

**PERAN MEDIA INSTAGRAM AMAZING MALANG TERHADAP MINAT
PERANTAU DALAM BERWISATA DI KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**SUKRIANTO
NIM. 2014230062**

**KONSENTRASI BROADCASTING
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2018**

RINGKASAN

Media *Instagram* yang sekarang menjadi sorotan dalam proses komunikasi dan penyampaian pesan. Dalam hal ini media *Instagram* menjadi senjata terdepan dalam promosi serta informasi komunikasi yang hendak dikemas untuk dikonsumsi oleh masyarakat. *Instagram* digunakan oleh beberapa wisata di kota Malang ini untuk mempromosikan wisata mereka agar dikenali oleh banyak orang, oleh sebab itu peran *Instagram Amazing Malang Terhadap Perantau Dalam Berwisata Di Kabupaten Malang* promosi wisata melalui akun *instagram* adalah cara dan trik yang modern dan mengikuti perkembangan saat ini, peran media sangat penting dalam sektor ini. melalui media semua tersalurkan dengan baik dan cepat sesuai keinginan dan jangkauan komunikasi. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa/mahasiswi perantau yang ada di kota Malang, dengan menggunakan metode kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai mahasiswa/mahasiswi, setelah hasil wawancara tersebut maka akan dianalisis dan berikan kesimpulan.

Kata Kunci : *.Peran Instagram, Minat Berwisata*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era komunikasi yang begitu pesat sekarang ini seperti TV, Radio, Koran, Majalah dan lain-lain. Ada sebagian orang mengatakan saat ini media konvensional sudah menjadi media digital yang mempengaruhi banyak aspek kehidupan manusia.

Benda nyata yang dapat digunakan sebagai alat yang dapat menyampaikan pesan-pesan adalah seperti Film, surat kabar, radio, Tv dan lainnya. Perkembangan teknologi komunikasi pada saat ini telah menyediakan media komunikasi yang semakin variatif. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia terhadap informasi semakin meningkat teknologi komunikasi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan sebuah informasi dengan mudah. Smartphone juga ikut andil dalam membantu perkembangan media sosial, Media sosial sangat berperan dalam berbagai aspek aspek, Seperti hiburan, pendidikan, kesehatan, mengekspresikan diri. Masing-masing orang pasti memiliki alasan yang tidak sama ketika mereka menggunakan media sosial, entah itu untuk berkomunikasi, bertukar informasi, penjualan, atau mencari tahu sesuatu yang berhubungan dengan trend yang berkembang saat ini. Oleh sebab itu peran instagram disini sangatlah penting untuk menjawab semua permasalahan yang ada.

Asal mula instagram berasal dari Kata “insta” berasal dari kata “instan, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Yang berarti instagram dapat menampilkan foto secara instant. Sedangkan kata “gram” yang berasal dari kata “ telegram” yang cara kerjanya dengan mengirim informasi yang diinginkan disampaikan kepada semua dengan cepat. Yang artinya informasi yang diterima oleh konsumen dapat tersalurkan dengan cepat.

Keunggulan instagram dibandingkan dengan media lainnya ialah dalam pengunggahan photo lebih cepat dan bisa menyunting foto dengan berbagai efek yang diinginkan. Dengan foto-foto, instagram juga mampu memberikan informasi terkait tempat atau spot foto yang dicari oleh anak-anak mudah yang hendak pergi berwisata. Oleh sebab itu berdasarkan judul penelitian ini, peneliti ingin meneliti sejauh mana peran salah satu media instagram terhadap minat orang-orang dalam berwisata, sebagai contoh peneliti mengambil satu sampel akun instagram @Amazing Malang. akun instagram ini merupakan salah satu akun instagram yang ada di kota malang, yang menyediakan berbagai sumber referensi kepada khalayak untuk berwisata. Berdasarkan data yang saya peroleh, dari akun *instagram* Amazing Malang hingga Juli 2018, jumlah *followers* mencapai 341k Pengikut. @amazingmalang rajin mem-posting foto maupun video beserta *caption* untuk memberikan informasi kepada *followers*-nya yakni bertujuan untuk memberikan informasi tentang wisata dan kuliner yang ada di Kabupaten Malang. Terutama buat kalangan anak muda yang hendak berwisata, alangkah maka akun instagram ini menjadi contoh sumber terpercaya.

Dari permasalahan di atas maka peneliti dapat mengambil kesimpulan berupa rumusan masalah yang dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :
Bagaimana Peran Media Sosial Instagram Amazing Malang terhadap minat berwisata mahasiswa perantau di Kabupaten Malang?.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai oleh penulis yaitu:

Untuk mengetahui seberapa besar peran media *Instagram* Amazing Malang dalam menarik minat mahasiswa baru perantau di Unitri untuk berkunjung ke wisata yang ada di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini Memiliki dua manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat akademis

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di era perkembangan komunikasi sekarang ini. Khususnya dibidang ilmu komunikasi universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis kiranya dapat menambah pengetahuan penulis secara teori maupun praktik. Juga dapat menambah pengalaman dalam menganalisis permasalahan di bidang ilmu komunikasi, juga memperluas pengetahuan mengenai peran media sosial Instagram dalam berwisata. Dan berguna bagi semua kalangan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Refisi) Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin. Burhan. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Raja Wali Pers.
- Bauer, Jeffrey C. (2003). *Role Ambiguit and Role Clarity :A Comperison of Attitudes in Germaniy and the United States*. Dissertation.University of Cincimati- Clermonti.
- Dimiyati, Mudjiono. (2010). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- H. B. Sutopo. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Kaplan, Andreas M., Michael Haenlein. (2010). *User of the world, unite The challenges and opprtunnities of social Media, Bussines Horizos*.
- Lexy Meleong J, 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosda karya.
- Nana, Syadiah, Sukmadinata, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Putri Sekar, 2004 *Remaja lebih suka Instagram daripada Facebook*. Artikel Diakses dari <http://www.marketing.co.id/remaja-lebih-suka-istagram-daripada-facebook/>.pada tanggal 14 agustus 2018 jam 7 : WIB.
- Rakhmat Jalaludin, 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Remadja Karya.
- Ruslan Rosady, 2010. *Manajemen Publik Relations Dan Media Komunikasi*.Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Sugiono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D (Cetak ke 14 Bandung)
Alfabeta.
- Soekanto, Soerjono. 2012. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta : Rajawali Pers.
- Saverin, W. J. & James W. Tankard, Jr. 2009. Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, Terapan
di dalam Media Massa. Edisi kelima. Jakarta: Kencana.
- Suryabrata, Sumadi. Psikologi Pendidikan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2004.
- Sukardi, 2011. Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi Jakarta Bumi Aksara.
- Wiryoandoyo, Sudarno. 2002. Perubahan Sosial Dalam Masyarakat Moderen. Yogyakarta :
Tiara Wacana.