



**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KHALAYAK PADA
DESTINASI *HANGOUT* YANG *INSTAGRAMABLE*
(Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @worthyourvisit)**

LAPORAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Aditya Ahmad Fazhari
44316110089

**PROGRAM STUDI *MARKETING COMMUNICATION & DIGITAL
ADVERTISING*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Ahmad Fazhari

NIM : 44316110089

Program Studi : *Marketing Communication & Digital Advertising*

Judul Laporan Skripsi: Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* (Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @worthyourvisit)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Februari 2023



Aditya Ahmad Fazhari



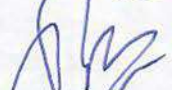
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Aditya Ahmad Fazhari
NIM : 44316110089
Program Studi : *Marketing Communication & Digital Advertising*
Judul Laporan Skripsi: Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* (Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @worthyourvisit)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi *Marketing Communication & Digital Advertising*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.	()
NIDK	: 8834360018	
Ketua Penguji	: Kurniawan Prasetyo, M.I.Kom.	()
NIDN	: 0316129201	
Penguji Ahli	: Melly Ridaryanthi, Ph.D.	()
NIDN	: 0324128202	

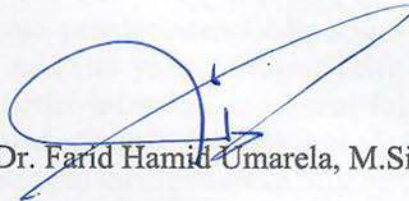
Jakarta, 10 Maret 2023
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai aktivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Aditya Ahmad Fazhari
NIM : 44316110089
Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @worthyourvisit)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Januari 2024


(Aditya Ahmad Fazhari)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* (Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @worthyourvisit)”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Program Studi *Marketing Communication & Digital Advertising* di Universitas Mercu Buana Jakarta. Di dalam pengerjaan skripsi ini, telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

- 1) M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya yang telah menuntun dan membantu untuk menyelesaikan tulisan ini.
- 2) Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
- 3) Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
- 4) Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 5) Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mengajar dan mendidik penulis dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
- 6) Pihak-pihak yang telah bersedia untuk menjadi subjek dalam penelitian ini.
- 7) Pihak-pihak yang bersangkutan pautan dengan skripsi ini yang telah memberikan inspirasi terhadap penulis untuk melakukan penelitian. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 17 Februari 2023

Penulis

Aditya Ahmad Fazhari

NIM. 44316110089

ABSTRAK

Nama : Aditya Ahmad Fazhari
NIM : 44316110089
Program Studi : *Marketing Communication & Digital Advertising*
Judul Laporan Skripsi: Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram (@worthyourvisit)
Pembimbing : M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.

Keinginan untuk mengabadikan momen seru dan mengunggahnya ke Instagram membuat orang-orang kini berlomba-lomba mencari tempat yang *Instagramable*. Mulai dari kafe, restoran, mal, taman kota, hingga tempat wisata alam akhirnya menyediakan ruang untuk latar pengambilan gambar. Penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dalam membangun *awareness* khalayak akan lokasi atau destinasi *hangout* yang *Instagramable*.

Konsep yang digunakan meliputi komunikasi pemasaran, promosi, *computer mediated communication* atau komunikasi digital, dan media baru. Dengan metode dan analisis deskriptif kualitatif terhadap akun Instagram @worthyourvisit, terutama mengamati konten *feeds*, *stories*, dan *reels* akun Instagram @worthyourvisit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun *awareness* destinasi *hangout* yang *Instagramable* dilakukan dengan cara mengunggah konten yang berisi informasi mengenai lokasi, menu makanan, layanan, dan dekorasi yang dapat menarik *follower* terhadap destinasi *hangout*. Adapun pengemasan dilakukan dengan memanfaatkan fitur Instagram dan audio yang berkualitas. Kombinasi keduanya menjadikan bahan promosi yang dapat membangun dan meningkatkan *awareness* terhadap destinasi *hangout* yang disajikan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi, Media Digital, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

Name : Aditya Ahmad Fazhari
NIM : 44316110089
Study Program : Marketing Communication & Digital Advertising
Thesis Report Title : Instagram Social Media as a Communication Medium to Build Audience Awareness in Instagramable Hangout Destinations (Qualitative Descriptive Content Analysis of Instagram Account @worthyourvisit)
Counsellor : M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.

The desire to capture exciting moments and upload them to Instagram makes people now compete to find Instagramable places. Starting from cafes, restaurants, malls, city parks, to natural tourist attractions, they finally provide space for shooting backgrounds. This research was directed to describe the use of Instagram social media as a communication medium in building public awareness of Instagramable hangout locations or destinations.

The concepts used include marketing communications, promotions, computer mediated communications or digital communications, and new media. Using a qualitative descriptive method and analysis of the @worthyourvisit Instagram account, especially observing the feeds, stories, and reels content of the@worthyourvisit Instagram account.

The results of the study show that the use of Instagram social media in building awareness of Instagramable hangout destinations is done by uploading content that contains information about locations, food menus, services, and decorations that can attract followers to hangout destinations. The packaging is done by utilising Instagram features and quality audio. The combination of the two makes promotional materials that can build and increase awareness of the hangoutdestinations presented.

Keywords: Marketing Communication, Promotion, Digital Media, Social Media, Instagram.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Kajian Teoritis.....	19
2.2.1. Komunikasi.....	19
2.2.2. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.3. Promosi atau Pemasaran Destinasi.....	26
2.2.4. Media Komunikasi.....	28
2.2.5. Media Baru, <i>Instagram</i> , dan Media Komunikasi Pemasaran Digital.....	30
2.2.5.1. Pengertian dan Karakteristik <i>New Media</i>	30
2.2.5.2. Media Sosial.....	34

2.2.5.3. Media Sosial Instagram.....	35
2.2.6. Pemanfaatan Media Sosial.....	37
2.2.6.1. Pengertian Pemanfaatan Media Sosial.....	37
2.2.6.2. Tujuan Pemanfaatan Media Sosial.....	38
2.2.7. <i>Awareness</i> Produk dan Layanan dalam Komunikasi Pemasaran.....	40
2.2.8. <i>Instagramable</i>	42
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1. Paradigma Penelitian.....	44
3.2. Metode Penelitian.....	44
3.3. Subjek Penelitian.....	47
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.1. Data Primer.....	48
3.4.2. Data Sekunder.....	50
3.5. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1. Profil @worthyourvisit.....	53
4.1.2. Akun Instagram @worthyourvisit.....	56
4.2. Hasil Penelitian.....	59
4.2.1. Ragam Konten Akun Instagram @worthyourvisit.....	60
4.2.2. Pemanfaatan Akun untuk Media Komunikasi Pemasaran.....	67
4.2.3. Penggunaan Instagram @worthyourvisit dalam Membangun <i>Awareness</i>	78
4.2.4. Matriks Hasil Penelitian.....	82
4.3. Pembahasan.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Kesimpulan.....	97
5.2. Saran.....	99
5.2.1. Saran Akademis.....	99
5.2.2. Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1. Matriks Hasil Penelitian.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peringkat Pengguna Instagram.....	4
Gambar 1.2. Akun Instagram @worthyourvisit.....	6
Gambar 4.1. Akun Instagram @worthyourvisit.....	55
Gambar 4.2. Engagement Rate @worthyourvisit.....	57
Gambar 4.3. Engagement Rate @worthyourvisit.....	58
Gambar 4.4. Tampilan Feed @worthyourvisit.....	60
Gambar 4.5. Tampilan Bio @worthyourvisit.....	61
Gambar 4.6. Tampilan Story @worthyourvisit.....	62
Gambar 4.7. Tampilan Highlight @worthyourvisit.....	63
Gambar 4.8. Tampilan Reels @worthyourvisit.....	63
Gambar 4.9. Komentar pada Postingan @worthyourvisit.....	64
Gambar 4.10. Postingan yang Paling Banyak Disukai dan Dikomentari.....	65
Gambar 4.11. Reels yang Paling Banyak Disukai dan Dikomentari.....	66
Gambar 4.12. Tampilan Post pada Akun Instagram @worthyourvisit.....	69
Gambar 4.13. Postingan Menu pada Akun Instagram @worthyourvisit.....	70
Gambar 4.14. Penyampaian Pesan melalui Caption oleh @worthyourvisit.....	71
Gambar 4.15. Foto Dekorasi pada Akun Instagram @worthyourvisit.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Panduan Pengamatan.....	105
Lampiran 2. Hasil Pengamatan.....	106
Lampiran 3. Insight @worthyourvisit.....	112
Lampiran 4. Akun Instagram @worthyourvisit.....	122
Lampiran 5. Tampilan Feed @worthyourvisit.....	123
Lampiran 6. Tampilan Bio @worthyourvisit.....	124
Lampiran 7. Tampilan Story @worthyourvisit.....	125
Lampiran 8. Tampilan Highlight @worthyourvisit.....	126
Lampiran 9. Tampilan Post @worthyourvisit.....	127
Lampiran 10. Tampilan Caption @worthyourvisit.....	128
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	129

