

SKRIPSI

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @FESTIVALDIENG SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA ACARA DIENG CULTURE FESTIVAL
TAHUN 2015-2020**



IRENE MARLOWIBOWO

17.M1.0007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2021

SKRIPSI

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @FESTIVALDIENG SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA ACARA DIENG CULTURE FESTIVAL
TAHUN 2015-2020**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar S.I.Kom.**



IRENE MARLOWIBOWO

17.M1.0007

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tanga di bawah ini:

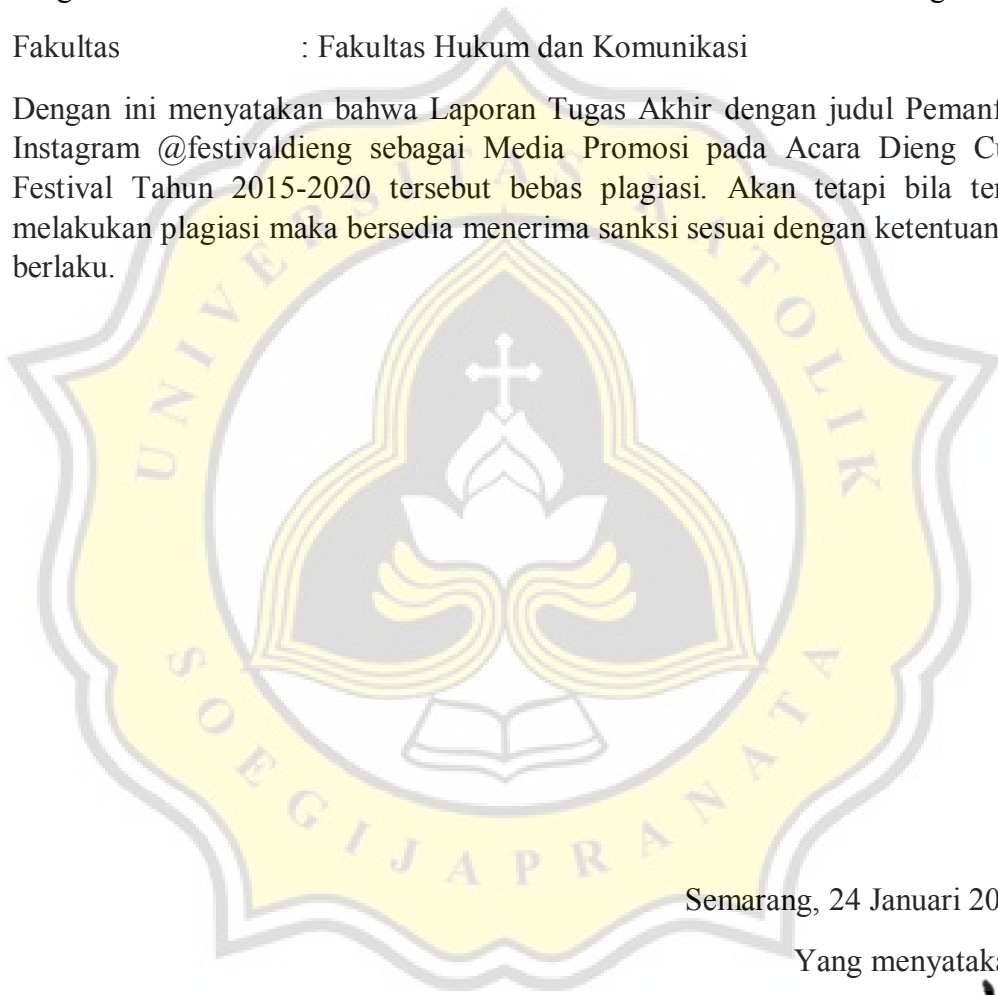
Nama : Irene Marlowibowo

NIM : 17.M1.0007

Progdi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/ Komunikasi Pusat dan Strategis

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Pemanfaatan Instagram @festivaldieng sebagai Media Promosi pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015-2020 tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, 24 Januari 2022

Yang menyatakan,



Irene Marlowibowo

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @FESTIVALDIENG SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA ACARA DIENG CULTURE FESTIVAL TAHUN 2015-2020**

Disusun oleh :

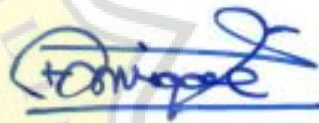
Nama : **IRENE MARLOWIBOWO**

NIM : **17.M1.0007**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : 10 Januari 2022

Dosen Penguji :

1 DRS. ANDREAS PANDIANGAN, MSI

()

2 VINCENTIA ANANDA ARUM P., S.I.KOM., M.I.KOM.

()

3 YOHANES THIANIKA BUDIARSA, S.I.KOM, MGMC.

()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :
25 Januari 2022





(Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, S.H., C.N., M.Hum.)

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irene Marlowibowo
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @festivaldieng sebagai Media Promosi pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015-2020” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 24 Januari 2022

Yang menyatakan,



Irene Marlowibowo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan bimbingannya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pemanfaatan Instagram @festivaldieng sebagai Media Promosi pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015-2020”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan Program Studi Ilmu Komunikasi. Tidak dapat disangkal bahwa dibutuhkan niat, kegigihan, dan kesungguhan untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun disadari tulisan ini tidak akan selesai tanpa orang-orang terkasih disekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya tujukan kepada:

1. Ibu Dr. Marcella Elwina Simanjuntak., S.H., CN., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Adrianus Bintang Hanto N, S.E., M.A. selaku dosen wali
4. Bapak Drs. Andreas Pandiangan, Msi selaku dosen pembimbing pertama peneliti, terima kasih atas ilmu, perhatian, pengertian, motivasi, pendampingannya dan telah bersedia mengantarkan peneliti mengantungi gelar sarjana.
5. Ibu Vincentia Ananda Arum Permatasari, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing kedua peneliti, terima kasih atas ilmu, perhatian, pengertian, motivasi, pendampingannya, dan telah bersedia mengantarkan peneliti mengantungi gelar sarjana.
6. Bapak Yoh. Thianika Budiarsa, S.I.Kom selaku dosen penguji, terima kasih atas ilmu, masukan, bimbingan, perhatian dan motivasi yang diberikan

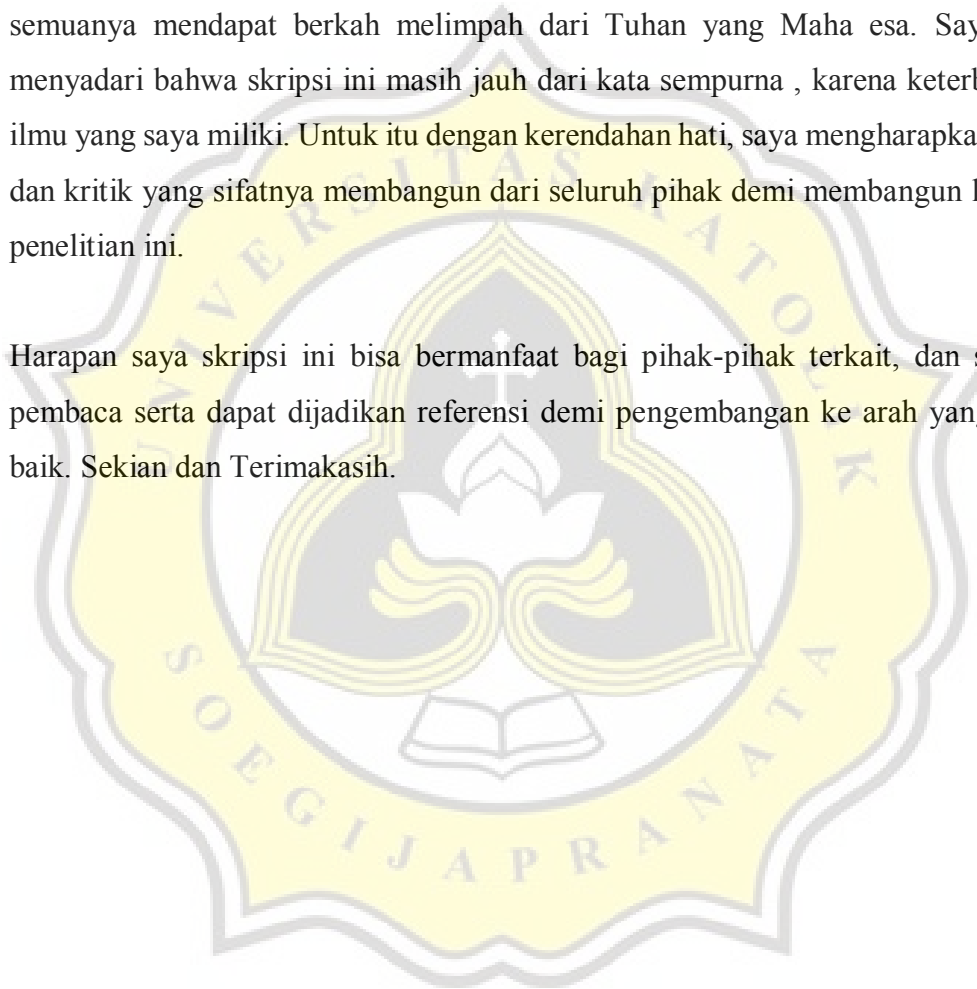
kepada peneliti dan telah bersedia mengantarkan peneliti mengantungi gelar sarjana.

7. Bapak Drs. Sinoeng Noegroho Rachmadi, MM. selaku Kepala Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata, terima kasih atas kemurahan hatinya mau menerima saya untuk menjalani magang sekaligus melanjutkan mengambil data untuk keperluan skripsi saya.
8. Ibu Tanti Apriani, SH selaku Kasi Pengembangan Pasar di Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata, terima kasih atas ilmu, motivasi, dan kemurahan hatinya karena telah mengizinkan saya untuk mengambil data informasi yang saya butuhkan untuk tulisan penelitian saya.
9. Ibu Suci Baskoro Wati, SS, M.Bus. selaku Kasi Promosi di Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata, terima kasih atas ilmu, motivasi, dan kemurahan hatinya karena telah mengizinkan saya untuk mengambil data informasi yang saya butuhkan untuk tulisan penelitian saya.
10. Kak Sindy Fanbelisa dan Kak Seto Agus selaku staff bidang pemasaran pariwisata, terima kasih atas pemberian data-data nya sekaligus motivasi yang diberikan.
11. Mas Alif Faozi dan Mas Aprilianto selaku pengelola acara Dieng Culture Festival, terima kasih atas kesempatannya untuk melakukan wawancara tatap muka dan terima kasih atas data-data yang diberikan kepada saya untuk memenuhi dan menyelesaikan tulisan penelitian saya.
12. Terima kasih kepada Mama, Papa, Cece atas dukungan, doa, dan motivasi yang diberikan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Terimakasih kepada E.Liza Annisa selaku sahabat saya. Terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, pengertian, motivasi, asupan dan sudah mau meluangkan waktu untuk menemani saya wawancara di Banjarnegara.
Thank you for everything you've done!
14. Terima kasih kepada Kak Aisy Nuraini, Ce Devina Mirza Nunditya, dan Ce Shiela Agatha atas bantuan ide dan datanya dan segala bentuk dukungan yang telah diberikan kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan tulisan ini.

15. Terima kasih kepada teman-teman terdekat saya Jessica Olivia, Vania Lesmana, dan Caroline Kurniawan atas dukungan, motivasi, dan segala bantuan yang telah diberikan kepada saya selama proses penulisan sampai selesai.

Semoga dengan segala kebaikan dan pertolongan yang diberikan kepada saya, semuanya mendapat berkah melimpah dari Tuhan yang Maha esa. Saya juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna , karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu dengan kerendahan hati, saya mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari seluruh pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Harapan saya skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak-pihak terkait, dan seluruh pembaca serta dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Sekian dan Terimakasih.



Semarang, 24 Januari 2022

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Irene Marlowibowo', is written over the printed name.

Irene Marlowibowo

ABSTRAKSI

Pariwisata di Indonesia dianggap penting karena berkaitan dan berkontribusi besar dalam pembangunan ekonomi. Dalam mengelola destinasi pariwisata tentunya perlu memahami dampak dari kegiatan pariwisata itu sendiri. Hal ini diperlukan untuk dijadikan sebagai landasan pemasaran destinasi agar lebih optimal dan berkelanjutan. Salah satunya yaitu Provinsi Jawa Tengah. Dimana Provinsi Jawa Tengah memiliki daya tarik wisata yang beragam dan wisata budaya menjadi wisata unggulan sehingga Jawa Tengah dikenal sebagai jantung budaya jawa. Salah satu event budaya unggulan di Jawa Tengah yaitu Dieng Culture Festival (DCF). Acara ini biasanya dapat disaksikan dan dinikmati langsung oleh masyarakat. Namun sayangnya pada Tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 sehingga mengharuskan acara untuk digelar secara *online/virtual*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi pada acara Dieng Culture Festival pada tahun 2015-2020. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana data didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis menggunakan model interaktif milik Miles dan Huberman yang terdiri dari (1) Reduksi Data, (2) Penyajian Data dan (3) Kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram @festivaldieng sebagai media promosi DCF menghasilkan dampak yang baik bagi kegiatan promosi DCF, kegiatan promosi bisa berlangsung secara efisien dan efektif. Adapun hambatan dalam pemanfaatan instagram @festivaldieng yaitu kurang maksimalnya pengelola dalam memanfaatkan fitur instagram khususnya fitur pada akun bisnis. Padahal fitur yang disediakan oleh instagram memang difungsikan untuk menunjang promosi online.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran Pariwisata, Promosi Online, Pemanfaatan Instagram, Media Promosi

ABSTRACT

Tourism in Indonesia is important since it is related to and contributes to economic development. In managing tourism destinations, it is necessary to understand the impact of tourism activities. It is worth serving as the basis for destination marketing to be more optimal and sustainable. One of them is Jawa Tengah Province. Jawa Tengah Province has a variety of tourist attractions and cultural tourism leads to superior tourism so Jawa Tengah is known as the heart of Javanese culture. One of the top cultural events in Jawa Tengah is Dieng Culture Festival (DCF). This event was usually held and enjoyed directly by the public. However, unfortunately, in 2020 there was a Covid-19 pandemic so the event was held online/virtually.

This study aims to determine the use of Instagram as a medium to carry out promotional activities at Dieng Culture Festival in 2015-2020. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. The data is obtained through observation, interviews, and documentation which is then analyzed using an interactive model by Miles and Huberman which consists of (1) Data Reduction, (2) Data Presentation, and (3) Conclusions.

The results show that the use of Instagram @festivaldieng as a DCF promotion medium has a good impact on DCF promotional activities and promotional activities can take place efficiently and effectively. The obstacle in using Instagram @festivaldieng is that the manager does not maximize Instagram's special features on business accounts. Even though the features provided by Instagram are indeed used to support online promotions.

Keywords: Tourism Marketing Communication, Online Promotion, Utilization of Instagram, Promotional Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR TABEL	c
DAFTAR GAMBAR	d
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	16
2.3 Promosi.....	20
2.4 Media Sosial	23
2.5 Instagram	26
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Fokus Penelitian	29

3.3 Unit Analisis Data	30
3.4 Jenis Data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.7 Kerangka Berpikir	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Acara Dieng Culture Festival 2015-2020	35
4.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dieng Culture Festival 2015-2020	38
4.3 Pemanfaatan Instagram @festivaldieng sebagai Media Promosi Acara DCF 2015-2020	42
BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90a

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	
Jumlah Kunjungan Wisnus dan Wisman 2015-2020 ke Jawa Tengah.....	3
TABEL 1.2	
Komparasi Media Sosial antara Dieng Culture Festival dan SIPA.....	5
TABEL 1.3	
Tatakala Penelitian.....	8
TABEL 3.1	
Beragam Fitur Instagram.....	27
TABEL 4.1	
Data DCF 2015-2020.....	33
TABEL 4.2	
Media Sosial DCF Berdasarkan Jenisnya.....	37
TABEL 4.3	
Fitur Media Sosial Instagram.....	40
TABEL 4.4	
<i>Insight</i> pada Akun Instagram @festivaldieng.....	44
TABEL 4.5	
Iklan pada Instagram @festivaldieng.....	48
TABEL 4.6	
<i>Sales Promotion</i> pada Akun Instagram @festivaldieng.....	62
TABEL 4.7	
<i>Direct Marketing</i> pada Akun Instagram @festivaldieng.....	65
TABEL 4.8	
<i>Public Relations</i> pada Akun Instagram @festivaldieng.....	69

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.1	
Kerangka Berfikir.....	32
GAMBAR 4.1	
Kegiatan Ruwat Rambut Gimal pada DCF 2016.....	34
GAMBAR 4.2	
Struktur Organisasi Dieng Pandawa.....	35
GAMBAR 4.3	
Akun Instagram DCF.....	46
GAMBAR 4.4	
Konten Instagram @festivaldieng.....	47
GAMBAR 4.5	
Komentar Pengakses.....	61
GAMBAR 4.6	
Program Pendaftaran Band 2019.....	64
GAMBAR 4.7	
Archive Kegiatan pada Akun Instagram @festivaldieng.....	74
GAMBAR 4.8	
Testimonial pada Kolom Komentar.....	75

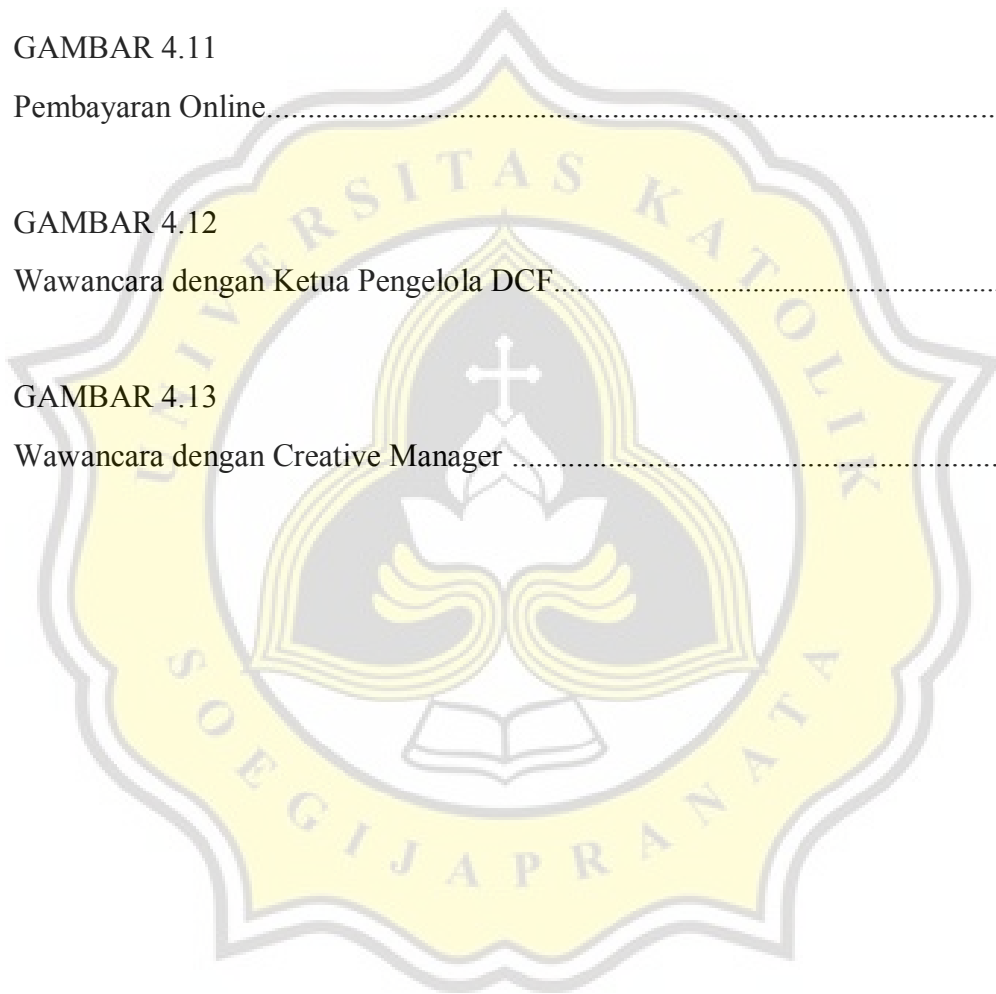
GAMBAR 4.9
Personal Selling pada Akun Instagram @festivaldieng.....76

GAMBAR 4.10
Situs Booking Online.....77

GAMBAR 4.11
Pembayaran Online.....77

GAMBAR 4.12
Wawancara dengan Ketua Pengelola DCF.....3h

GAMBAR 4.13
Wawancara dengan Creative Manager4j



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Pertanyaan Narasumber 1 Alif Faozi.....a

Lampiran 2

Pertanyaan Narasumber 2 Aprilianto.....a

Lampiran 3

Jawaban Narasumber 1 Alif Faozi.....a

Lampiran 4

Jawaban Narasumber 2 Aprilianto.....a

