

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM @ponorogo.tourism DALAM
MEMPROMOSIKAN EVENT OLEH DINAS KEBUDAYAAN,
PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA
(DISBUDPARPORA) PONOROGO**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN LOGO



**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @ponorogo.tourism DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT
OLEH DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN
OLAHRAGA (DISBUDPARPORA) PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Dalam
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Ilmu Komunikasi

OLEH:

MUHAMMAD KHANZA ABIYU

NIM. 20240852



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Muhammad Khanza Abiyu / 20240852 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Muhammad Khanza Abiyu / 20240852 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 13 Februari 2024

Pukul : 11.30 WIB – 12.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605


Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503


Krisna Megantari, S.Sos, M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,
Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 19860424 201709 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Muhammad Khanza Abiyu

NIM : 20240852

Alamat : Jalan Parikesit, no 15, Kelurahan Kepatihan, Kecamatan Ponorogo, 63416 Kabupaten Ponorogo.

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah:

1. Skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Instagram @ponorogo.tourism Dalam Mempromosikan Event Oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (DISBUDPARPORA) Ponorogo**” adalah hasil karya saya dan naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapat memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan.
2. Karya ilmiah ini merupakan hasil dari intelektualitas saya sepenuhnya, dan saya telah mencantumkan semua sumber referensi yang digunakan sesuai dengan norma-norma akademik yang berlaku, termasuk kontribusi pemikiran dari individu lain terhadap isi karya ini, kecuali dalam hal ekspresi dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 19 Februari 2024

Yang menyatakan,



(MUH. KHANZA A.)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Instagram @ponorogo.tourism Dalam Mempromosikan Event Oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (DISBUDPARPORA) Ponorogo”**. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad Saw.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penyelesaian laporan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, karena mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., Ma selaku dosen pembimbing.

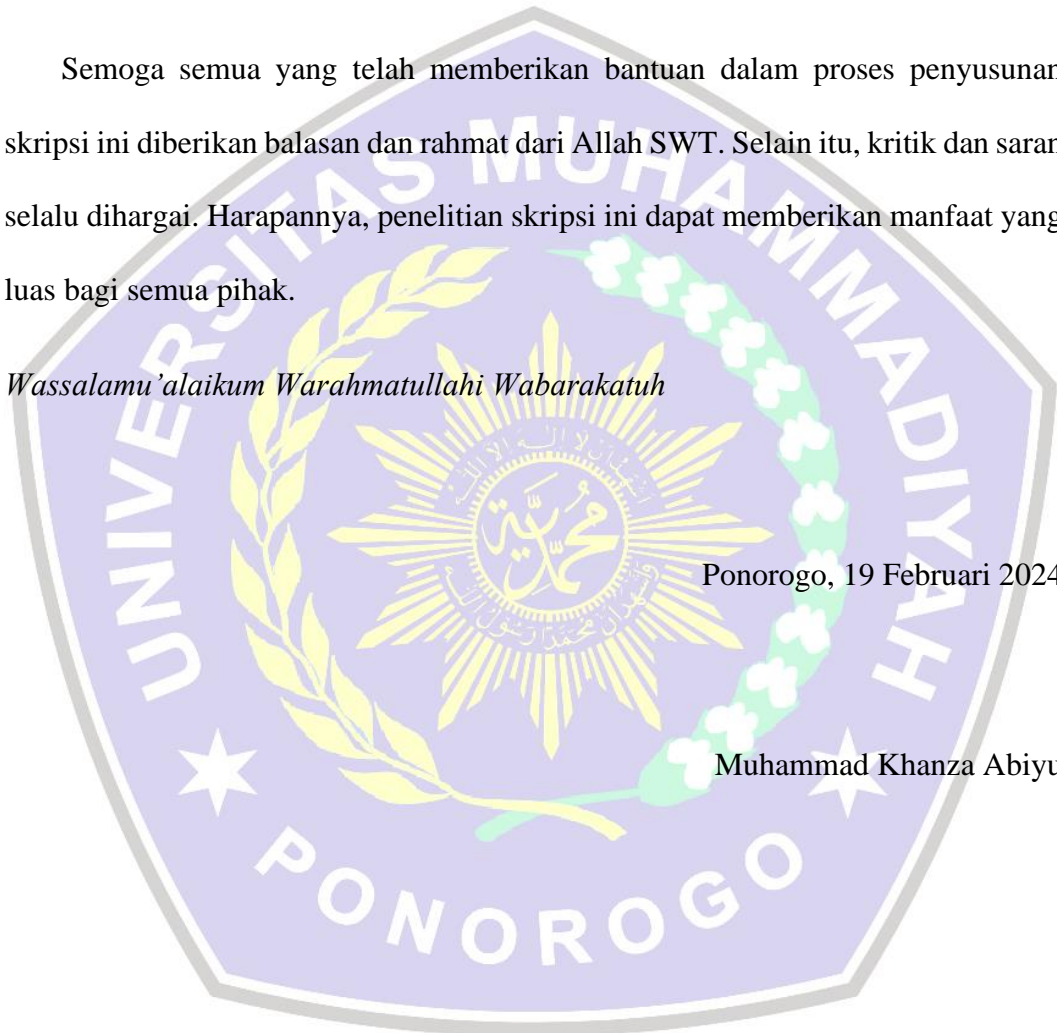
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas dan pengalaman kepada penulis.
5. Semua pihak terkait dan yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu, memberikan bantuan, dan memberi masukan kepada penulis.

Semoga semua yang telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu, kritik dan saran selalu dihargai. Harapannya, penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi semua pihak.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Ponorogo, 19 Februari 2024

Muhammad Khanza Abiyu



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ponorogo.tourism DALAM MEMPROMOSIKAN EVENT OLEH DINAS KEBUDAYAAN, PARIWISATA, PEMUDA DAN OLAHRAGA (DISBUDPARPORA) PONOROGO

Muhammad Khanza Abiyu

20240852

Judul skripsi ini adalah Analisis Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Instagram @ponorogo.tourism dalam Mempromosikan Event Oleh Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi menggunakan teori SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) yang digunakan di Instagram @ponorogo.tourism oleh Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif Disbudparpora Ponorogo dalam mempromosikan event. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Instagram @ponorogo.tourism menerapkan strategi komunikasi berdasarkan Teori SMCR (Source, Message, Channel, Receiver). Dalam faktor *Source*, Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif menjadi komunikator utama dengan otoritas, kepercayaan, dan kredibilitas untuk mempromosikan event melalui akun tersebut. Faktor *Message*, perubahan strategi signifikan terjadi pada konten akun, yang awalnya berfokus pada informasi wisata menjadi promosi acara, menunjukkan responsifitas terhadap perubahan kebutuhan dan tren komunikasi. Faktor *Channel*, melalui Media Sosial Instagram, pengikut dapat melihat dan mendengarkan informasi tentang promosi event, dan meresponsnya dengan antusiasme dan apresiasi yang positif. Faktor *Receiver*, pengikut menunjukkan minat untuk terlibat lebih lanjut dalam interaksi dengan konten event dan menyatakan niat untuk mengikuti event yang diselenggarakan oleh Disbudparpora Ponorogo.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Teori SMCR David K Berlo, @ponorogo.tourism, Instagram, Promosi Event.

ABSTRACT

ANALYSIS OF COMMUNICATION STRATEGIES USING INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @ponorogo.tourism IN PROMOTING EVENTS BY THE DEPARTMENT OF CULTURE, TOURISM, YOUTH, AND SPORTS (DISBUDPARPORA) PONOROGO

Muhammad Khanza Abiyu
20240852

The title of this thesis is "Analysis of Communication Strategies in the Use of Instagram Social Media @ponorogo.tourism in Promoting Events by the Department of Culture, Tourism, Youth and Sports (Disbudparpora) Ponorogo." The purpose of this study is to determine how communication strategies using the SMCR theory (Source, Message, Channel, Receiver) are utilized on Instagram @ponorogo.tourism by the Marketing and Creative Economy Division of Disbudparpora Ponorogo in promoting events. This research employs a qualitative descriptive research method, and data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The results of descriptive analysis indicate that Instagram @ponorogo.tourism implements communication strategies based on the SMCR Theory (Source, Message, Channel, Receiver). In the Source factor, the Marketing and Creative Economy Division serves as the main communicator with authority, trust, and credibility to promote events through the account. In the Message factor, significant strategy changes occur in the account's content, shifting from tourism information to event promotion, demonstrating responsiveness to changing communication needs and trends. In the Channel factor, through Instagram Social Media, followers can view and listen to information about event promotions and respond with enthusiasm and positive appreciation. In the Receiver factor, followers show interest in further engagement with event content and express intent to attend events organized by Disbudparpora Ponorogo.

Keywords: Communication Strategy, SMCR Theory by David K Berlo, @ponorogo.tourism, Instagram, Event Promotion.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya yang tak terhingga selama proses penulisan skripsi ini. Kehadiran-Nya telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam menghadapi segala tantangan dan perjuangan selama perjalanan akademis ini. Semoga segala usaha yang telah dilakukan dapat menjadi amal yang diridhai oleh-Nya dan memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Persembahan tugas akhir ini dan rasa terimakasih aku ucapkan untuk:

1. Keluarga tercinta, Terima kasih banyak untuk do'a yang senantiasa diberikan di setiap sujud. Terima kasih untuk kasih sayang, materi serta semangat dan dorongan yang telah diberikan.
2. Diri sendiri, Terima kasih telah berjuang sejauh ini dengan melawan ego serta perasaan yang tidak tentu selama penulisan skripsi ini.
3. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., MA sebagai dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dengan ikhlas serta meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, serta pikiran dan penjelasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf akademik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terimakasih untuk dedikasi semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama ini.

MOTTO

Skripsi yang baik, adalah skripsi yang dikerjakan.



DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
MOTTO	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori	7
1. Strategi Komunikasi.....	7
2. Teori Strategi Komunikasi David Keneth Berlo (1960)	9
3. Public Relations	10
4. Promosi Event	14
5. Media Sosial.....	16
6. Instagram @ponorogo.tourism	18

B. Kerangka Pikir	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Tempat dan Waktu	23
1. Waktu Penelitian	23
2. Tempat Penelitian.....	23
B. Jenis Penelitian.....	23
C. Subjek dan Objek Penelitian	24
1. Subjek.....	24
2. Objek.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
1. Observasi.....	26
2. Wawancara.....	26
3. Dokumentasi	26
E. Validitas Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	30
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	35
1. Strategi Komunikasi Disbudparpora Ponorogo menentukan Source (Sumber atau Komunikator).....	35
2. Strategi Komunikasi Disbudparpora Ponorogo menentukan Message (Pesan).....	42
3. Strategi Komunikasi Disbudparpora Ponorogo menentukan Channel (Media atau Saluran Komunikasi)	50
4. Strategi Komunikasi Disbudparpora Ponorogo menentukan Receiver (Penerima Pesan)	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65
1. Dokumentasi wawancara dengan Koordinator Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif Disbudparpora Ponorogo ...	65
2. Dokumentasi wawancara dengan Admin Media Sosial Instagram @ponorogo.tourism	66
3. Dokumentasi wawancara dengan followers Instagram @ponorogo.tourism	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Komunkasi S-M-C-R David K Berlo (1960).....	10
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Disbudaparpora Ponorogo	30
Gambar 4. 2 Official Logo Instagram @ponorogo.tourism.....	33
Gambar 4. 3 Post Informasi Event Nusantara @ponorogo.tourism.....	43
Gambar 4. 4 Post Informasi Festival & Lomba Makanan Khas Jatim (2017)	44
Gambar 4. 5 Post Informasi Wisata Sawah Lungguh (2021).....	45
Gambar 4. 6 Post Informasi Event Grebeg Suro (2022).....	45
Gambar 4. 7 Post Informasi Event Halal Bihalal Seniman Reog (2023).....	53

