen peminatan Jurnalistik yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat berguna selama perkuliahan serta dukungannya.
6. Arnit Yapranat Sari selaku Admin dari Instagram *@Jakarta\_Tourism* yang telah mau meluangkan waktunya serta memberikan keterangan berupa informasi sebagai bahan dari penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Mas Nanda, Mba Anggita, Mba Firza, Mas Syahrul, dan Mba Anggi Monica selaku informan narasumber dari penelitian ini yang telah mau meluangkan waktunya untuk memberikan keterangan berupa informasi sebagai bahan dari penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
8. Ajeng Priskylla Anggita, yang telah memberikan semangat dan dukungan sejak awal peneliti mulai menulis penelitian Tugas Akhir Skripsi ini hingga terselesaikannya.

9. Seluruh Teman-Teman Peneliti

Terima kasih peneliti ucapkan kepada seluruh angkatan Ilmu Komunikasi Univ. Bakrie 2016 atas dukungan dan menjadi penyemangat peneliti dalam mengerjakan penelitian Tugas Akhir Skripsi dari awal hingga selesai. Terima kasih kepada teman-teman pos, teman-teman SMA, dan SMP serta teman media sosial peneliti.

Jakarta, 28 Juli 2020

Peneliti

Bagas Ramadhandy Ariputra

Pemanfaatan Instagram @*Jakarta\_Tourism* dalam  
Mempromosikan Destinasi Potensi Wisata

Bagas Ramadhandy Ariputra

---

**ABSTRAK**

Pemanfaatan Instagram @*Jakarta\_Tourism* merupakan salah satu cara untuk melakukan kegiatan promosi terhadap potensi wisata di suatu daerah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas khalayak dalam memilih suatu informasi yang dibutuhkan, dengan empat aspek aktivitas khalayak dari teori *Uses and Gratification* Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch yang terdiri dari *Utility, Intentionality, Selectivity, dan Imperviousness to influence*. Data penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan didukung studi pustaka serta dokumentasi kolom pada Instagram @*Jakarta\_Tourism*. Hasil penelitian berdasarkan kelima informan sebagai pengikut Instagram @*Jakarta\_Tourism* menunjukkan, jenis aktivitas khalayak sebagai konsumen media dalam teori *Uses and Gratification* tersebut telah menjawab bahwasanya Instagram @*Jakarta\_Tourism* memberikan manfaat kegunaan dalam menyampaikan sebuah informasi mengenai potensi wisata di Kota Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan adanya respon kepuasan serta ketertarikan para pengikut yang menjadikan akun tersebut sebagai pilihan tempat untuk mencari kebutuhan informasi yang sesuai dengan minat maupun preferensi khalayak dalam akun Instagram @*Jakarta\_Tourism*.

**Kata Kunci:** Instagram, Aktivitas Khalayak, Media Sosial, Kota Jakarta.



Pemanfaatan Instagram @*Jakarta\_Tourism* dalam  
Mempromosikan Destinasi Potensi Wisata

Bagas Ramadhandy Ariputra

---

**ABSTRACT**

The use of Instagram @*Jakarta\_Tourism* is a way to promote tourism potential in an area. This study uses qualitative research methods with the aim of knowing how audience activity is in selecting the information needed, with four aspects of audience activity from the theory of Uses and Gratification by Elihu Katz, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch which consists of Utility, Intentionality, Selectivity, and Imperviousness to influence. This research data was collected through in-depth interviews supported by literature studies and column documentation on Instagram @*Jakarta\_Tourism*. The results of the research based on the five informants as followers of Instagram @*Jakarta\_Tourism* show that the type of audience activity as media consumers in the Uses and Gratification theory has answered that Instagram @*Jakarta\_Tourism* provides useful benefits in conveying information about tourism potential in the city of Jakarta. This is evidenced by the satisfaction and interest response of followers who make this account the choice of place to find information needs that match the interests and preferences of the audience in the @*Jakarta\_Tourism* Instagram account.

**Keywords:** Instagram, Audience Activity, Social Media, City of Jakarta.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| KATA PENGANTAR.....  | iv   |
| ABSTRAK .....  | vii  |
| ABSTRACT .....   | viii |
| DAFTAR ISI .....   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xii  |
| DAFTAR TABEL .....   | xiii |
| BAB I .....  | 1    |
| PENDAHULUAN.....   | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                   | 8    |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....                                 | 8    |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                | 8    |
| 1.4.1    Manfaat Teoritis .....                                | 8    |
| 1.4.2    Manfaat Praktis.....                                  | 9    |
| BAB II .....   | 10   |
| KERANGKA TEORITIS .....  | 10   |
| 2.1    Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....     | 10   |
| 2.2    Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran..... | 22   |
| 2.2.1 <i>Teori Uses and Gratification</i> .....                | 22   |
| 2.2.2 <i>New Media</i> .....                                   | 25   |
| 2.2.3    Instagram.....  | 26   |
| 2.2.4    Komunikasi Pariwisata dengan Media Sosial .....       | 28   |
| 2.2.5    Potensi Wisata .....                                  | 30   |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                                | 31   |
| BAB III .....  | 33   |
| METODE PENELITIAN .....  | 33   |
| 3.1    Metode Penelitian .....                                 | 33   |

|                                       |   |    |
|---------------------------------------|---|----|
| 3.2                                   | Objek Penelitian .....  | 34 |
| 3.3                                   | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....  | 35 |
| 3.3.1                                 | Sumber Data .....   | 35 |
| 3.4                                   | Teknik Pengumpulan Data .....   | 35 |
| 3.5                                   | Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....   | 37 |
| 3.6                                   | Teknik Analisis Data .....  | 38 |
| 3.7                                   | Teknik Pengujian Keabsahan Data.....  | 39 |
| 3.8                                   | Keterbatasan Penelitian.....  | 40 |
| BAB IV.....                           |   | 41 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... |   | 41 |
| 4.1                                   | Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 41 |
| 4.1.1                                 | Gambaran Umum Kota Jakarta.....   | 41 |
| 4.1.2                                 | Gambaran Umum Instagram @Jakarta_Tourism .....  | 43 |
| 4.1.3                                 | Profil Informan.....  | 47 |
| 4.2                                   | Hasil Penelitian .....  | 48 |
| 4.2.1                                 | Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism .....  | 49 |
| 4.2.2                                 | Alasan dan Tujuan Memilih Instagram @Jakarta_Tourism .....  | 51 |
| 4.2.3                                 | Prosedur Pemilihan Informasi Pariwisata dalam Instagram @Jakarta_Tourism  | 54 |
| 4.2.4                                 | Kepuasan Khalayak Terhadap Penyajian Instagram @Jakarta_Tourism .....   | 55 |
| 4.2.5                                 | Tindak Lanjut Setelah Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism.....   | 58 |
| 4.3                                   | Pembahasan .....  | 60 |
| 4.3.1                                 | <i>Utility</i> Pada Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism dalam Memberikan Informasi Mengenai Destinasi Wisata.....                      | 61 |
| 4.3.2                                 | <i>Intentionality</i> Pada Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism dalam Memberikan Informasi Mengenai Destinasi Wisata .....              | 62 |
| 4.3.3                                 | <i>Selectivity</i> Pada Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism dalam Memberikan Informasi Mengenai Destinasi Wisata.....                  | 64 |
| 4.3.4                                 | <i>Imperviousness to Influence</i> Pada Pemanfaatan Instagram @Jakarta_Tourism dalam Memberikan Informasi Mengenai Destinasi Wisata ..... | 67 |
| 4.3.5                                 | Implikasi Penelitian .....  | 73 |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| BAB V.....                    | 78 |
| KESIMPULAN.....               | 78 |
| 5.1    Kesimpulan.....        | 78 |
| 5.2    Saran .....            | 80 |
| 5.2.1    Saran Akademis ..... | 80 |
| 5.2.2    Saran Praktis.....   | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA .....          | 82 |
| LAMPIRAN .....                | 84 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Pengguna Instagram di Indonesia.....   | 3  |
| Gambar 1.2 Profil Instagram @Jakarta_Tourism.....                                       | 5  |
| Gambar 1.3 Unggahan Akun @Jakarta_Tourism.....  | 6  |
| Gambar 1.4 Fitur <i>Stories</i> dan <i>Instagram TV</i> Pada Akun @Jakarta_Tourism..... | 7  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....   | 32 |
| Gambar 4.1 Gambaran Kota Jakarta.....   | 42 |
| Gambar 4.2 Akun Instagram @Jakarta_Tourism.....   | 44 |
| Gambar 4.3 Instagram <i>Insight Audience</i> @Jakarta_Tourism.....                      | 45 |
| Gambar 4.4 Kolom Komentar Instagram @Jakarta_Tourism.....                               | 46 |
| Gambar 4.5 Informan Admin Instagram @Jakarta_Tourism.....                               | 47 |
| Gambar 4.6 Unggahan Foto Instagram @Jakarta_Tourism.....                                | 65 |
| Gambar 4.7 Unggahan Foto Instagram @Jakarta_Tourism.....                                | 66 |
| Gambar 4.8 Pesan Langsung Instagram @Jakarta_Tourism.....                               | 72 |

**DAFTAR TABEL**

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....  | 16 |
| Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....                     | 37 |
| Tabel 4.1 Aktivitas Khalayak Berdasarkan Teori <i>Uses and Gratification</i> ..... | 74 |