



**ANALISIS RESEPSI FOLLOWERS PADA KONTEN  
PROMOSI PARIWISATA KEPULAUAN SERIBU DI MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM @JAKARTA\_TOURISM**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**TIARA ALIKA SHAFIRA**

**44219120061**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Alike Shafira

NIM : 44219120061

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Followers pada Konten Promosi Pariwisata Kepulauan Seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_Tourism

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, 8 Maret 2024



**Tiara Alike Shafira**  
NIM : 44219120061

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tiara Alike Shafira  
NIM : 44219120061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Followers pada Konten Promosi Pariwisata Kepulauan Seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_Tourism

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 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom (  )  
NIDN : 0322088201  
Ketua Penguji : Andi Pajolloi Bate, MA (  )  
NIDN : 03030694011  
Penguji Ahli : Mardhiyyah M.I.kom (  )  
NIDN : 0314038802

Jakarta, 8 Maret 2024

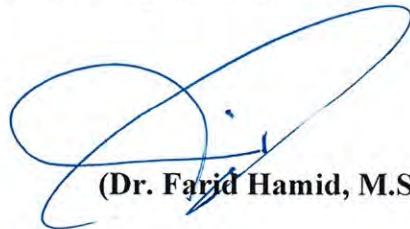
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Alika Shafira  
NIM : 44219120061  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Skripsi : Analisis Resepsi Followers pada Konten Promosi Pariwisata Kepulauan Seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_Tourism

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, 8 Maret 2024

Yang menyatakan,



**Tiara Alika Shafira**

NIM : 44219120061

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia, khususnya kepada kedua orang tua peneliti yaitu Ibu Christy Herlin Dewiyanti dan Bapak Juli Hendrawan yang telah mendoakan dan mendukung, sehingga peneliti akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Resepsi Followers Pada Konten Pariwisata Kepulauan seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_tourism” dengan baik, untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 dalam jurusan Ilmu Komunikasi, fakultas Public Relations, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti mengharapkan hasil dari skripsi ini dapat membantu para praktisi PR khususnya pada lembaga pemerintahan untuk memanfaatkan media sosial. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M. Ikom selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan ide dan gagasan, serta mereview penelitian.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan dukungan, dan memfasilitasi kegiatan akademik bagi peneliti selama menempuh studi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan arahan demi kelancaran studi peneliti.

4. Bapak dan Ibu Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan motivasi dan pengarahan kepada peneliti.
5. Bapak Haekal Fajri Amrullah, M.Sc selaku Pembimbing Akademik, yang telah meluangkan waktu, konsultasi, dan arahan terkait akademik bagi peneliti
6. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan, arahan, dan waktunya untuk kami para Mahasiswa dan Mahasiswi.
7. Gandi Ramadhan, Fathian Akbar dan Nathan Ataya yang merupakan adik peneliti yang sudah menemani peneliti dalam mengerjakan penelitian ini.
8. Amellia Delphia, Chitra Devianna, Nadya Fajarningrum, Rizqi Fitria Dewi, Thessa Ribka dan Sheren Naffa Camilla yang merupakan sahabat peneliti.
9. Para Informan dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu peneliti.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk kritik dan saran yang konstruktif sangat peneliti harapkan dari para pembaca. Demikian dengan ketulusan dan segala kerendahan diri, saya selaku peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 5 Februari 2024

Tiara Alike Shafira

## ABSTRAK

Nama : Tiara Alika Shafira

NIM : 44219120061

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Resepsi Followers pada Konten Promosi Pariwisata  
Kepulauan Seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_Tourism

Pembimbing : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

Akun *Instagram* Jakarta\_tourism merupakan sebuah akun yang dikelola oleh pemerintahan Provinsi DKI Jakarta melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk melakukan promosi wisata yang berada di DKI Jakarta salah satunya adalah Kepulauan Seribu. Dalam hal ini peneliti menemukan suatu permasalahan setelah melakukan pra penelitian mengenai resepsi *audiens* terhadap akun *Instagram* jakarta\_tourism dalam hal menyajikan konten tentang kepulauan seribu yang dimana akun tersebut sangat aktif untuk mengunggah postingan tentang kepulauan seribu selain itu akun *intagram* jakarta\_tourism dilihat masih belum terlalu aktif dalam hal merespon komentar dari *followers* maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana resepsi *followers* akun *Instagram* jakarta\_tourism terhadap konten yang memuat tentang kepulauan seribu dengan menentukan 5 unit analisis yaitu kredibilitas akun, daya tarik, kekuasaan, isi konten dan alur konten menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan konstruktivis dengan menggunakan FGD dan Wawancara untuk memperoleh data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis resepsi Stuart Hall yang dimana membagi 3 posisi dalam hal penerimaan konten yaitu hegemoni dominan, negosiasi dan oposisi serta encoding decoding menurut Stuart Hall.

Peneliti mendapatkan hasil dari penelitian yang merupakan resepsi dari pengikut *Instagram* Jakarta\_tourism yang berjumlah 8 responden yang dimana dalam hal kredibilitas akun sudah memiliki tingkat kredibilitas dengan adanya hak cipta di setiap konten, lalu untuk kekuasaan yang diberikan sudah sangat baik tetapi perlu ditingkatkan dalam segi respon terhadap komentar yang berada di setiap unggahan, selanjutnya mengenai isi konten dan alur konten disini sudah menarik tetapi perlu ditambahkan segmentasi tentang konten sejarah dan kehidupan masyarakat di kepulauan seribu dan mengenai daya tarik, kepulauan seribu sudah memiliki daya tarik tersendiri untuk wisatawan dan pengemasan dalam bentuk konten yang tersedia di akun *Instagram* jakarta\_tourism sudah mempersuasi *audiens* dalam hal daya tarik destinasi wisata kepulauan seribu

**Kata Kunci:** Analisis Resepsi, *Instagram*, Kepulauan Seribu

## ABSTRACT

Name : Tiara Alike Shafira  
NIM : 44219120061  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Thesis : Analisis Resepsi Followers pada Konten Promosi Pariwisata  
Kepulauan Seribu di Media Sosial Instagram @Jakarta\_Tourism  
Mentor : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

*Account Instagram Jakarta\_tourism is an account managed by the DKI Jakarta Provincial government through the Department of Tourism and Creative Economy to promote tourism in DKI Jakarta, one of which is the Thousand Islands. In this case the researcher found a problem regarding reception audience against the account Instagram jakarta\_tourism in terms of presenting content about the thousand islands where the account is very active in uploading posts about the thousand islands apart from that account Instagram jakarta\_tourism is seen as still not very active in responding to comments from followers therefore the aim of this research is to find out how the reception is followers account Instagram jakarta\_tourism towards content containing about the Thousand Islands by determining 5 units of analysis, namely account credibility, attractiveness, power, content content and content flow using qualitative research methods through a constructivist approach using FGDs and interviews to obtain data. The theory used in this research is Stuart Hall's reception analysis theory which divides 3 positions in terms of content reception, namely dominant hegemony, negotiation and opposition as well as encoding and decoding according to Stuart Hall.*

*Researchers get results from research which is a reception from followers Instagram Jakarta\_tourism, totaling 8 respondents, which in terms of account credibility already has a level of credibility with the existence of copyright in each content, then the power given is very good but needs to be improved in terms of response to comments in each upload, then regarding the content and The flow of content here is interesting but needs to be added to segmentation regarding historical content and people's lives in the Thousand Islands and regarding attractions, the Thousand Islands already have their own attraction for tourists and packaging in the form of content available on the account. Instagram jakarta\_tourism has been persuasive audience in terms of the attractiveness of the Thousand Islands tourist destination*

**Keywords: Reception Analysis, Instagram, Thousand Islands**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus penelitian .....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademik.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Komunikasi .....	18
2.2.1 Komunikasi Pariwisata .....	19
2.3 Pesan.....	20
2.4 Analisis Resepsi .....	22
2.5 Encoding Decoding .....	23
2.6 Media Baru .....	25
2.7 Media Sosial .....	27
2.8 Instagram .....	28
2.9 Promosi Pariwisata .....	29

2.10 Konten Promosi Pariwisata .....	32
2.11 Konten .....	33
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma penelitian .....	35
3.2 Metode penelitian .....	36
3.2.1 Analisis Resepsi .....	36
3.3 Subjek penelitian .....	38
3.4 Teknik pengumpulan data .....	41
3.5 Waktu Penelitian .....	43
3.6 Teknik analisis data .....	43
3.7 Teknik pemeriksaan keabsahan data .....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1 Profil <i>Instagram</i> @Jakarta_tourism.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden.....	50
4.2.2 Resepsi Informan pada Kredibilitas Akun Instagram @Jakarta_tourism .....	52
4.2.3 Analisis Resepsi dalam Daya Tarik Destinasi Wisata Kepulauan seribu melalui Konten yang terdapat dalam Akun <i>intagram</i> @Jakarta_tourism .....	56
4.2.4 Analisis Resepsi Kekuasaan Konten yang Diberikan oleh Akun @Jakarta_tourism .....	64
4.2.5 Analisis Resepsi Isi Konten mengenai Kepulauan seribu yang terdapat dalam Akun @Jakarta_tourism .....	68
4.2.6 Analisis Resepsi Alur Konten yang terdapat dalam akun @Jakarta_tourism .....	72
4.2.7 Analisis Resepsi Keseluruhan.....	78
4.3 Pembahasan .....	86
<b>BAB V.....</b>	<b>92</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>92</b>

5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis .....	93
5.2.2 Saran Praktis .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Seribu . 5	
Gambar 1.2 Ulasan Wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Seribu . 7	
Gambar 1.3 Profile Instagram @jakarta_tourism .....	10
Gambar 4.1 Profile Instagram @Jakarta_tourism dan beberapa konten terkait Kepulauan Seribu.....	44
Gambar 4.2 Konten video yang menunjukkan <i>watermark</i> di akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	47
Gambar 4.3 Konten Destinasi Wisata Kepulauan Seribu .....	51
Gambar 4.4 Konten Kuliner dan Akomodasi dalam <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Kepulauan Seribu Periode Tahun 2019 – Tahun 2023 .....	4
Tabel 4.1 Encoding-Decoding Audience pada Kredibilitas Konten akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	49
Tabel 4.2 Encoding-Decoding Audience pada Daya Tarik Destinasi Wisata dalam konten yang dimuat akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	55
Tabel 4.3 Encoding-Decoding Audience pada Kekuasaan Konten yang dimuat akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	59
Tabel 4.4 Encoding-Decoding Audience pada Isi Konten yang dimuat akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	63
Tabel 4.5 Encoding-Decoding Audience pada Alur Konten yang dimuat akun <i>Instagram @Jakarta_tourism</i> .....	67
Tabel 4.6 Hasil Encoding-Decoding Audience dari Keseluruhan Analisa .	74

