

SKRIPSI

**ANALISIS KONTEN PARIWISATA INDONESIA MELALUI
INSTAGRAM @KEMENPAREKRAF.RI SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI *CULTURAL AWARENESS***



Disusun oleh:

VALENTINA BELLA FEDORA ANINDITA

19.M1.0099

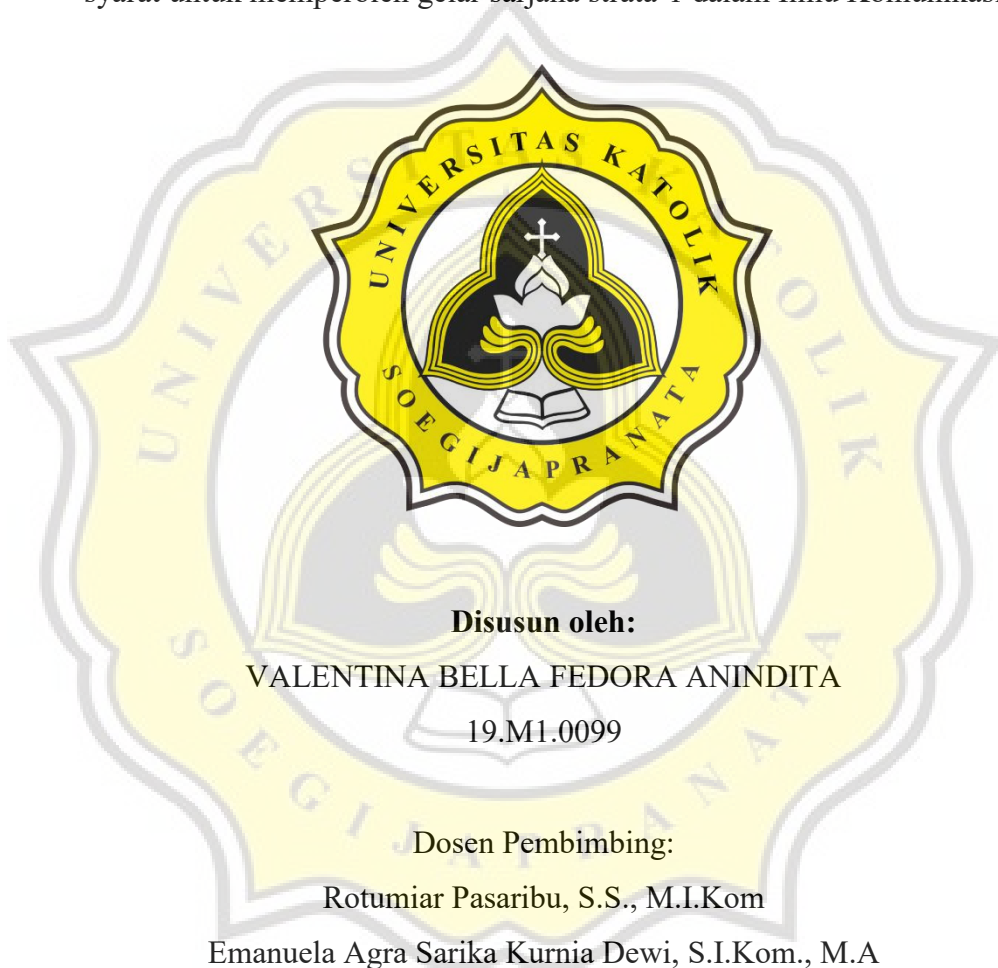
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

**ANALISIS KONTEN PARIWISATA INDONESIA MELALUI
INSTAGRAM @KEMENPAREKRAF.RI SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI *CULTURAL AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

VALENTINA BELLA FEDORA ANINDITA

19.M1.0099

Dosen Pembimbing:

Rotumiar Pasaribu, S.S., M.I.Kom

Emanuela Agra Sarika Kurnia Dewi, S.I.Kom., M.A

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

SEMARANG

2023

ABSTRAK

ANALISIS KONTEN PARIWISATA INDONESIA MELALUI *INSTAGRAM* @KEMENPAREKRAF.RI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI *CULTURAL AWARENESS*

Valentina Bella Fedora Anindita
Universitas Katolik Soegijapranata

2023

Industri pariwisata dari sudut pandang budaya mampu memberikan peran yang penting terhadap perkembangan budaya-budaya yang ada di Indonesia sehingga *cultural awareness* menjadi salah satu dimensi penting dalam memahami keragaman budaya. Diperlukan adanya peran pemerintah dalam memberikan peran sertanya dalam mengajak masyarakat untuk melestarikan budaya. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjadi salah satu lembaga pemerintah yang ikut turut serta menerapkan '*Cultural Awareness*' melalui akun media sosialnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi *cultural awareness* yang dihasilkan konten pariwisata Indonesia melalui *Instagram* @kemenparekraf.ri pada bulan Januari hingga Februari 2023 dengan fenomena ASEAN Tourism Forum 2023. Penelitian ini menggunakan analisis konten dengan teori 5 tingkatan *Cultural Awareness* yakni *Data and Information*, *Culture Consideration*, *Cultural Knowledge*, *Cultural Understanding*, dan *Cultural Competence* (Wunderle, 2006). Penelitian ini adalah Penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ditemukan bahwa tingkatan-tingkatan *cultural awareness* yang terdapat pada konten Instagram terjadi secara 'acak'.

Kata Kunci: Pariwisata Indonesia, *Cultural Awareness*, Analisis Konten, *Instagram*, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI

ABSTRACT

ANALYSIS OF INDONESIAN TOURISM Konten THROUGH INSTAGRAM @KEMENPAREKRAF.RI AS A COMMUNICATION MEDIA OF CULTURAL AWARENESS

Valentina Bella Fedora Anindita
Soegijapranata Catholic University
2023

The tourism industry from a cultural point of view is able to play an important role in the development of existing cultures in Indonesia so that cultural awareness becomes an important dimension in understanding cultural diversity. There is a need for the government's role in providing participation in inviting the community to preserve culture. The Ministry of Tourism and Creative Economy is one of the government agencies participating in implementing 'Cultural Awareness' through its social media accounts. This study aims to determine cultural awareness communication produced by Indonesian tourism content through Instagram @kemenparekraf.ri from January to February 2023 with the ASEAN Tourism Forum 2023 phenomenon. This research uses content analysis with the theory of 5 levels of Cultural Awareness namely Data and Information, Culture Consideration, Cultural Knowledge, Cultural Understanding, and Cultural Competence (Wunderle, 2006). This research is a descriptive qualitative research with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the study found that the levels of cultural awareness contained in Instagram content occurred 'randomly'.

Keywords: Indonesian Tourism, Cultural Awareness, Konten Analysis, Instagram, Ministry of Tourism and Creative Economy of the Republic of Indonesia