

**ANALISIS PROMOSI PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
OLEH DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA KABUPATEN
KUNINGAN DI ERA *NEW NORMAL***

(Studi Etnografi Komunikasi pada @disporapar_kuningan)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

PUJA DWI AULYA

1171003150

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA


2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Puja Dwi Aulya

NIM : 1171003150

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 April 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Puja Dwi Aulya

NIM : 11711003150


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul : Analisis Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan di Era *New Normal* (Studi Etnografi Komunikasi pada @disporapar_kuningan)

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

Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. ()

Penguji 2 : Adrian Arditiar, M.I.Kom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 April 2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan di Era *New Normal* (Studi Etnografi Komunikasi pada @disporapar_kuningan)” ini dengan baik. Tujuan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie, Jakarta. Dalam pelaksanaan penelitian maupun proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan dukungan, semangat dan dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan yang dihadapi. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua

Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan untuk mamah dan papah yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan kesabaran dalam mendengarkan keluh kesah yang tiada hentinya pada saat proses penulis menjalani perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir dan mendapatkan gelar sarjana.

2. Kaka dan Adik

Terima kasih kepada kaka dan adik kandung penulis yang selalu memberikan semangat dengan cara menemani dan menghibur penulis pada saat memerlukan teman dirumah.

3. Tuti Widiastuti, M.Si, Dr.

Terima kasih kepada Ambo selaku dosen pembimbing Tugas Akhir penulis yang sangat baik dan sabar membimbing peneliti dari awal hingga saat ini, serta meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terimakasih kepada Ibu Suharyanti, M.S.M sebagai Kepala Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembina pada saat penulis mengikuti organisasi di kampus. Terima kasih kepada Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. sebagai pembahas seminar proposal hingga seminar Tugas Akhir yang telah memperbaiki dan memberikan arahan penulis untuk langkah-langkah selanjutnya. Terima kasih

kepada Pak Adrian Arditiar, M.I.Kom selaku penguji sidang akhir yang telah memberikan masukan sehingga hasil Tugas Akhir bisa dapat lebih maksimal. Terima kasih juga kepada Bu Dr. Vivid F. Argarini sebagai triangulator yang dengan baik meluangkan waktunya untuk wawancara dan memberikan motivasi untuk penulis dapat menyelesaikan penelitian. Terima kasih kepada seluruh dosen mata kuliah yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas ilmunya yang diberikan pada saat perkuliahan.

5. Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie

Terima kasih untuk seluruh Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie, Bagian Perpustakaan, Bagian Keuangan, petugas BAA, *cleaning service* serta satpam yang telah membantu penulis pada saat masih dalam proses perkuliahan. Terima kasih juga kepada mba Frieda yang sudah membantu memproses dan memberikan jadwal kepada penulis untuk melakukan seminar proposal hingga sidang Tugas Akhir.

6. Staff Bidang Pemasaran Dinas, Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Terima kasih kepada seluruh Staff Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan khususnya Kepala Dinas, Sekertaris Dinas, Kepala Bidang Pemasaran, Kepala Seksi Informasi Promosi dan Informasi Pariwisata yang telah memberikan pengarahan serta data-data yang dibutuhkan untuk keperluan penelitian penulis.

7. Teman Seperbimbingan

Terima kasih kepada Kak Elisa Hasian yang telah berjuang bersama dan menjadi teman *sharing* sekaligus memberikan masukan pada saat penyusunan Tugas Akhir Skripsi sehingga dapat selalu bersama dari mulai seminar proposal hingga sidang akhir.

8. Team Marketing Communication

Terima kasih kepada Syifa Avianti, Salsabila Dhana, Siti Maysaroh, Aldio Febriansyah, Rizky Falah, Wida Albashita dan Annisa Indriana selaku teman seperjuangan di peminatan *marketing communication* atas ketersediaan dalam mendengarkan keluh kesah, menemani, mendukung menyemangati, serta memberikan masukan-masukan dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir.

9. Team Jurnal

Terima kasih kepada Stefani Wijaya, Rizki Aulia Rahman, dan Pramulya Sadewa yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama perkuliahan khususnya pada saat mata kuliah lintas jurusan jurnalistik dan memberikan bantuan dalam mengerjakan tugas sehingga penulis dapat lulus dan menyelesaikan Tugas Akhir.

10. ALL & 8a1y

Terima kasih kepada teman-teman di rumah yaitu 8a1y (Gestha, Debby, Giska, Vina, Erika, Karina, Rina) dan ALL (Risma, Tiara, Gita, Rahmatunnisa, Frisca, Anggia, Valen) yang selalu menghibur penulis pada saat merasa jenuh, menemani, memberikan hadiah dan dukungan agar penulis tetap semangat dalam proses pengerjaan skripsi dari awal penulisan hingga saat ini sudah menyelesaikan sidang Tugas Akhir.

11. Muhammad Reza Dwimico Prana Bakkara

Terima kasih kepada Reza atas ketersediaan dan kesabaran dalam menemani, menyemangati, serta memberikan masukan-masukan atas keluh kesah yang penulis alami dari awal penulisan hingga saat ini.

12. Teman–Teman Ilmu Komunikasi 2017

Terima kasih untuk kalian yang selama ini telah memberikan informasi tentang perkuliahan, magang, informasi lainnya mendukung prasyarat akademik di Universitas Bakrie dan membantu penulis pada saat perkuliahan baik di kelas maupun diluar kelas.

Kuningan, 14 April 2021

Peneliti,



Puja Dwi Aulya

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puja Dwi Aulya

NIM : 1171003150

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PROMOSI PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM OLEH DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN
PARIWISATA KABUPATEN KUNINGAN DI ERA *NEW NORMAL***

(Studi Etnografi Komunikasi pada @disporapar_kuningan)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola 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 : 14 April 2021

Universitas Bakrie

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

(Puja Dwi Aulya)

**ANALISIS PROMOSI PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM OLEH DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA
KABUPATEN KUNINGAN DI ERA *NEW NORMAL* (Studi Etnografi
Komunikasi pada @disporapar_kuningan)**

PUJA DWI AULYA

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang terkena dampak penurunan ekonomi dari kemunculan pandemi COVID-19 yang mengharuskan seluruh masyarakat memulai kebiasaan baru (*new normal*). Oleh karena itu, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan sebagai instansi pemerintahan daerah yang bergerak di sektor pariwisata melalui akun media sosial Instagram @disporapar_kuningan melakukan promosi pariwisata sekaligus edukasi seputar penerapan protokol kesehatan agar kegiatan wisata dapat berjalan dengan aman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kegiatan promosi pariwisata oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan melalui akun media sosial Instagram @disporapar_kuningan di era *new normal* dengan menggunakan teori *Ethnography of Speaking* milik Dell Hymes (1972) khususnya pada sebelas konten video daya tarik wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode etnografi, dengan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku komunikatif dalam kegiatan promosi pariwisata pada konten daya tarik wisata secara umum sudah memenuhi delapan komponen unit-unit interaksi untuk menjadi peristiwa tutur, yaitu: *setting/scene*, *participants*, *ends*, *act sequence*, *keys*, *instrumentalities*, *norms of interaction*, dan *genre*. Namun, diperlukannya konsistensi dalam urutan bentuk isi pesan sehingga tujuan dilakukannya kegiatan promosi dapat mengubah pola pikir wisatawan yaitu Kabupaten Kuningan memiliki daya tarik wisata yang aman dikunjungi.

Kata kunci: *Ethnography of Speaking*, Instagram, *New normal*, Pariwisata, Promosi

**ANALISIS PROMOSI PARIWISATA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM OLEH DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA
KABUPATEN KUNINGAN DI ERA NEW NORMAL (Studi Etnografi
Komunikasi pada @disporapar_kuningan)**

PUJA DWI AULYA

ABSTRACT

Tourism is one of sectors that affected by the economic deflation from the COVID-19 pandemic which requires all people to start new habits (new normal). Therefore, Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan as a regional government agency engaged in the tourism sector through the Instagram account @disporapar_kuningan doing promotion and education the implementation of health protocols so the tourist activities can run safely. This study aimed to analyze how tourism promotion activities by Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan through the Instagram account @disporapar_kuningan in new normal era using Dell Hymes' (1972) Ethnography of Speaking Theory, especially on eleven tourism video content. This study used method ethnographic, with qualitative research. The results showed that communicative behavior in tourism promotion activities on the content of tourist attractions in general has fulfilled the eight components of interaction units to become a speech event, namely: settings / scenes, participants, objectives, action sequences, keys, instruments, interaction norms, and genres. But, it requires consistency in the order of the message content, so that the purpose of carrying out promotional activities can changing the mindset of the tourist that Kabupaten Kuningan has a safe tourism place to visit.

Keywords: Ethnography of Speaking, Instagram, Promotion, New normal, Tourism.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Penelitian Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis	12
BAB II	14
KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1. Tinjauan pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya	14
2.2. Tinjauan pustaka terkait dengan kerangka pemikiran	23
2.2.1. <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2.2. Instagram.....	25
2.2.3. Etnografi Komunikasi.....	29
2.2.4. Pariwisata	33
2.2.5. <i>New Normal</i>	39
2.3. Kerangka Pemikiran	41
BAB III.....	44

METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1. Metode Penelitian	44
3.2. Objek Penelitian	46
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.3.1. Sumber Data.....	46
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	48
3.5. Teknik Analisis Data	51
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	52
3.7. Keterbatasan Penelitian.....	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1. Sejarah Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan.....	56
4.1.2. Visi dan Misi Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan.....	58
4.1.3. Lambang Daerah Kabupaten Kuningan.....	60
4.1.4. Struktur Organisasi Instansi	62
4.2. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	67
4.2.1. Pejabat Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan.....	68
4.2.2. <i>Followers</i> @disporapar_kuningan.....	71
4.2.3. Praktisi Pendidikan dan Komunikasi (Triangulator)	71
4.3. Hasil Penelitian.....	72
4.3.1. Peran Media Sosial Instagram @disporapar_kuningan dalam Mempromosikan Pariwisata di Era <i>New Normal</i>	73
4.3.2. Konten Promosi Pariwisata pada Akun Instagram @disporapar_kuningan di Era <i>New Normal</i>	79
4.4. Pembahasan.....	102
4.4.1. Etnografi Komunikasi pada Akun Instagram @disporapar_kuningan dalam Kegiatan Promosi Pariwisata di Era <i>New Normal</i>	103

4.4.2. Temuan Baru Terkait Hasil Penelitian dan Pembahasan	141
BAB IV	146
KESIMPULAN DAN SARAN.....	146
5.1. Kesimpulan.....	146
5.2. Saran	149
5.2.1. Saran Teoritis	149
5.2.2. Saran Praktis	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	154
DOKUMENTASI.....	193

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Instagram Audience Overview</i> tahun 2020	2
Gambar 1.2 Profil Instagram @disporapar_kuningan tahun 2020.....	7
Gambar 1.3 Isi unggahan konten pada Instagram @disporapar_kuningan..	8
Gambar 1.4 Salah satu perapan protokol kesehatan dalam konten @disporapar_kuningan	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3.1 Proses Analisis Data	51
Gambar 4.1 Lambang Daerah Kabupaten Kuningan.....	60
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata .	63
Gambar 4.3 Dr. H. Toto Toharuddin, M.Pd.....	68
Gambar 4.4 Dodon Sugiharto, M.Pd.....	69
Gambar 4.5 Teti Sukmawati, SE.....	70
Gambar 4.6 Sri Mulyati, S.Pd,M.M.Pd.....	70
Gambar 4.7 Agis Lukman Fadilah.....	71
Gambar 4.8 Vivid Fitri Argarini	72
Gambar 4.9 Media promosi yang digunakan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan	75
Gambar 4.10 Profil akun Instagram @disporapar_kuningan.....	78
Gambar 4.11 Konten Instagram <i>stories</i> @disporapar_kuningan	83
Gambar 4.12 <i>Highlight</i> Instagram @disporapar_kuningan	84
Gambar 4.13 Harga tiket masuk daya tarik wisata.....	87
Gambar 4.14 Salah satu <i>caption</i> konten promosi pariwisata @disporapar_kuningan	88
Gambar 4.15 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Waduk Darma.....	90
Gambar 4.16 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Zam-Zam <i>Pool</i>	90
Gambar 4.17 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Taman Cisantana.....	91
Gambar 4.18 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata café Wajakopi Sukageuri	91
Gambar 4.19 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Pondok Pinus	92
Gambar 4.20 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Zam-Zam <i>Pool</i>	92
Gambar 4.21 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Cibulan.	93

Gambar 4.22 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Sangkanurip	93
Gambar 4.23 Tempat dan menu dalam Kedai Liwet Ceu Dedeh	93
Gambar 4.24 Pemandangan dan fasilitas dalam daya tarik wisata Sukageuri Camp Ground	94
Gambar 4.25 Pemandangan dan fasilitas dalam objek wisata di Kabupaten Kuningan (Curug Bangkong)	94
Gambar 4.26 Fasilitas protokol kesehatan di objek wisata dalam konten @disporapar_kuningan	95
Gambar 4. 27 Konten rekomendasi curug di Kabupaten Kuningan	96
Gambar 4.28 Beberapa <i>capture</i> objek wisata yang terdapat dalam konten rekomendasi curug.....	97
Gambar 4.29 Tanya jawab seputar rekomendasi curug pada Instagram <i>stories</i> @disporapar_kuningan.....	97
Gambar 4.30 Konten rekomendasi tempat <i>camping</i> di Kabupaten Kuningan	98
Gambar 4.31 Salah satu konten makanan khas Kabupaten Kuningan (papais)	99
Gambar 4.32 Konten budaya Kabupaten Kuningan (Seren Tahun).....	99
Gambar 4.33 Konten batik khas Kabupaten Kuningan (Batik Dakor).....	100
Gambar 4.34 Konten <i>event</i> yang dilaksanakan oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan.....	101
Gambar 4.35 Konten interaktif nama-nama desa di Kabupaten Kuningan	101
Gambar 4.36 Salah satu konten <i>repost</i> (Kuningan).....	102
Gambar 4.37 Urutan bentuk pesan promosi pariwisata @disporapar_kuningan di era <i>new</i> normal.	121
Gambar 4.38 Ekspresi wajah anak-anak pada saat berenang di kolam busa Zam-Zam Pool	125
Gambar 4.39 Ekspresi wajah wisatawan pada saat duduk di saung Curug Bangkong.....	125
Gambar 4.40 Bahasa dalam caption konten Instagram @disporapar_kuningan	132
Gambar 4.41 Komentar pengguna Instagram seputar daya tarik wisata ...	134
Gambar 4.42 Komentar pengguna Instagram seputar pendapatnya tentang daya tarik wisata.....	134
Gambar 4.43 Pertanyaan pengguna Instagram melalui pesan langsung	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	49
Tabel 4.1 Data jenis daya tarik wisata Kabupaten Kuningan tahun 2020	85
Tabel 4.2 Waktu <i>posting</i> konten daya tarik wisata.....	109
Tabel 4.3 Musik yang digunakan pada konten video daya tarik wisata	126
Tabel 5.1 Kesimpulan berdasarkan teori <i>Ethnography of Speaking</i>	147