



**PEMANFAATAN INSTAGRAM @green\_talao\_park OLEH  
KELOMPOK SADAR WISATA SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
UNTUK MENINGKATKAN PENGUNJUNG DI  
KAB. PADANG PARIAMAN**



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**HILYATI FITRI**  
**NIM. 11840322054**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

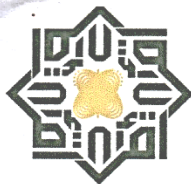
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2023**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Hilyati Fitri  
NIM : 11840322054  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_talao\_park Dalam Meningkatkan Pengunjung Kab. Padang Pariaman

Telah dimunqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Rabu  
Tanggal : 11 Oktober 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S.I.Kom Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Oktober 2023



Prof. Dr. Amron Rosidi, S. Pd., M.A  
NIP. 1981118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

**Dr. Titi Antin, S.Sos, M.Si**  
NIP. 19700301 199903 2 002

Penguji III

**Rafdeadi, MA**  
NIP. 19821225 201101 1 011

Sekretaris/ Penguji II

**Muhammad Soim, M.A**  
NIK. 130 417 084

Penguji IV

**Julis Suriyani, M.I.Kom**  
NIK. 150 417 019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA @green\_talao\_park TERHADAP PENINGKATAN PENGUNJUNG

Disusun Oleh:

**Hilyati Fitri**

11840322054

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 29 September 2023

Pembimbing,



**Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si**

NIP. 19940213 201903 2 015

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Badri, M.Si.**

NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hilyati Fitri  
NIM : 11840322054  
Tempat/Tgl. Lahir : Pariaman, 21 Januari 2000  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul skripsi : “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_talao\_park Terhadap Peningkatan Pengunjung”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan tercantum sebagai bagian dari skripsi ini jika terdapat karya orang lain , saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada Footnote dan Daftar Pustaka. Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh dari skripsi ini. Sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-undang yang berlaku.

Pekanbaru, 29 September 2023  
Yang membuat pernyataan



Hilyati Fitri  
NIM. 11840322054



## ABSTRAK

**Nama** : Hilyati Fitri  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Pemanfaatan Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Di Kab. Padang Pariaman.

Penelitian ini menelaah Pemanfaatan Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Di Kab. Padang Pariaman. Dengan fokus penelitian yang di kaji yaitu Bagaimana Manfaat Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung di Kabupaten Padang Pariaman. Teori penelitian menggunakan New Media oleh Pierre Levy. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelusuran Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut promosi dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk mempromosikan wisata sehingga memudahkan wisatawan dalam mencari informasi terkait wisata Green Talao Park dengan jangkauannya yang luas dan dominan menggunakan fitur *hashtag* admin lebih mudah untuk memberikan informasi yang secara detail terkait dengan informasi objek wisata Green Talao Park sehingga membuat pengunjung tertarik.

**Kata Kunci** : Pemanfaatan, Instagram, Promosi

## ABSTRACT

**Name** : Hilyati Fitri  
**Study Program** : Communication Science  
**Title** : Utilization of Instagram @green\_talao\_park by The Tourism awareness group as a Promotional Media to Increase Visitors in Padang Pariaman Regency.

This study examines the utilization of instagram @green\_talao\_park by the Tourism awareness Group as a Promotional Media to increase visitors in Padang Pariaman Regency. With the focus of the research studied namely ow the Benefits of Instagram @green\_talao\_park by the Tourism Awareness Group a as Promotional Media to Increase Visitors. The purpose of this study was to determine the Utilization of Instagram @green\_talao\_park by Tourism Awareness Group a as Promotional Media to Increase Visitors in Padang Pariaman Regency. The research theory uses New Media by Pierre Levy. The data collection techniques used in this research are observation, interviews and documentation. Based on the research The results of this study are follows promotion by utilizing Instagram features to promote tourism so that it makes it easier for tourists to find information related to Green Talao Park tours with a wide range and dominant using the *hashtag* feature the admin is easier to provide detailed information related to Green Talao Park tourist attraction information so that visitors are interested.

**Keywords:** Utilization, Instagram, Promotion.



## KATA PENGANTAR



### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirobbil'alamin penulis ucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_taralo\_park Terhadap Peningkatan Pengunjung”** pada waktunya. Dan shalawat beriringan salam penulis sampaikan kepada baginda Nabi besar kita Muhamamd SAW, dengan mengucapkan Allahumma shalli”ala sayyidina Muhammad, wa”ala alihi sayyidina Muhammad.

Terselesaikan nya skripsi ini berkat karunia Allah SWT serta dukungan, motivasi bimbingan dan bantuan dari semua pihak yang telah membantu, meluangkan waktunya untuk penulis. Yang paling utama penulis ucapkan terimakasih yang sangat tulus kepada kedua Orang Tua Ayahanda Bustamar dan Ibunda Fatma Ridawani yang telah memberikan cinta dan kasih sayang baik secara materil maupun secara moril juga do'a yang tak pernah putus. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat.Amiin. Kepada Adik Tersayang Khaisya Aulia Putri yang selalu memberi semangat dan candaan sebagai pelipur lara penulis. Serta dukungan penuh semangat, motivasi dari keluarga besar sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom, selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I., MA selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan arahan serta dukungannya kepada penulis.
6. Ibu Febby Amelia Trisakti, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dalam membimbing penulis dengan berbagai masukan, motivasi dalam proses penelitian maupun penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan serta berbagai pengalaman kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Karyawan/I Fakultas Dawah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dengan baik dan kemudahan dalam administrasi.
9. Kepada Feri Juliardy Ibnu Nazar yang selalu menemani dan selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya, yang juga sedang menempuh pendidikan pascasarjannya semoga dilancarkan dan lulus tepat waktu. Tetap menjadi orang yang selalu baik dan tidak tunduk kepada apa yang menurutnya salah dan memiliki jalan pemikiran jarang dimiliki manusia lain.
10. Kepada sahabat saya Claughea Minggualena Ariesta, yang selalu memberikan semangat dan support selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih kepada teman seperjuangan yang selalu memberikan support kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini Siti Ayu Masturi, Selvi Susanti, Widara Salsabilla Wardhana.
12. Kepada teman dan adik-adik satu atap yang selalu memberi semangat kepada penulis Windy Ayu Safitri, Marthania Megyandri Irsal, Yovika Putri, Nurzana, Dinda Ayu Permata Putri. Kepada teman-teman KKN DR Plus 2021 dan kepada seluruh teman-teman yang telah mau menjadi tempat penulis untuk berkeluh kesah dengan selalu memberikan dorongan dan support.
13. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan selama di perkuliahan teman seangkatan 2018 khususnya teman-teman kelas Ilmu Komunikasi G dan juga Kelas Public Relation C yang telah memberikan banyak pengalaman yang kita lalui.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa saran atau kritikan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Amiin Yarobbal'Alamin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 12 September 2023

Penulis

Hilyati Fitri

NIM. 11840322054



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Penegasan Istilah.....	4
1.3. Rumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN TERDAHULU DAN KERANGKA BERPIKIR</b>	
2.1. Kajian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori .....	11
2.3. Konsep Operasional .....	29
2.4. Kerangka Berpikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	32
3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	32
3.3. Sumber Data Penelitian.....	32
3.4. Informan Penelitian.....	32
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6. Validasi Data.....	34
3.7. Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
4.1. Profil Kabupaten Padang Pariaman dan Kecamatan Ulakan Tapakis.....	36
4.2. Sejarah Wisata Green Talao Park .....	41
4.3. Struktur Pengelola Green Talao Park.....	43
4.4. Fasilitas Wisata Green Talao Park .....	43
4.5. Profil Akun Instagram Green Talao Park.....	44
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Hasil Penelitian .....	46
5.2. Pembahasan.....	57



## BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan ..... 64

6.2. Saran..... 64

**DAFTAR PUSTAKA ..... 66**

## LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. : Informan Penelitian .....	33
Tabel 4.1. : Jumlah Pengunjung .....	44
Tabel 5.1. : Penggunaan Instagram Dalam Mempromosikan Objek Wisata Green Talao Park.....	62



UIN SUSKA RIAU



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Data Penggunaan Instagram .....	2
Gambar 2.1.	Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 4.2.	Struktur Pengelola Kelompok Sadar Wisata Green Talao Park .....	43
Gambar 4.3.	Profil Akun Instagram Green Talao Park .....	45
Gambar 5.1.	Bentuk Promosi Green Talao Park .....	49
Gambar 5.2.	Penggunaan <i>Hashtag</i> Pada Postingan Media Sosial Instagram Green Talao Park .....	50
Gambar 5.3.	Penggunaan Follow Pada Akun Instagram Green Talao Park .....	51
Gambar 5.4.	Penggunaan <i>Geotag</i> Pada Postingan Media Sosian Instagram Green Talao Park .....	52
Gambar 5.5.	Penggunaan Fitur Repost Pada Akun Instagram Green Talao Park.....	53
Gambar 5.6.	Penggunaan Fitur <i>Mentions</i> Pada Akun Instagram Green Talao Park.....	54

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Draft Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kepariwisataan, termasuk perusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Selain itu, pariwisata juga merupakan salah satu industri yang semakin maju dan terus berkembang di dunia dari waktu ke waktu.<sup>1</sup>

Seiring dengan berkembangnya objek wisata yang ada di Indonesia, hal ini menarik minat wisatawan yang ada di Indonesia khususnya dan dunia umumnya. Oleh karena itu harus ada upaya untuk mengenalkan objek wisata tersebut agar calon wisatawan mendapatkan informasi yang mudah mengenai objek wisata tersebut. Dengan seiring berkembangnya zaman maka teknologi juga ikut berkembang sehingga memudahkan pekerjaan manusia. Hal itu dapat kita manfaatkan dalam mempromosikan objek wisata tersebut.

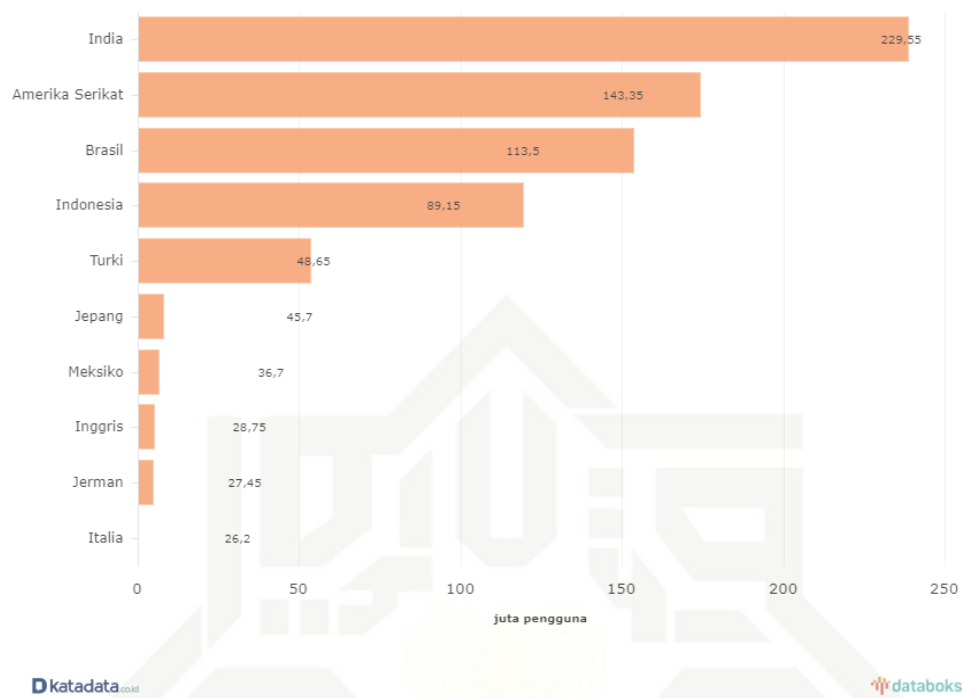
Lalu munculah aplikasi media sosial terutama Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diminati oleh penduduk di dunia terutama di Indonesia yang berada di peringkat ke 4 sebagai penduduknya yang menggunakan aplikasi Instagram tersebut sebanyak 89,15 juta pengguna aktif perbulan yang jangkauannya mencapai 60,4 persen dari total populasi awal tahun. Rata-rata penggunaannya terdiri dari 78,5 persen pengguna internet lokal (tanpa memandang usia), 46,8 persen penggunaannya adalah perempuan sedangkan 53,2 persen adalah laki-laki.

---

<sup>1</sup> J K Lontoh et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020): 11–20.



Gambar : 1.1



(Sumber : databoks.katadata.co.id)

Tidak sedikit pengelola objek wisata sekarang yang sudah memanfaatkan aplikasi media sosial instagram untuk mempromosikan objek wisata yang mereka kelola. Salah satu objek wisata yang sudah menggunakan media teknologi dalam mempromosikan objek wisatanya ialah Green Talao Park yang terletak di Kabupaten Padang Pariaman, Kecamatan Ulakan Tapakis, Provinsi Sumatera Barat.

Objek wisata green talao park yang berada di Kabupaten Padang Pariaman ini merupakan objek wisata yang baru di Sumatera Barat. Letak dari objek wisata tersebut lumayan jauh dari jalan raya ke pemukiman warga. Untuk mengenalkan tempat tersebut kepada calon wisatawan maka diperlukannya promosi agar masyarakat tahu bahwa ada objek wisata baru sehingga bisa menarik pengunjung untuk datang kesana dan meningkatkan jumlah pengunjung.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Observasi peneliti

Objek wisata ini pada awalnya kurang perhatian oleh pemerintah daerah terutama oleh dinas pariwisata. Karena pada awalnya objek wisata ini dianggap tidak akan bertahan lama dan menarik bagi pengunjung sehingga tidak terlalu dipedulikan. Maka dengan begitu objek wisata tersebut kurang dalam promosi sehingga tidak begitu terkenal di kalangan wisatawan. Maka hal tersebut akan menjadi ancaman bagi masyarakat sekitar dan juga pengelola objek wisata tersebut yang nantinya berpengaruh kepada ekonomi masyarakat.<sup>3</sup>

Semenjak wisata Green Talao Park menggunakan aplikasi instagram sebagai promosi sebuah tempat wisata supaya lebih dikenal oleh masyarakat setempat dan para wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Hal yang menjadi daya tarik wisata Green Talao park ini yaitu satu-satunya tempat wisata yang daerahnya memiliki pulau di kawasannya sebut saja kawasan kepulauan pieh yang menjadi salah satu potensi wisata, selain itu juga memiliki keunikan yang lainnya yaitu memiliki rawa yang ditumbuhi berbagai macam tumbuhan mangrove dan nipah yang masyarakat disana menyebutnya dengan nama talao. Talao sendiri adalah suatu rawa yang berada di pinggir pantai yang ditumbuhi oleh batang nipah dan berbagai tumbuhan mangrove. Di talao ini juga memiliki keunikan lainnya yaitu keunikan flora dan fauna yang hidup di dalamnya, sebut saja pohon nipah dan binatang kepiting bakau, lokan, dan lainnya.<sup>4</sup>

Ekowisata dan edukasi Green Talao Park salah satu wisata yang memiliki ciri khusus dengan adanya trekking yang terbentang sepanjang 1,8 km dan menjadi trekking terpanjang di Indonesia yang menjadikan wisata ini semakin populer di media sosial. Selain memiliki trekking, wisata ini memiliki beberapa kelebihan yaitu tempat spot sunset terbaik. Hal ini bisa dilihat dari berbagai postingan yang ada di instagram yang memposting keindahan sunset di sini.

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> <http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2020/9/28/ekowisata-dan-edukasi-green-talao-park-icon-baru-nan-menjanjikan-di-nagari-ulakan> .



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1. Spot sunset

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini dengan sebuah karya ilmiah yang berjudul “**Pemanfaatan Instagram @Green\_Talao\_Park oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Pengunjung di Kab. Padang Pariaman**”.

## 1.2 Penegasan Istilah

Penegasan istilah adalah sebuah pengertian atau definisi tentang istilah-istilah atau variabel- variabel yang terdapat dalam sebuah penelitian serta dapat dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel.

Untuk lebih memperjelas dan menghindari kesalahpahaman terhadap istilah- istilah dalam sebuah penelitian, maka peneliti merasa sangat perlu menjelaskan variabel – variabel yang terdapat pada judul yang nantinya akan dijadikan patokan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:



## 1. Pemanfaatan

Dalam Kamus Bahasa Indonesia yang pemanfaatan adalah dari kata manfaat yang arti: proses, cara, perbuatan memanfaatkan yaitu supaya mempertahankan sifat bermanfaat yang berkesinambungan. Pemanfaatan merupakan turunan dari kata “Manfaat”, yaitu suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Penghadapan tersebut pada umumnya mengarah pada perolehan atau pemakaian yang hal-hal yang berguna baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat.<sup>5</sup>

## 2. Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Arti dari media adalah alat komunikasi atau alat perantara, sedangkan sosial adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh setiap orang dalam berkontribusi kepada masyarakat.<sup>6</sup>

Media sosial adalah sebuah alat internet yang memungkinkan penggunanya bisa mewakili diri mereka sendiri secara virtual, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya dan membentuk ikatan sosial.<sup>7</sup>

## 3. Instagram

Merupakan sebuah aplikasi khusus untuk berbagi foto yang fungsinya untuk mengunggah foto (*upload*), mengambil foto (*mendownload*), mengedit foto, menambahkan filter pada foto (efek foto), memberikan komentar pada foto, memberi caption pada foto, tag, lokasi, dan membagikan foto ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya.<sup>8</sup>

<sup>5</sup> Fedianty Augustinah, Widayati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Keripik Singkong Di Kabupaten Sampang”, Jurnal Dialektika, Vol 4, No. 2, (2019).

<sup>6</sup> Serly Maretno and Marlina Marlina, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Perpustakaan,” Baitul ’Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 5, No. 1, 2021: 58–71.

<sup>7</sup> Yusuf Faridah, Hardianto Rahman, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera”, Vol 2, No 1 (2023).

<sup>8</sup> Novi Herlina, “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, Jom Fisisp, Vol.4, No. 2, (2017)



### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis sampaikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana Manfaat Media Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Di Kab. Padang Pariaman?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentu saja memiliki sebuah tujuan yang harus dicapai. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pemanfaatan Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Di Kab. Padang Pariaman.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

#### 1.5.1 Kegunaan Akademis

- 1) Mengembangkan Ilmu Komunikasi terkhususnya dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_talao\_park Dalam Meningkatkan Pengunjung.
- 2) Sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti untuk memperdalam ilmu dibidang komunikasi khususnya konsentrasi Public Relations.
- 3) Sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar sarjana strata I (S1) S.I.Kom di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

#### 1.5.2 Kegunaan Teoritis

- 1) Dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi pengguna media sosial khususnya instagram yang dapat digunakan sebagai media promosi dengan adanya fitur dan kecanggihan media sosial tersebut.
- 2) Dapat menjadi referensi tambahan bagi pengguna instagram dalam menggunakan fitur dan kecanggihan media sosial tersebut khususnya Wisata @green\_talao\_park.

### 1.5.3 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat sebagai sumber informasi dan evaluasi bagi pengelola wisata dalam memanfaatkan media sosial instagram dalam mempromosikan objek wisata Green Talao Park.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi penelitian ini disusun dalam bentuk sistematika sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Yang terdiri dari latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR**

Bab ini terdiri dari kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional dan kerangka berpikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, informasi penelitian, teknik pengumpulam data, validasi data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisikan gambaran umum subjek penelitian mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_talao\_park Terhadap Peningkatan Pengunjung.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan.

### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**





## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu maka perlu dilihat dengan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama dengan penelitian ini sebagai berikut :

1. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan” oleh Fadli Harisa Ramadhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media instagram sebagai media komunikasi dalam promosi penjualan, pemanfaatan media instagram sebagai media pemasaran dalam promosi penjualan dan mengetahui penggunaan media sosial instagram sebagai media bisnis dalam penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial instagram dapat untuk mempermudah berkomunikasi dengan masyarakat atau pelanggan, dari fitur-fitur tersebut dapat membuat pengguna media sosial suka menggunakan aplikasi dan mempermudah untuk pemasaran serta mampu memberikan dampak untuk menarik banyak pengunjung tetap di akun instagram bisnis online, proses promosi mendapatkan banyak keuntungan dan penjualan tidak perlu merogoh kocek sama sekali.<sup>9</sup> Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan sedangkan penulis membahas tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi wisata terhadap peningkatan pengunjung.
2. Artikel jurnal berjudul “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Whatsapp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur Di Masa Pandemi Covid-19” oleh Rahmah Taqiyya dan

---

<sup>9</sup> Fadli Harisa Ramadhan, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram,” *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017): 1–15.

Sugeng Riyanto. Penelitian ini membahas tentang strategi pemanfaatan Facebook dan Whatsapp untuk memperluas jaringan pemasaran benih sayuran yang dilakukan oleh Wafipreneur di masa pandemic Covid-19. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik wawancara mendalam dengan narasumber, studi literatur dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, Facebook dan Whatsapp merupakan media sosial yang berbasis pesan yang paling sering dikunjungi oleh penggunanya.<sup>10</sup> Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini membahas strategi media sosial Facebook dan Whatsapp, sedangkan penulis membahas tentang tentang pemanfaatan media sosial Instagram.

3. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku)”, oleh Mira Veranita, Rini Susilowati dan Ramayani Yusuf. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan platform media sosial instagram sebagai media promosi industri kuliner saat pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang menggunakan studi kasus dengan teknis analisis isi (*content analysis*). Diperoleh hasil penelitian bahwa akun @kolakcampurkolaku telah memanfaatkan Strategi Digital Marketing dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan cukup baik dan efektif.<sup>11</sup> Perbedaan dalam penelitian ini adalah mengkaji tentang pemanfaatan platform media sosial instagram sebagai media promosi industri kuliner, sedangkan penulis lebih mengkaji pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi wisata.
4. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Media Sosial “Facebook” Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia”, Mayasari Sasmito, S.Kom,

<sup>10</sup>Rahmah & Taqiyya and Sugeng Riyanto, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan WhatsApp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur Di Masa Pandemi Covid-19,” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2, no. 10 (2020): 5–24.

<sup>11</sup> Mira Veranita, Rini Susilowati, and Ramayani Yusuf, “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku),” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 17, no. 3 (2021): 279–90.



M.Kom. Penelitian ini bertujuan bagaimana facebook sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi wisata.<sup>12</sup>

5. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”, Juli Anggraini. Penelitian ini bertujuan media sosial instagram menjadi sarana promosi perpustakaan UINSU.<sup>13</sup> Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi wisata.
6. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan Forum Indonesia Membaca”, Arini E.P. penelitian ini bertujuan media sosial promosi perpustakaan forum indonesia membaca.<sup>14</sup> Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi wisata.
7. Artikel jurnal berjudul “Studi Kelayakan Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta”, Martalia Arimbi. Penelitian ini bertujuan media sosial instagram untuk promosi kegiatan balai layanan perpustakaan Grhatama pustaka yogyakarta. Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi wisata.
8. Artikel jurnal berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @Tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit”, Fauzia Maghfiroh. Penelitian ini bertujuan menggunakan instagram untuk media promosi dalam meningkatkan pengunjung di @Tamanwisatagenilagit Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan instagram sebagai media promosi wisata di @Green\_Talao\_Park.

<sup>12</sup> Jurnal Media and Aplikom Issn, “The Usage of Social Media ‘Facebook’ For Indonesian Learning Instrument” 4, no. 4 (2015): 2086–2972.

<sup>13</sup> Juli Anggraini, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara", Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (2021).

<sup>14</sup> Arini Eka Purwanti, “Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan forum Indonesia Membaca”, Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Indonesia (2010).



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Artikel jurnal berjudul “ Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial” Rahmi Fauziah, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas promosi destinasi wisata rekreasi gunung pancar melalui postingan *Instagram*<sup>15</sup>. Sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi wisata Green Talao Park.
10. Artikel jurnal berjudul “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @YHOOPHII\_OFFICIAL Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan” Cindie Sya’bania Feroza dan Desy Misnawati. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Sedangkan peneliti bertujuan bagaimana pemanfaatan media sosial instagram @green\_talao\_park sebagai media promosi.

## 2.2 Landasan Teori

Dalam suatu penelitian tidak luput dari yang namanya teori supaya suatu penelitian itu bisa dikatakan sebagai penelitian ilmiah. Secara umum, teori (theory) adalah sebuah sistem konsep yang mengindikasikan adanya hubungan di antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena. Menurut Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai “sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi.”<sup>16</sup>

Teori ialah serangkaian konsep yang saling berhubungan dan biasanya sering diungkapkan oleh para ahli di suatu bidang keilmuan yang bertujuan memberikan gambaran yang sistematis tentang suatu fenomena. Gambar sistematis ini dijabarkan dan menghubungkan variabel yang satu dengan yang lain bertujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut.

<sup>15</sup> R. Fauziah *et al*, “Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial”, *Jurnal Komunikatio*, Vol 4, No.1 (2018).

<sup>16</sup> Richard West, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi Ke 3*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2008), 49.





Ada beberapa teori yang menjadi acuan terhadap permasalahan yang ada. Sesuai dengan penjelasan diatas peneliti menggunakan teori *new media* didalam penelitian ini. Karena teori tersebut sesuai dengan penelitian yang peneliti teliti sehingga dapat memudahkan dalam penelitian ini.

### 2.2.1 Teori New Media

#### a. Pengertian Teori *New Media*

*New media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan sebuah teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke *era digital*.

Sesuai dengan penjelasan diatas maka teori *new media* dapat memudahkan untuk membantu dalam membranding tempat pariwisata. Oleh sebab itu maka dinas pariwisata mulai menggunakan media instagram untuk memberikan informasi serta membranding tempat pariwisata. Media instagram dinilai lebih efisien dalam memberikan informasi karena informasi yang diberikan akan cepat sampai kepada masyarakat, tidak banyak membuang tenaga dalam penyampaian informasi dan karena banyak dari masyarakat serta remaja yang memakai instagram maka mereka secara tidak langsung akan membantu membranding tempat pariwisata tersebut.

Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang disampaikan oleh Pierre Levy, yaitu :

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara





untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

*New media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima.<sup>17</sup> *New Media* merupakan sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional dengan media digital. Keunggulan dari *new media* yaitu yang bersifat *realtime*, dimana masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan yang cepat, kapan dan dimana saja selama mereka terkoneksi dengan perangkat yang terhubung dengan jaringan internet.

*New Media* terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer, smartphone dan jaringan internet secara khusus. Termasuk didalamnya terdapat *web, blog, online social network, online forum* dan sebagainya yang menggunakan komputer sebagai mediana.

Dalam perkembangannya, *new media* menjadi media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkan.

Dari penjelasan diatas, jenis-jenis media baru tidak terlepas dari key term seperti :

- 1) *Digitality*, dimana semua proses sebuah media digital disimpan ke dalam bentuk bilangan sehingga keluarannya (output) dalam bentuk *online, digital disk, memory drives* yang akan diubah dan diterima dalam layar monitor atau dalam bentuk ‘*hard copy*’.
- 2) *Interactivity*, merujuk kepada adanya kesempatan dimana teks dalam media baru mampu memberikan *users* untuk ‘*write back into the text*’.

<sup>17</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 70.



- 3) *Hypertextuality*, merupakan konsep yang berkaitan dengan cara informasi disusun, disajikan, dan dihubungkan dalam bentuk teks atau media digital.
- 4) *Dispersal*, media baru lebih ke proses produksi dan distribusi menjadi *decentralized* dan mengandalkan keaktifan individu (*highly individuated*).
- 5) *Virtuality*, merujuk pada interaksi sosial yang terjadi dalam dunia maya, seperti media sosial, permainan daring, atau komunitas virtual. Hal ini mencakup komunikasi dan hubungan antara individu yang terjadi di platform digital.<sup>18</sup>

#### b. Konsep *New Media*

Dalam terminologi *new media* terdapat beberapa konsep yang membawa lahirnya Media di dalam buku yang ditulis oleh Gane dan David Beer berjudul *New Media: They Key Concepts* mengatakan ada enam konsep di dalam new media diantaranya :

##### 1. Network/ Jaringan

Sebuah jaringan komputer (local area network (LAN) ) yang mencakup wilayah geografis yang kecil dan menghubungkan perangkat dalam suatu gedung atau kelompok bangunan atau mencakup wilayah yang lebih luas seperti kota, negara bagian negara atau dunia (WAN).

##### 2. Informasi

Machlup mendefinisikan informasi sebagai komunikasi pengetahuan. Dalam karya klasiknya: Informasi ialah data yang telah disusun dan dikomunikasikan. Menurut Lash, informasi sebagai bentuk yang harus bisa mengalir dan diproduksi oleh media komunikasi digital, dan menyarankan untuk merumuskan kembali teori kritis di era informasi.

<sup>18</sup> Ido Prijana Hadi, “ Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern”, Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, vol. 3, No. 1, (2009).



### 3. Interface

Interface adalah sebuah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan. Dapat dikatakan interface media baru adalah pertemuan titik dari sejumlah dinamika sosial dan budaya yang penting, untuk memungkinkan dan menengahi struktur informasi dan mengubah hubungan antara tubuh dan lingkungan mereka.

### 4. Archive

Media Teknologi memberikan perubahan cara mengolah arsip, yang semula berbentuk kertas dan banyak memakan ruang dalam penyimpanan, kini arsip pun bisa dikelola secara digital oleh media teknologi.

### 5. *Interactivity*

Interaktivitas di era digital alaha sebuah mitos dikarenakan teknologi media baru sering tidak sepenuhnya interaktif.

### 6. Simulasi

Di dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane menyebutkan bahwa menurut baudrillard, simulasi memungkinkan teknologi sebagai media yang dimana tidak hanya menghasilkan barang tetapi juga tanda dan objek yang ingin dilihat dalam hal ini *Software* dan *Hardware*, teknologi sebagai media yang memungkinkan interaktifitas kepada pengguna lainnya.<sup>19</sup>

## 2.2.2. Komunikasi Pariwisata

### a. Pengertian Komunikasi Pariwisata

Komunikasi Pariwisata merupakan kegiatan manusia untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan yang mengunjungi wisata sambil menikmati pemandangan destinasi wisata yang lain, sehingga wisatawan mengetahui tempat yang ingin dikunjunginya dan sangat tertarik lagi mengunjungi wisata lainnya.

<sup>19</sup> Hernani Andini Utami, “Media Baru Dan Anak Muda; Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga”, Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga, Vol. 11 No. 1, (2021).



Menurut Nugraha dan Prastowo Komunikasi Pariwisata merupakan suatu kegiatan interaksi manusia yang melibatkan proses pertukaran informasi yang berhubungan dengan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut yang juga didukung oleh fasilitas dan layanan dari *Stakeholders* kepariwisataan.<sup>20</sup>

Ada beberapa bidang kajian dari komunikasi pariwisata yang telah dikelompokkan berdasarkan bidang-bidang yang menarik antara lain:<sup>21</sup>

#### 1) Komunikasi Pemasaran Wisata

Bidang ini merangkap secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang ini menjelaskan tentang 4P, 7P, *Communication Mix*, *Marketing Mix*, dan hal tentang TMC. Bidang ini merupakan bidang yang secara utuh mengkaji TMC dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik.

#### 2) Brand Destinasi

Brand destinasi merupakan pembahasan tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi yang dimana brand destinasi tersebut merupakan sebuah media dan pesan itu sendiri dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya dalam konteks pemasaran pariwisata.

#### 3) Manajemen Komunikasi Pariwisata

Dalam konteks ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan yang sangat penting diterapkan dibidang komunikasi pariwisata, sebagaimana *manage* pemasaran pariwisata, *manage* destinasi, *manage* aksesibilitas dan *manage* SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan *leadership*, bagaimana *manage* orang-orang, *manage* anggaran dan *manage* alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata.

<sup>20</sup> Susie Purbasari, et all, “ Pengembangan Komunikasi Pariwisata Halal di Kabupaten Garut Jawa Barat”, Jurnal Altasia, Vol. 2, No. 2 (2020).

<sup>21</sup> *Ibid*





#### 4) Komunikasi Transportasi Pariwisata

Para wisatawan tentunya memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi wisata, oleh karena itu salah satu hal yang terpenting adalah informasi mengenai transportasi ke akses tujuan wisata tersebut. Hal ini tentu sangat penting dan memusatkan perhatian mereka ketika akan berwisata.

Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang dibutuhkan dalam menyampaikan informasi transportasi, dampak informasi terhadap wisatawan, dan umpan balik yang dibutuhkan. Kajian juga menyangkut tentang alat serta jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan, serta keselamatan transportasi, transportasi alternatif, dan koneksitas menggunakan akomodasi perhotelan, motel, guest house, dan sebagainya bila terjadi keadaan *emergency* di jalan.

Prinsip yang ada di dalam komunikasi transportasi ini merupakan keamanan, kenyamanan, keterjangkauan serta kenangan. Kajian ini termasuk juga bagaimana mengatasi penggunaan contoh-contoh komunikasi alternative seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut) serta media sosial dan media literasi lainnya.

##### 1) Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata ini merupakan bidang desain grafis yang sangat menantang pada bidang industri pariwisata, karena itu bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan pada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, serta kebebasan berkreasi. Komunikasi pariwisata visual memiliki aspek kajian konseptual konten komunikasi, diterapkan pada industri kreatif yang memproduksi cendramata, oleh-oleh dengan ikon wisata lokal yang berkesan dan menjadi brand pariwisata.





## 2) Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi dalam kelompok pariwisata yang menyangkut keterampilan pribadi pelaku pariwisata baik itu pemilik destinasi, penguasa *venue* atau bahkan keterampilan pribadi pramuwisata serta pandu wisata. Industri pariwisata bukanlah bisnis yang personal, melainkan bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan, komunikasi kelompok menjadi sangat penting.

## 3) Komunikasi Online Pariwisata

Media *online* adalah studi khusus dalam komunikasi, oleh karena itu media online pariwisata tidak hanya dapat digunakan sebagai sarana pemasaran, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai keuntungan dalam dunia pariwisata. Terdapat lima kemampuan media online saat ini yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi.

Kelima kemampuan media online ini dibahas dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata. Pada kajian ini menjelaskan juga tentang media baru (*new media*), media online baru (*new media online*), diversifikasi media, media metaphor, dan semiotika media sert media virtual yang dapat diaplikasikan ke dalam komunikasi pariwisata.

### 1. Public Relation dan MICE

Bidang *Public Relation* (PR) dan MICE merupakan bidang yang sangat penting dalam komunikasi pariwisata karena bidang ini merupakan salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Oleh karena itu, peran PR dalam mengelola seluruh program MICE sangat dibutuhkan, mulai dari perencanaan dan perumusan program MICE, masalah *funding explore*, sponsorship, pemasaran MICE, akomodasi dan pelaksanaan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Implementasi MICE, evaluasi dan perencanaan event MICE yang menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

## 2. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah penelitian, oleh karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan besar pada penelitian ini. Penelitian komunikasi pariwisata dapat mengadopsi topik penelitian komunikasi pariwisata.<sup>22</sup>

### b. Media Komunikasi Pariwisata

Keefektifan kegiatan komunikasi pariwisata memerlukan suatu media komunikasi yang tepat. Penggunaan saluran komunikasi yang tepat, pesan dari penjual kepada pembeli menentukan efektivitas komunikasi. Tujuan strategi pemilihan media adalah memilih media yang tepat untuk kampanye iklan agar pelanggan mengetahui, memahami, menentukan sikap dan membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Media komunikasi merupakan alat yang membantu komunikasi untuk menghubungkan saluran komunikasi yang berbeda untuk menjadi pengangkut sinyal dalam bentuk tulisan, visual, terdengar, tersentuh dan tercium. Penggunaan media komunikasi dalam kegiatan komunikasi pemasaran dibagi menjadi 3 kelompok yaitu:

1. Media massa, terdiri dari media elektronik dan media cetak.
2. Media kelompok, biasa digunakan pada kegiatan yang melibatkan kelompok tertentu, misalnya video presentasi.
3. Media Personal, seperti katalog, profil korporat dan folder.<sup>23</sup>

### 2.2.3 Media Sosial

#### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah fitur yang berbasis website yang dapat membentuk jaringan dan memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam

<sup>22</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata: pemasaran dan brand destinasi* (Jakarta: Kencana: 2015), hal. 94-97.

<sup>23</sup> Elisabeth Sitepu, Sabrin, "Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara", *Jurnal Massage Komunikasi*, Vol.9, No. 1 (2020); 28-44.



suatu komunitas. Di media sosial kita bisa melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan mengenal satu sama lain dalam bentuk tulisan visual dan audiovisual media sosial. Contohnya seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *tiktok*, *whatsaap*, dan lain-lain.

Menurut Thoyibie, media sosial merupakan konten yang berisi informasi dengan memanfaatkan teknologi yang sangat mudah diakses dengan maksud untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan orang lain atau masyarakat umum. Menurut Philip Kotler dan Kelvin Keller media sosial merupakan sarana komunikasi untuk berbagi macam informasi teks, gambar, audio dan video satu sama lainnya.

## b. Jenis- Jenis Media Sosial

Terdapat enam kategori besar media sosial yang terdapat dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39)

### 1. *Social Networking*

Merupakan sarana yang digunakan untuk melakukan berbagai interaksi termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Cara kerja situs jejaring sosial ini adalah penggunanya membentuk jaringan pertemanan baru, yang didasari pada minat yang sama seperti hobi yang sama. Contohnya adalah *Facebook* dan *Instagram*.

### 2. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memfasilitasi para penggunanya untuk mengunggah berbagai aktivitas sehari-hari, memebrikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain seperti berbagi tautan *web*, informasi, dan lain sebagainya.

### 3. *Microblogging*

*Microblogging* adalah jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk menulis dan mengunggah aktivitas dan pendapatnya.

#### 4. Media Sharing

Memungkinkan bagi penggunaannya untuk berbagi, menyimpan data media berupa dokumen, video, audio, gambar secara online. Jenis media sosialnya berupa *Youtube, Flickr, Photobucket* atau *Snapfish*.

#### 5. Social Bookmarking

Media sosial yang bekerja mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari suatu informasi secara online.

#### 6. Wiki

Merupakan sebuah situs yang dimana kontennya merupakan sebuah hasil kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web bisa mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi pengguna lain.<sup>24</sup>

### c. Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial saat ini telah banyak membentuk sebuah pola perilaku dari berbagai bidang di dala kehidupan manusia dnegan kekuatan yang pesat. Hal ini menghasilkan fungsi media sosial diantaranya :

- 1) Media sosial adalah media yang didesain untuk mempermudah, memperluas interaksi sosial dengan menggunakan teknologi yang ada saat iniseperti internet dan web.
- 2) Media Sosial berhasil mengubah praktik komunikasi yang searah media siaran dari saru intuisi media ke banyak orang praktik dialogis antar banyak orang.
- 3) Media sosial mendukung adanya demokratisasi pengetahuan dan informasi yang mana mengubah manusia dari pengguna menjadi pemnuat konten sendiri.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.

<sup>25</sup> Arum Purbohastuti Wahyuni, "Evektivitas media Sosial Sebagai Media Promosi", *Ekonomika* Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, 212–231.



Media sosial merupakan seluruh fitur serta platform yang membolehkan pengguna secara global untuk membuat bermacam data satu sama lain. Platform merupakan ruang maya yang membolehkan pengguna untuk bersama-sama serta berbagi data serta teknologi yang digunakan yakni perangkatnya yang mana membolehkan pengguna untuk mengakses media tersebut. Media sosial menolong dalam menghubungkan satu dengan yang lain dari orang ke orang yang lain dengan skala yang terus menerus serta pula media sosial mempunyai ciri khas yang mana di masa modern dikala ini warga jadi produsen serta tidak lagi jadi konsumen media.<sup>26</sup>

Peran atau fungsi media sosial sebagai sarana promosi pariwisata adalah :

#### 1. Sumber Informasi

Salah satu fungsi media komunikasi adalah sebagai sumber informasi bagi masyarakat secara luas. Selain media massa seperti majalh, surat kabar, radio dan televisi. Wisatawan menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi untuk mengetahui berbagai macam daerah wisata yang akan mereka kunjungi dan saat ini sudah banyak platform media sosial yang membahas hal yang berkaitan dengan dunia pariwisata seperti trik dan tips berwisata, apa saja akomodasi yang terdapat didaerah wisata tersebut.

#### 2. Komunikasi

Pelaku pariwisata menggunakan menggunakan bermacam platform media sosial guna menghubungkan langsung dan berbicara bersama pelanggan lewat komunikasi 2 arah yang mana dapat mengenali bagaimana reaksi ataupun feedback yang diberikan oleh wisatawan terpaut dengan layanan yang diberikan.

<sup>26</sup> Yuli W Nugraheni dan Anastasia Yuni, "Social Media Habit Remaja Surabaya," *Jurnal Komunikatif* 1 (2017): 13–30.



### 3. Membentuk persepsi dan emosi

Menurut Kim, Fesenmaier serta Johnson pada tahun 2013 kalau media sosial mempunyai kemampuan yang besar dalam menciptakan dampak signifikan untuk anggapa serta emosi para wisatawan. Secara langsung para wisatawan tersebut menolong mempromosikan wilayah wisata yang baru dikunjunginya tersebut.

### 4. *Branding*

Media sosial juga bisa dimanfaatkan untuk membentuk branding destinasi wisata yang mana dalam artian mengenalkan tempat ataupun sesuatu wilayah yang berpotensi untuk dijadikan suatu tempat destinasi wisata kepada khalayak umum secara luas. Maksud dari branding yaitu bukti diri dari suatu wilayah wisata yang diisyarati dengan logo, warna, nam, ataupun tagline. Kelebihan dari branding ialah lebih mudah dicari orang yang gemar serta aktif di dunia maya yang diharapkan destinasi wisata tersebut bisa membuat turis khususnya pengguna media sosial yang jadi pengikut hendak memperoleh data yang baru dalam bermacam tempat destinasi yang ada.

### 5. Pemasaran

Media sosial dapat diakses kapan saja dan dimana saja memberikan kesempatan untuk para pelaku pariwisata atau bisnis untuk menjangkau masyarakat secara luas guna mempromosikan destinasi wisata yang terdapat. Maka dari itu para pelaku pariwisata memakai strategi komunikasi pemasaran lewat jaringan sosial yang lebih berfokus pada konten menarik para pembaca untuk membagikannya lewat jejaring sosial kepada pengikutnya. Secara tidak langsung akan berfungsi selaku agen pemasaran untuk destinasi wisata yang ditawarkan.

### 6. Menyebarkan Informasi

Salah satu yang mempengaruhi media sosial ialah adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang mana hampir setiap orang



mempunyai media sosial yang saling terhubung. Data yang diinformasikan sekecil apapun hendak senantiasa tersebar luas dengan cepat. Jadi, media sosial bisa memudahkan tiap orang untuk memberitahukan bermacam data ke bermacam destinasi wisata yang dapat menarik atensi serta mendorong masyarakat untuk melihat media sosial serta berbagi konten ke para pengikutnya.<sup>27</sup>

#### 2.2.4 Instagram

##### a. Pengertian Instagram

Instagram berasal dari kata “instan” atau “insta”, seperti kamera polaroid yang dulu dikenal dengan nama “foto instan”. Instagram juga bisa menampilkan foto-foto secara instan dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Begitu juga dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan cepat.

##### b. Fitur- fitur Instagram

###### 1. Kamera

Fitur kamera memberikan kebebasan kepada para pengguna yakni bisa memilih foto atau video langsung dari galeri dan juga bisa. Tetapi dapat juga memfoto atau merekam momen dari dalam aplikasi lalu mengedit, memberi caption baru membagikannya.

###### 2. Instastory

Pengguna merekam video atau foto kemudian diunggah yang dimana unggahan tersebut hanya akan bertahan selama 24 jam.

###### 3. Tag & Hashtag

Fitur ini memiliki fungsi yang sama di berbagai media sosial pada umumnya yaitu untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

<sup>27</sup> Rangga Aditya, “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru,” *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 4, no. 1 (2015): 1–23.

#### 4. Caption

Caption berfungsi layaknya sebagai deskripsi. Disinilah para pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto atau video yang diunggah.

#### 5. Editor

Editor merupakan fitur yang digunakan pengguna aplikasi ini dalam memoles foto, terdapat beberapa tool dalam editor seperti : penyesuaian, kecerahan, kontras, struktur, kehangatan, saturasi, warna, sorotan, pudar, bayangan, vinyet, miniature, pertajam.<sup>28</sup>

#### c. Manfaat Instagram

Instagram menjadi tempat untuk menemukan berbagai macam informasi dari berita, hiburan, promosi, produk, hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Instagram juga menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya.<sup>29</sup>

Pentingnya instagram sebagai sarana promosi dapat dilihat dari sebagian besar pengelola yang mendapatkan personil khusus untuk mengelola instagram. Dengan cara memposting foto dan video agar bisa dilihat oleh para pengikut. Bisa juga digunakan sebagai media dakwah, berdagang, promosi wisata atau hanya membagikan foto pribadi.

#### 2.2.5. Promosi

##### a. Pengertian Promosi

Sebuah komunikasi yang sifatnya mengajak atau membujuk agar barang atau jasa yang ditawarkan bisa terjual. Promosi adalah kegiatan bertukar informasi antar organisasi dengan konsumen yang bertujuan

<sup>28</sup> Mega Afifah, "Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun Refugia Magetan" Jurusan Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, (2021).

<sup>29</sup> Agustina, "Analisis Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di Sma Negeri 3 Samarinda", Journal Ilmu Komunikasi, (2016)

untuk memberikan informasi tentang jasa yang disediakan oleh organisasi serta membujuk konsumen untuk memanfaatkan jasa tersebut.<sup>30</sup>

Menurut Morissan (2010), promosi adalah salah satu bagian dari strategi pemasaran yang sering dikenal dengan istilah four P yaitu Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).<sup>31</sup>

### **b. Tujuan Promosi**

#### 1. Menginformasikan

Menginformasikan tentang suatu produk baru, perubahan harga pasar, cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, membangun citra perusahaan, dan sebagainya.

#### 2. Mengingat

Mengingat pembeli bahwa produksi yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran.<sup>32</sup>

### **c. Jenis- jenis Kegiatan Promosi**

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

#### 2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

#### 3. Publisitas (*Publiscity*)

Suatu bentuk promosi non personal mengenai pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi atau berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah).

<sup>30</sup> Darmono. Manajemen dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah. (Jakarta: Grasindo,2001).

<sup>31</sup> Morissan, M.A. "Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu" (Jakarta; Penerbit Kencana, 2010)

<sup>32</sup> Martowinangun, Kasino, et all, "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung", Jurnal Co Management, Vol 2, No. 1, (2019).



#### 4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk promosi penjualan di atas yang ditujukan untuk merangsang pembelian terhadap produk yang ditawarkan atau dijual.

#### 5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung yang ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.<sup>33</sup>

### 2.2.6 Objek Wisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari “Pari” dan “Wisata”. Pari yang berarti berulang-ulang, sedangkan Wisata adalah perjalanan atau bepergian. Pariwisata dapat diartikan perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang dengan mengunjungi satu tempat ke tempat lain. Setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu disebut Traveller, sedangkan orang yang bepergian melintasi suatu negara dengan tidak singgah walaupun perjalanan itu sendiri melebihi jangka waktu 24 jam disebut Tourist.

Pariwisata menurut daya tariknya menurut dapat dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu:

#### 1. Daya Tarik Alam Pariwisata

Daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami.

#### 2. Daya Tarik Budaya Pariwisata

Daya tarik budaya merupakan suatu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya, seperti kampung naga, tanah toraja, kampung adat

<sup>33</sup> Syah Putri Indah, Indra Sari, “ Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru”, Jurnal Valuta, Vol 1, No 2, (2015).



banten, kraton kasepuhan Cirebon, kraton Yogyakarta, dan objek wisata budaya lainnya.

### 3. Daya Tarik Minat Khusus Pariwisata

Ini merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat seperti wisata olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dengan jenis-jenis kegiatannya. Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subjek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan.

Adapun yang menjadi pelaku pariwisata adalah :

1. Wisatawan adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.
2. Industri Pariwisata/ Penyedia Jasa adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
  - a. Pelaku Langsung, yaitu usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain-lain.
  - b. Pelaku Tidak Langsung, yaitu usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata, dan sebagainya.
3. Pendukung Jasa Wisata adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk dan jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk di

dalamnya adalah penyedia jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan sebagainya.

4. Pemerintah sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah juga bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing-masing.
5. Masyarakat Lokal adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu aktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik lan gsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan.
6. Lembaga Swadaya Masyarakat merupakan organisasi nonpemerintah yang sering melakukan aktivitas kemasyarakatan di berbagai bidang, termasuk di bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan Orang Utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara atau di Tanjung Puting Kalimantan
7. Selatan, Kelompok Pecinta Alam, Walhi, dan lain-lain.<sup>34</sup>

### 2.3 Konsep Operasional

Untuk Mempermudah penelitian dalam pengukuran sebuah masalah makanya kiranya penulis membuat konseptual dan operasional variable. Konsep operasional adalah konsep konsep yang secara menyeluruh menjabarkan mengenai variabel-variabel penelitian untuk memberikan hasil penelitian yang seragam pada semua pengamat. Adapun konsep operasional dalam penelitian ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial instagram.

<sup>34</sup> Yati Heryati, "Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2019): 56–74.



## 2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan landasan dari keseluruhan proses penulisan. Kerangka pemikiran mengembangkan teori yang telah disusun, diuraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara variabel yang diperlukan untuk menjawab masalah penulisan. Dalam penelitian ini penulis ini mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi wisata @green\_talao\_park terhadap peningkatan pengunjung.

**Kerangka Berpikir**  
Gambar 2.1



**SUMBER: Pemikiran Peneliti**

Kerangka berpikir diatas menjelaskan tentang tempat destinasi wisata. Pada penelitian ini menjelaskan mengenai wisata alam yang terletak di nagari ulakan, kabupaten padang pariaman, sumatera barat. Di tempat wisata tersebut banyak objek yang menarik sebagai tempat berfoto dan tempat untuk

merefresh pikiran. Objek wisata tersebut sangat cocok untuk didatangi bersama keluarga dan juga teman – teman.

Disekitaran objek wisata tersebut banyak dari masyarakat yang menjadikan tempat tersebut sebagai mata pencaharian untuk berjualan oleh – oleh, baju, cinderamata, makanan, dan lain – lain. Hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat sekitar objek wisata tersebut. Selain masyarakat, pengunjung juga diuntungkan dengan masyarakat yang berjualan di area tersebut, mereka tidak susah dalam mencari makanan dan juga cenderamata.

Objek wisata tentu membutuhkan pengunjung, untuk menarik pengunjung datang maka dibutuhkan sebuah promosi. Dalam hal ini objek @green\_talao\_park menggunakan aplikasi instagram untuk mempromosikan objek wisata tersebut. Mereka memilih media ini dikarenakan jangkauan yang luas serta banyak dari masyarakat yang menggunakan instagram terlebih lagi kaum milenial.

Setelah dilakukan promosi menggunakan media instagram, pengunjung yang datang ke objek wisata @green\_talao\_park mulai meningkat. Banyak dari pengunjung yang penasaran dengan objek wisata tersebut dikarenakan keindahan yang disuguhkan di instagram sangat menarik.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu yang digunakan di dalam sebuah penelitian, pada penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena-fenomena yang di angkat dalam penelitian dan data-datanya di analisis dan dijadikan sebuah kesimpulan.

### 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini adalah di Tempat Wisata Green Talao Park Nagari Ulakan, Kecamatan Ulakan, Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini akan dilakukan setelah proposal ini diseminarkan.

### 3.3 Sumber Data

Dalam sumber data akan dibagi menjadi dua :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil sebuah wawancara dengan narasumber yang kredibel.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari tempat lokasi penelitian terkait melalui dokumentasi yang berbentuk laporan-laporan, buku foto dan dengan lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

### 3.4 Informan Penelitian

*Informan* adalah orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. *Informan* penulisan merupakan subjek yang memahami informasi objek penulisan sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penulisan sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penulisan. *Informan* dalam penulisan ini berjumlah 8 orang yaitu:

Tabel 3.1 Informan

NO	INFORMAN	KETERANGAN	JUMLAH
1	Wendrizal	Informasi kunci (Pokdarwis)	1
2	Muhammad Irfan	Informasi kunci (Admin Instagram)	1
3	Irma Yunita	Informan Pendukung (Followers)	1
4	Claughea	Informan Pendukung (Followers)	1
5	Latif Mursyid	Informan Pendukung (Followers)	1
6	Ibnu Al Arif	Informan Pendukung (Pengunjung)	1
7	Rivaldi Algamart	Informan Pendukung (Pengunjung)	1
8	Faidhul Hadi	Informan Pendukung (Pengunjung)	1

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan sekumpulan bahan informasi untuk proses berpikir gamblang kemungkinan pemecahan, persoalan atau keterangan sementara yang sudah disusun harus diuji melalui pengumpulan data yang sudah ada kaitannya. Terdapat beberapa cara dalam pengumpulan data sebagai berikut:

#### 3.5.1 Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang bisa digunakan sebagai pengumpulan suatu data penelitian. Secara singkatnya bisa dikatakan wawancara (*interview*) yaitu suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) dengan melalui komunikasi langsung. Bisa dikatakan juga wawancara sebagai percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd, “ Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan”, Kencana, 2014, hal.372.

### 3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah terjadi. Macam-macam bentuk dokumenter, yaitu :

- a. Autobiografi
- b. Surat pribadi, buku-buku, catatan harian, memorial.
- c. Kliping.
- d. Dokumen pemerintah maupun swasta.
- e. Cerita rakyat, cerita roman.
- f. Film, mikrofon, foto dan lain-lain.

Sifat utama bentuk data tersebut yaitu tidak terbatas pada ruang dan waktu yang memungkinkan peneliti memperoleh data dari peristiwa yang lalu. Dokumen berfungsi sebagai pelengkap data dari hasil observasi dan wawancara. Dengan adanya bantuan dokumentasi hasil penelitian akan semakin terpercaya.<sup>36</sup>

### 3.5.3 Observasi

Dari kedua teknik pengumpulan data yang telah dibicarakan, jelas bahwa dari kedua jenis teknik tersebut bisa mengungkapkan tingkah laku verbal (*verbal behavior*), tetapi kurang mampu mengungkap tingkah laku nonverbal. Oleh karena itu kedua teknik lebih mengarah kepada penelitian survei dan kurang dapat digunakan untuk penelitian non survei. Maka peneliti menggunakan teknik observasi *Non-Participation Observer*, merupakan suatu teknik observasi yang dimana pengamat atau peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati.

## 3.6 Validasi Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.<sup>37</sup>

Dengan demikian peneliti akan melakukan penelitian menggunakan validasi

<sup>36</sup> Ismail Suardi Wekke, dkk, "Metode Penelitian Sosial", CV. Adi Karya Mandiri, 2019, hal. 51-52.

<sup>37</sup> Zahra Ratika R, Rinna Nofha, "Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayati Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung", Jurnal Lontar Vol 6, no. 1 (2018): 43-57.

data dengan teknik triangulasi sumber data karena dinilai lebih relevan dengan penelitian ini yang berkaitan dengan perspektif atau sudut pandang yang berbeda sehingga menghasilkan suatu kesimpulan dari berbagai sumber data sehingga lebih memudahkan peneliti dalam penelitian tersebut.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Pekerjaan analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan memberikan kode dan mengkategorikannya. Analisa data kualitatif berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta berkaitan dengan kejadian yang melingkupi sebuah objek penelitian.<sup>38</sup>

Teknik analisis data yang tepat untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif atau lebih spesifik menggunakan metode interaktif. Model analisis data yang digunakan peneliti ialah model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana

<sup>38</sup> Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M.Ali Sodik, M.A, “Dasar Metodologi Penelitian”, Literasi Media Publishing, Juni 2015.







## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

## GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

## 4.1 Profil Padang Pariaman dan Kecamatan Ulakan Tapakis

## 4.1.1 Sejarah Singkat Kabupaten Padang Pariaman

Padang Pariaman merupakan salah satu kabupaten di Sumatera Barat yang ditetapkan sejak tahun 1956 dengan ibukotanya yaitu Pariaman.<sup>39</sup> Seiring berjalannya waktu pada tahun 2002, Pariaman ditetapkan sebagai kota otonom di Sumatera Barat, maka wilayah ibukota Kabupaten harus dipindahkan ke luar wilayah kota otonom Pariaman.<sup>40</sup> Perpindahan ibukota kabupaten itu baru terjadi pada tahun 2008 karena Pariaman menjadi kota otonom di Provinsi Sumatera Barat dengan dipimpin oleh seorang walikota. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 79 maka ibukota Kabupaten Padang Pariaman dipindahkan ke Parik Malintang Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman.<sup>41</sup>

Masyarakat Padang Pariaman, menurut narasi tambo, Minangkabau merupakan daerah rantau. Penduduk daerah ini menurut laporan tahunan pemerintah daerah, berdasarkan pengakuan dari masyarakat Kab. Padang-Pariaman sendiri, berasal dari Pagaruyuang Batusangkar, yang terletak di darek Minangkabau. Rantau Pariaman, selanjutnya menurut Dobbin, didirikan oleh imigran yang berasal dari Batipuh yang dianggap memiliki landasan kerajaan. Dalam waktu yang tidak pernah diketahui secara pasti, berkemungkinan sejak tahun 1300 M, para perantau awal (panaruko) tersebut turun bergelombang ke wilayah pantai barat dan membuka pemukiman.

Hamka Mengatakan, nama Pariaman sendiri berasal dari kata dalam bahasa Arab, *barri am*

<sup>39</sup> Undang-Undang (UU) Nomor 12 Tahun 1956. Tentang Perubahan Kabupaten Padang Pariaman dari Kabupaten Samudera.

<sup>40</sup> Undang-Undang (UU) Nomor 12 Tahun 2002. Tentang Pembentukan Kota Pariaman di Provinsi Sumatera Barat.

<sup>41</sup> Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 79 Tahun 2008. Tentang Pemindahan Ibukota Kabupaten Padang Pariaman Dari Wilayah Kota Pariaman Ke Nagari Parit Malintang Kecamatan Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman Provinsi Sumatera Barat.

an”. Sebagaimana yang dikutip Suryadi, kata dalam bahasa Arab tersebut kurang lebih memiliki arti: “*tanah daratan yang aman sentosa*”. Dalam literatur pribumi lain, kata Pariaman kadang juga dianggap berasal dari “*parik nan aman*”, yang artinya kira-kira *pelabuhan yang aman*. Kapal-kapal yang singgah untuk berdagang di bandar-bandar di Rantau Pariaman dapat dengan aman bertransaksi dagang.

Sebelum orang Eropa datang ke kawasan Rantau Pariaman, Kota-kota pelabuhan penting di kawasan ini, seperti pelabuhan Pariaman dan Tiku sudah dikunjungi pelaut-pelaut dari Arab, China, dan Gujarat. Di kota-kota ini, komoditi dagang dari pedalaman Minangkabau ditumpuk sebelum dikapalkan ke pelabuhan-pelabuhan lain. Kota-kota ini sudah lama menjadi pelabuhan penyalur keluar emas dari pedalaman Minangkabau. Karena kawasan tengah Sumatera sejak dulu memang terkenal sebagai penghasil emas. Itulah sebabnya terkadang, Pulau Sumatera juga disebut sebagai pulau emas. Jalur penyalur emas yang dihasilkan pedalaman Minangkabau kemudian dibawa ke pesisir pantai baik ke pesisir barat maupun ke pesisir timur. Ke pesisir barat dipasok melalui kampung-kampung pantai di Rantau Pariaman.

Setelah kemerdekaan, Daerah administrasi periode kolonial, Pariaman, Tikoe en de Danau Districten kemudian disahkan menjadi Kabupaten dengan nama Kabupaten Padang-Pariaman berdasarkan Undang-undang Nomor 12 tahun 1956 dengan ibukota Kota Pariaman. Pada awalnya Kabupaten Padang Pariaman sesuai dengan Peraturan Komisaris Pemerintah di Sumatera No 81/Kom/U/1948 tentang Pembagian Kabupaten di Sumatera Tengah yang terdiri dari 11 Kabupaten diantaranya disebut dengan nama Kabupaten Samudera dengan ibukotanya Pariaman, meliputi daerah kewedanaan Air Bangis, Pariaman, Lubuk Alung, Padang Luar Kota, Mentawai dan Nagari-Nagari Tiku, Sasak dan Katiangan.

Kabupaten Samudera ini terdiri dari 17 wilayah (gabungan nagari-nagari). Kabupaten Padang Pariaman dibentuk dengan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1956 tanggal 19 Maret 1956 tentang Pembentukan Daerah otonom Kabupaten Dalam Lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Tengah, dimana



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Provinsi Sumatera Tengah dibentuk menjadi 14 Kabupaten, yang salah satunya adalah Kabupaten Padang Pariaman dengan batas-batas sebagai yang dimaksud dalam pasal 1 dari Surat Ketetapan Gubernur Militer Sumatera Tengah Kampung-kampung Ulak Karang, Gunung Pangilun, Marapalam, Teluk Bayur, Seberang Padang dan Air Manis dari kewedanaan Padang Kota yang telah dimasukkan ke dalam daerah Kota Padang, sebagai dimaksud dalam surat ketetapan Gubernur Kepala Daerah Provinsi Sumatera Tengah tanggal 15 Agustus 1950 No. 65/G.P/50 Bupati Padang Pariaman semasa Agresi Militer Belanda Tahun 1948 adalah Mr. BA. Murad.

Sampai saat sekarang ini Kabupaten Padang Pariaman memiliki 17 Kecamatan, 46 nagari dan 364 korong Kecamatan yang paling banyak memiliki nagari adalah Kecamatan Nan Sabaris dan Kecamatan Enam Lingsung yang hanya mempunyai 1 nagari. Kecamatan VII Koto Sungai Sarik masih merupakan kecamatan yang memiliki korong terbanyak, yakni 41 korong dan yang paling sedikit adalah kecamatan VI Koto Aur Malintang, yakni 5 korong. Semenjak dikeluarkannya Surat Keputusan (SK) DPRD No 05/KEP.D/DPRD. 2008 tertanggal 2 Juli 2008, Ibukota Kabupaten Padang Pariaman dipindahkan dari Kota Pariaman ke Parit Malintang, yakni Nagari Parit Malintang Kecamatan Enam Lingsung.<sup>42</sup>

Kabupaten Padang Pariaman berbatasan langsung dengan Kota Padang sebagai Ibukota Provinsi Sumatera Barat, dengan luas 1.328,79 Km<sup>2</sup>. Daerah ini berada di pesisir barat Pulau Sumatera dengan panjang garis pantai 60,5 km dan membentang hingga wilayah pegunungan Bukit Barisan. Secara geografis Kabupaten Padang Pariaman terletak pada 00 11' – 00 49' Lintang Selatan dan 98 36' – 100 28' Bujur Timur dengan ketinggian sekitar 0 – 1000 meter dari permukaan laut.

Dilihat dari letak administrasi, Kabupaten Padang Pariaman berbatasan dengan :

<sup>42</sup> Widia Fithri, "Badoncek Dalam Tradisi Masyarakat Padang Pariaman Sumatera Barat", *Majalah Ilmu Pengetahuan dan Pemikiran Keagamaan Tajdid*, Vol. 20, No 2, November 2017.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Agam

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kota Padang

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Tanah Datar dan Kabupaten Solok

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kota Pariaman dan Samudera Indonesia <sup>43</sup>

Sampai akhir tahun 2010, Kabupaten Padang Pariaman terdiri dari 17 kecamatan, 6 nagari dan 461 Korong dan telah terjadi pemekaran diantaranya sebagai berikut :

1. Kecamatan Batang Anai
2. Kecamatan Lubuk Alung
3. Kecamatan Sintuk Toboh Gadang
4. Kecamatan 2 x 11 Enam Lingkung
5. Kecamatan Enam Lingkung
6. Kecamatan 2 x 11 Kayu Tanam
7. Kecamatan Nan Sabaris
8. Kecamatan Ulakan Tapakis
9. Kecamatan VII Koto Sungai Sarik, sesuai Perda Kab. Pariaman Nomor 7 Th 2019, berubah nama menjadi “Kecamatan VII Koto”
10. Kecamatan Patamuan, sesuai Perda Kab. Pariaman 7 Th 2019, berubah nama menjadi “Kecamatan VII Koto Patamuan”
11. Kecamatan Padang Sago, sesuai Perda Kab. Pariaman Nomor 7 Th 2019, berubah nama menjadi “Kecamatan VII Koto Padang Sago”
12. Kecamatan V Koto Kampung Dalam
13. Kecamatan V Koto Timur
14. Kecamatan Sungai Limau
15. Kecamatan Batang Gasan
16. Kecamatan Sungai Geringging
17. Kecamatan IV Koto Aur Malintang<sup>44</sup>

<sup>43</sup> *Ibid*

<sup>44</sup> [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Padang\\_Pariaman](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Padang_Pariaman).





#### 4.1.2. Sejarah Kecamatan Ulakan Tapakis

Pada abad ke XII (Urang Tuo Nan Barampek) orang tua berempat turun dari Darek merintis Nagari (malaco pintalak) membuka ladang, yaitu : suku Panyalai (Chaniago) dan Suku Koto. Kedua suku inilah yang menjadi suku asal yang memiliki peranan khusus di Ulakan, namun perkembangan empat suku lain membuat belahan datang kemudian yaitu : Suku Sikumbang datang mengisi adat pada suku Koto dan Suku Tanjung mengisi adat pada suku Jambak yang dahulu malakok mengisi adat ke suku Koto Kemudian belakang datang suku Guci membelah ke suku Panyalai (Chaniago).

Menurut pemuka adat, tokoh masyarakat dan dari data arsip yang ada di Belanda bahwa Nagari Ulakan dikenal sejak kehadiran Syekh Burhanuddin pada Abad ke 12 Hijriyah atau abad ke 17 Masehi. Kehadiran Syekh Burhanuddin menjadi pusat perhatian karena dialah orang yang pertama mendirikan sekolah berbentuk pesantren di pulau perca Pantai Sumatera yang saat itu masih berbentuk surau sebagai pusat pendidikan islam dan kajian agama islam di Minangkabau. Bersama dengan empat sahabatnya yaitu *Datuk Maruhun Panjang* dari Padang Gantiang, *si Tarapang* dari Kubang Tigo Baleh (Solok), *Mohd. Natsir Syekh Surau Baru* dari Koto Tengah Padang dan *Syekh Buyuang Mudo* dari Bayang Pulut-Pulut Pesisir Selatan yang sebelum selesai belajar pada Syeikh Abdur Rauf mereka pulang terlebih dahulu dan mencoba mengembangkan ajaran islam di kampung halaman masing-masing, namun tidak mendapat sambutan yang baik sehingga kembali ke Aceh dan diperintahkan belajar pada Syeikh Burhanuddin di Tanjung Medan Ulakan.

Nama Ulakan sendiri berasal dari kata *Ulak* atau penolakan untuk empat sahabat Syekh Burhanuddin yang ditolak kembali belajar dengan Syekh abdur Rauf dan diperintah untuk menjadi murid Syekh Burhanuddin atas perintah Syekh Abdur Rauf sendiri sekaligus membantu Syekh Burhanuddin dalam mengembangkan agama Islam di Ranah Minang. Ulakan merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Ulakan Tapakis, tetapi masih merupakan daerah otonom Kerajaan Adat Rantau Minangkabau “*Bak kata pepatah Luhak ba Panghulu, Rantau barajo*” maka di Ulakan berulayat Niniak Mamak Nan



##### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sapuluah, Sabaleh Jo Bijo Rajo, yang dikatakan *Niniak* yaitu : *Rang Kayo Rajo Amai Said, Rang Kayo Rajo Dihulu, Rang Kayo Rajo Sulaiman, Rang Kayo Rajo Mangkuto, dan Bijo Rajo* yang disebut *Datuak Tamin Alam*, dan yang dikatakan Mamak yaitu : *Datuak Malelo Pandak (suku Jambak), Datuak Nan Kodo Sati (suku Panyalai/Caniago), Datuak Jan Batuah(suku Guci/Piliang), Datuak Parpatiah (suku Sikumbang), Datuak Batuah (suku Tanjung), dan Datuak Koto*. Kesebelas *niniak mamak* inilah yang hingga saat ini menjadi tokoh pemangku adat yang ada di Nagari Ulakan, sebagai tokoh tradisional yang mengetahui seluk beluk adat istiadat di Nagari Ulakan.<sup>45</sup>

#### 4.2 Sejarah Green Talao Park

Industri pariwisata yang sangat menjanjikan tentu membuat daerah berlomba-lomba menggali potensi daerah mereka. Salah satu daerah yang memiliki potensi wisata di Sumatera Barat adalah Kabupaten Padang Pariaman. Salah satu wisata yang sangat primadona baru yang terletak di Kabupaten Padang Pariaman adalah Ekowisata Green Talao Park Nagari Ulakan. Kawasan Ekowisata Green Talao Park Nagari Ulakan di Korong Ganting Tengah Gadang ini awalnya adalah sebuah rawa dan perairan payau yang didominasi oleh hutan nipah dan bakau.<sup>46</sup>

<sup>45</sup><http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2019/10/31/sejarah-nagari-ulakan>.

<sup>46</sup> Abdul Salam, Faradiana, “Perkembangan Ekowisata Green Talao Park Nagari Ulakan Kabupaten Padang Pariaman Berbasis Masyarakat (2016-2022)”, Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang, Vol. 5 No. 1 Tahun 2023.



Tempat ini awalnya adalah tempat bermain anak Nagari, yang biasanya mereka mencari lokan baik itu untuk kebutuhan sendiri atau untuk dijual. Selain anak Nagari masyarakat di nagari setempat pun juga memanfaatkan kawasan ini untuk memancing, mencari tanaman obat, mencari lokan, menggembala kerbau, dan lain-lain sebagainya. Talao adalah suatu rawa yang berada di pinggir pantai yang ditumbuhi oleh batang nipah dan berbagai tumbuhan mangrove. Di talao ini terdapat berbagai tumbuhan macam flora dan fauna yang hidup di dalamnya. Sadar akan dengan potensi yang ada membuat para pemuda berpikir keras untuk menggali potensi yang ada.

Beruntung dengan adanya Program dari Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia (KEMENDESA PD TT RI) melalui Program Pilot Inkubasi Inovasi Desa Pengembangan Ekonomi Lokal (PIID-PEL) telah mengubah wajah nagari ini. Di inisiator pemuda dengan didampingi oleh pemerintah nagari dan kabupaten telah berhasil membawa dana sebesar 1.35.500.000 dari Kementrian nagari Ulakan dengan menghasilkan Produk unggulan berupa Lokasi wisata yang berbasis Edukasi dan alami yang diberi nama Ekowisata dan Edukasi Green Talao Park Ulakan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

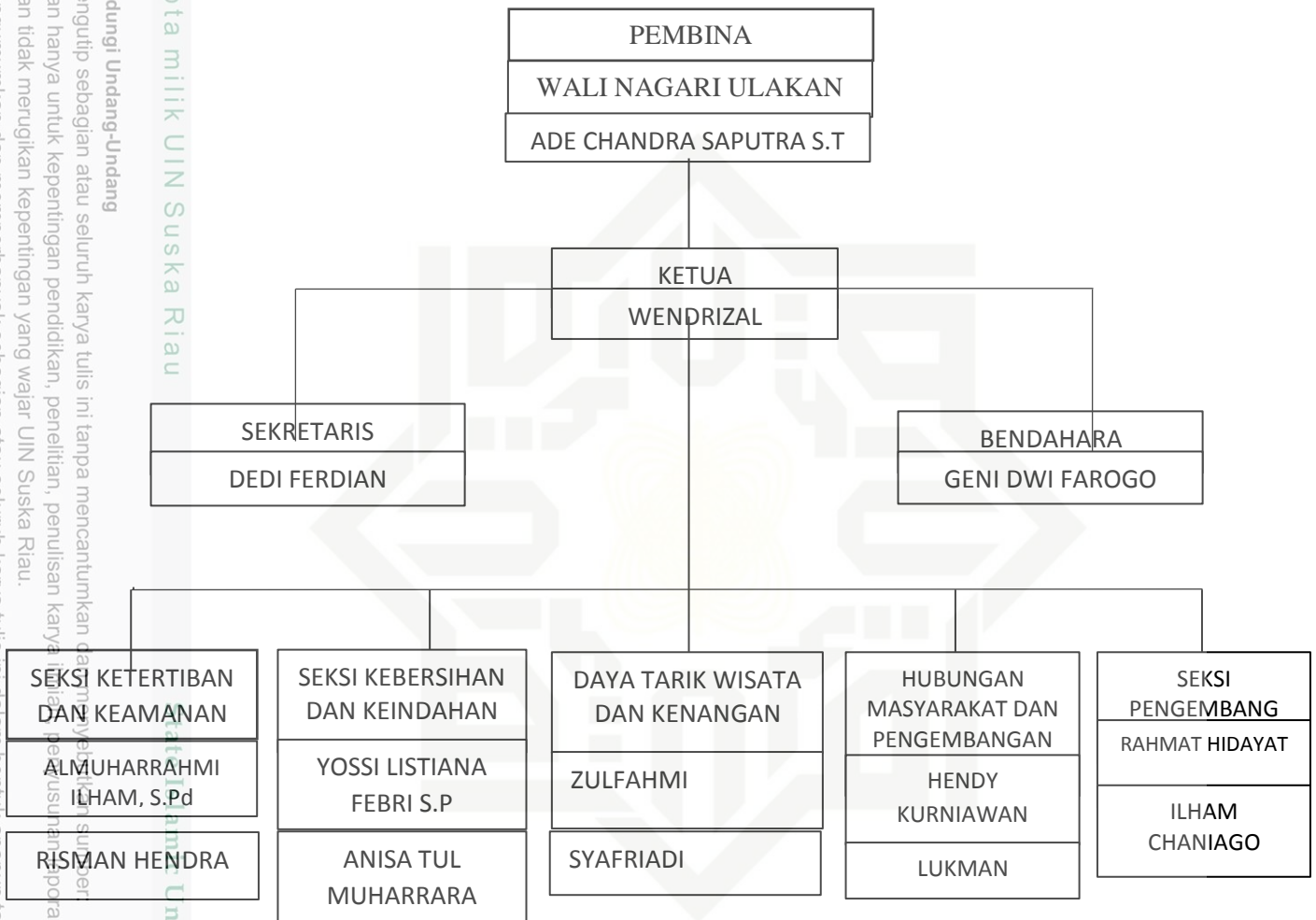
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## 4.2 Struktur Pengelola Kelompok Sadar Wisata Green Talao Park Nagari

### Ulakan

Struktur pengelola menggambarkan susunan dari Pembina hingga anggota serta jabatannya.



**Gambar 4.2 Struktur Pengelola Struktur Sadar Wisata Green Talao Ulakan**

(Sumber: Pengelola tahun 2022)

## 4.4 Fasilitas Wisata Green Talao Park

Wisata Green Talao Park yang merupakan wisata yang dirintis sejak tahun 2019 dan mulai aktif pada tahun 2020. Saat pertama kali dibuka wisata ini menjadi ikon baru di Nagari Ulakan. Kawasan wisata ini cukup terkenal di mata masyarakat lokal maupun luar yang sudah banyak berkunjung ke tempat



ini untuk sekedar menikmati sunset maupun liburan bersama keluarga dan teman.

Wisata Green Talao Park Nagari Ulakan Kabupaten Padang Pariaman memiliki fasilitas-fasilitas umum yang dibutuhkan wisatawan ketika mengunjungi Green Talao Park seperti : mushola, toilet umum yang bersih, tersedia makanan dan minuman, tempat parkir, penginapan dan lain-lain sebagainya.

Dengan adanya daya tarik wisata dan fasilitas yang ditawarkan juga mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Jumlah pengunjung yang datang tiap waktu terus menerus berubah, terkadang mengalami peningkatan dan terkadang terjadi penurunan. Penurunan dan peningkatan jumlah pengunjung berpengaruh terhadap pengembangan tempat wisata dan dan pendapatan pengelola.

**Tabel 4.1 Jumlah Pengunjung Wisata Green Talao Park**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2020	73.063
2	2021	78.987
3	2022	50.875

(Sumber : Pengelola tahun 2022)

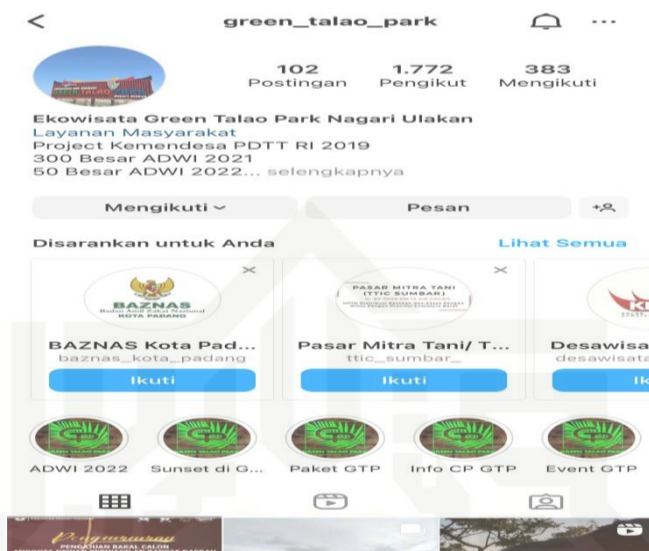
#### 4.5 Profil Akun Instagram Green Talao Park

Setelah dalam jangka waktu yang tidak cukup lama objek wisata Green Talao Park ramai dikunjungi wisatawan, maka pihak pengelola berupaya memperluas jaringan dalam mempromosikan objek wisata ini agar dapat dikenal lebih luas. Berbagai macam media promosi dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan Green Talao Park kepada masyarakat. Media social instagram menjadi pilihan pengelola wisata untuk mempromosikan wisata ini.

Pengelola menggunakan instagram untuk mempromosikan objek wisata Green Talao Park dikarenakan media social instagram mempunyai banyak fitur-fitur yang cepat dan mudah digunakan, yang membuat banyak pengelola wisata menjadikan instagram untuk memposting foto-foto atau event di Wisata Green Talao Park.



Akun instagram yang dibuat oleh pengelola pada tahun 2020. Pada saat ini pengikut atau followers pada akun @green\_talao\_park sudah mencapai 1.772 pengikut dan postingan berupa foto dan video sebanyak 102 postingan.



**Gambar 4.3** Gambar Profil akun Instagram Green Talao Park (sumber : akun instagram Green Talao Park)

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dalam skripsi “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Wisata @green\_talao\_park Terhadap Peningkatan Pengunjung “ dapat diambil kesimpulan hasil penelitian yakni pemanfaatan media sosial *instagram* oleh Green Talao Park melalui akun media sosial *instagram @green\_talao\_park*. Pengelola Green Talao Park sudah melakukan langkah-langkah kegiatan promosi melalui media online dengan memanfaatkan fitur-fitur *Instagram* seperti *caption, hashtag, like, mentions, comment, follow*, dan juga *geotag* sehingga khalayak publik dan calon pengunjung mengetahui semua informasi-informasi mengenai objek wisata Green Talao Park. Publik mengetahui produk barang/jasa (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dari postingan-postingan di akun *@green\_talao\_park*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *instagram* dalam mempromosikan objek wisata Green Talao Park dalam meningkatkan pengunjung bentuk promosi dengan memanfaatkan fitur-fitur *Instagram* untuk mempromosikan wisata sehingga memudahkan wisatawan dalam mencari informasi terbaru terkait Wisata Green Talao Park dengan jangkuaannya yang luas, dan dominan menggunakan fitur *hashtag* admin lebih mudah untuk memberikan informasi yang secara detail terkait dengan informasi objek wisata Green Talao Park sehingga membuat pengunjung tertarik.

#### 6.2 Saran

Dari pengamatan penulis di lapangan tentang Pemanfaatan Media sosial *instagram* dalam mempromosikan wisata *@green\_talao\_park* terhadap peningkatan pengunjung, ada beberapa hal yang menjadi saran penulis yaitu:

a. Secara Akademis

1. Hasil penelitian dan kesimpulan yang penulis paparkan ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan, bagi para akademis dibidang yang sama yakni Ilmu Komunikasi mengenai Pemanfaatan Media Sosial *Instagram*.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang menggunakan teori atau konsep yang sama dengan peneliti diharapkan untuk lebih mendalami teori-teori tersebut.
3. Untuk peneliti selanjutnya lebih melengkapinya karena peneliti rasa di dalam penulisan ini masih ada kekurangan

b. Secara Praktis

1. Perlu ditingkatkan lagi promosi melalui instagram dan lebih aktif dalam mengupload konten-konten lainnya.
2. Meningkatkan lagi usaha dalam mengembangkan fasilitas dan hal-hal baru mengenai Green Talao Park.
3. Lebih aktif lagi dalam memposting postingan yang bertujuan untuk menarik calon wisatawan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA

### © Jurnal :

- Agustina, “Analisis Pengguna Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja di SMA Negeri 3 Samarinda”, *Journal Ilmu Komunikasi*, (2016).
- Arum Wahyuni Purbohastuti, “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”, *Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.
- Arini Eka Purwanti, Pemanfaatan Facebook Sebagai Sarana Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Perpustakaan Forum Indonesia Membaca,” Depok: Universitas Indonesia, (2021)
- Aditya, Rangga. “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru.” *Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* 4, no. 1 (2015): 1–23.
- Abdul Salam, Faradiana, “Perkembangan Ekowisata Green Talao Park Nagari Ulakan Kabupaten Padang Pariaman Berbasis Masyarakat (2016-2022)”, Departemen Sejarah, *Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang*, Vol. 5 No. 1 Tahun 2023.
- Aprilia, T. “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Customer Di Samarinda”. *Ejournal Ilmu komunikasi*, vol 5 (1) (2017).
- Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)”, *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 71–80.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M.Ali Sodik, M.A, “Dasar Metodologi Penelitian”, Literasi Media Publishing, Juni 2015.
- Dimas Riyanto, “Pemanfaatan Perpustakaan Fik Uny Oleh Mahasiswa Pjkr.”. Skripsi. (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017),Hlm.9-10.
- Dian Chania Atikasari, Perancangan Media Promosi Visual Kue Kering “Dua Bintang” Ungaran Dengan Penerapan Konsep Bauran Media, skripsi. Hal.10-15.
- Elisabeth Sitepu, Sabrin,”Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara”, *Jurnal Massage Komunikasi*, Vol.9,No. 1 (2020); 28-44.

- Fadli Harisa Ramadhan, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan” *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017): 1–15.
- Fedianty Augustinah, Widayati, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Keripik Singkong Di Kabupaten Sampang”, *Jurnal Dialektika*, (2019).
- Fauziah Maghfiroh, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilagit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Geni Langit,” Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019.
- Habib Hanafi, Kertahadi & Heru Susilo, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Website UB Terhadap Sikap Pengguna Dengan Pendekatan Tam”, *Student Jurnal*, (2019).
- Heryati, Yati. “Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2019): 56–74.
- Ido Prijana Hadi, “Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern”, *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, vol. 3, No. 1, (2009).
- Juli Anggraini, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” Medan: Universitas Sumatera Utara, (2021).
- Lontoh, J K, A L Tumbel, R Kawet, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020): 11–20.
- Mayasari Sasmito, S.Kom, M.Kom, “Pemanfaatan Media Sosial “Facebook” Untuk Media Pembelajaran Bahasa Indonesia”, *Jurnal Media Aplikom*, (2015).
- Martalia Arimbi, “Studi Kelayakan Penggunaan Instagram Sebagai Promosi Kegiatan Di Balai Layanan Perpustakaan Grhatama Pustaka Yogyakarta,” Yogyakarta: Universitas Islam Sunan Kalijaga, (2018).
- Maretno, Serly, and Marlina Marlina. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Perpustakaan.” *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 5, no. 1 (2021): 58–71.
- Mega Afifah, “Peran Akun Instagram @kebunrefugiamagetan Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Kebun



Refugia Magetan”, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, (2021).

Novi Herlina, “Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat”, *Jom Fisisp*, Vol.4, No. 2, (2017)

Nugraheni dan Anastasia Yuni, Yuli W. “Social Media Habit Remaja Surabaya.” *Jurnal Komunikatif 1* (2017): 13–30

Rahmah Taqiyya dan Sugeng Riyanto, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Whatsapp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran oleh Wafipreneur di Masa Pendemu Covid-19”, *Syntax Idea*, (2020).

Susie Purbasari, et all, “Pengembangan Komunikasi Pariwisata Halal di Kabupaten Garut Jawa Barat”, *Jurnal Altasia*, Vol. 2, No. 2 (2020).

Taqiyya, Rahmah &, and Sugeng Riyanto. “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan WhatsApp Untuk Memperluas Jaringan Pemasaran Digital Benih Sayuran Oleh Wafipreneur Di Masa Pandemi Covid-19.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 2, no. 10 (2020): 5–24.

Veranita, Mira, Rini Susilowati, and Ramayani Yusuf. “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku).” *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 17, no. 3 (2021): 279–90.

Widia Fithri, “BADONCEK DALAM TRADISI MASYARAKAT PADANG PARIAMAN SUMATERA BARAT”, *Majalah Ilmu Pengetahuan dan Pemikiran Keagamaan Tajdid*, Vol. 20, No 2, November 2017.

Zahra Ratika R, Rinna Nofha. “Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayati Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onlne Shop Mayoufit Di Kota Bandung” *Jurnal Lontar* 6, no. 1 (2018): 43–57.

#### **Buku :**

Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata: pemasaran dan brand destinasi* (Jakarta: Kencana: 2015), hal. 94-9.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2015), Hlm 710.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Hlm.711.



Ismail Suardi Wekke, dkk, “ Metode Penelitian Sosial”, CV. Adi Karya Mandiri, 2019, hal. 51-52..

Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, ALFABETA, CV, Oktober 2013, hal 274.

Richard West, Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Apikasi Edisi Ke 3, (Jakarta : Salemba Humanika, 2008), 49.

Rangkuti, “Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication” ( Jakarta: PT. Gramedia,2009).

**Website :**

[http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2020/9/28/ekowisata-dan-edukasi-green-talao-park-icon-baru-nan-menjanjikan-di-nagari-ulakan.](http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2020/9/28/ekowisata-dan-edukasi-green-talao-park-icon-baru-nan-menjanjikan-di-nagari-ulakan)

[http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2019/10/31/sejarah-nagari-ulakan.](http://ulakan.padangpariamankab.go.id/index.php/artikel/2019/10/31/sejarah-nagari-ulakan)



# LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

## Lampiran 1:

### A. Wawancara dengan Pokdarwis

1. Bagaimana awal mula berdirinya wisata Green Talao Park ini berdiri?
2. Tempat ini sudah berapa lama menjadi destinasi wisata?
3. Apa tujuan awalnya didirikan Green Talao Park?
4. Apa yang menjadi daya tarik tempat wisata ini?
5. Bagaimana tempat wisata ini dikenalkan kepada khalayak luas agar lebih dikenal oleh calon wisatawan?
6. Adakah jadwal untuk berkunjung ke tempat wisata Green Talao Park?
7. Bagaimana masyarakat sekitar ikut dalam mengembangkan tempat wisata ini?
8. Bagaimana cara meningkatkan kualitas objek wisata ini agar pengunjung tertarik untuk berkunjung ke wisata ini?
9. Hal apa saja yang menjadi kendala bagi wisata Green Talao Park dalam melakukan pengembangan wisata ini?
10. Apa saja upaya- upaya promosi yang dilakukan oleh wisata Green Talao Park dalam meningkatkan pengunjung destinasi wisata ini?
11. Mengapa wisatawan harus mengunjungi tempat wisata ini?
12. Bagaimana pelayanan pengelola terhadap pengunjung?
13. Apa saja fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung?
14. Dimana saja spot-spot foto yang terbaik untuk para pengunjung?
15. Apakah ada campur tangan Dinas Pariwisata dalam pengelolaan dalam destinasi wisata tersebut?

### B. Pertanyaan wawancara dengan admin akun instagram

1. Kapan akun instagram @green\_talao\_park mulai aktif?
2. Berapa orang yang mengelola akun instagram @green\_talao\_park?
3. Sebelumnya apakah sudah memiliki akun media sosial lain untuk mempromosikan tempat wisata ini?
4. Kenapa lebih memilih instagram sebagai media promosi dibandingkan media sosial yang lain?
5. Bagaimana tingkat keaktifan admin instagram dalam mempromosikan tempat wisata ini?
6. Sampai saat ini sudah berapa *followers* di akun @green\_talao\_park?
7. Bagaimana bentuk penggunaan fitur di instagram, apakah membuat promosi semakin meningkat?
8. Bagaimana strategi promosi wisata di instagram agar diketahui oleh para pengunjung?
9. Apakah selama ini promosi di instagram sudah semaksimal mungkin untuk menarik para pengunjung?
10. Apakah dengan adanya instagram popularitas dari @green\_talao\_park meningkat?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Apakah penggunaan hashtag bermanfaat dalam promosi @green\_talao\_park?
12. Apakah caption dalam postingan instagram @green\_talao\_park dapat menarik pengunjung?
13. Semenaarik apakah postingan yang dibuat untuk menarik pengunjung?
14. Apakah yang diposting di instagram hanya dokumentasi dari pengelola atau postingan dari pengunjung yang mentag akan diposting juga?
15. Bagaimana jangkauan dari instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan destinasi wisata tersebut? Apakah menggunakan promosi berbayar atau tidak?

#### C. Pertanyaan wawancara untuk followers

1. Kapan anda mulai mengikuti akun instagram @green\_talao\_park?
2. Apa yang membuat anda mengikuti akun tersebut?
3. Bagaimana postingan akun instagram @green\_talao\_park menurut anda?
4. Apakah anda menyukai setiap postingan dari instagram @green\_talao\_park?
5. Darimana anda tahu akun instagram dari @green\_talao\_park?
6. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan wisatanya?
7. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park untuk menyampaikan promosi wisatanya?
8. Apakah admin dari @green\_talao\_park ramah terhadap followersnya?
9. Apakah admin dari @green\_talao\_park memposting postingan yang menarik pengunjung untuk datang?
10. Apakah anda sebagai followers juga ikut serta merekomendasikan atau mengajak teman untuk berkunjung ke @green\_talao\_park?
11. Apakah wahana yang diposting di akun instagram menurut anda menarik?
12. Apakah caption yang dibuat oleh admin diposting menarik?
13. Apa yang menjadi ciri khas dari postingan admin menurut anda?
14. Manakah yang lebih menarik menurut anda postingan feed atau story instagram dari @green\_talao\_park?
15. Apakah reels yang upload menjadi salah satu ketertarikan untuk anda?

#### D. Pertanyaan wawancara dengan pengunjung

1. Sudah berapakah anda berkunjung ke @green\_talao\_park?
2. Darimana anda mengetahui tempat wisata tersebut?
3. Bagaimana menurut anda tempat wisata @green\_talao\_park?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut?
5. Menurut anda bagaimana promosi yang bagus untuk promosi wisata tersebut?
6. Apakah menurut anda pengelola wisata di @green\_talao\_park ramah?

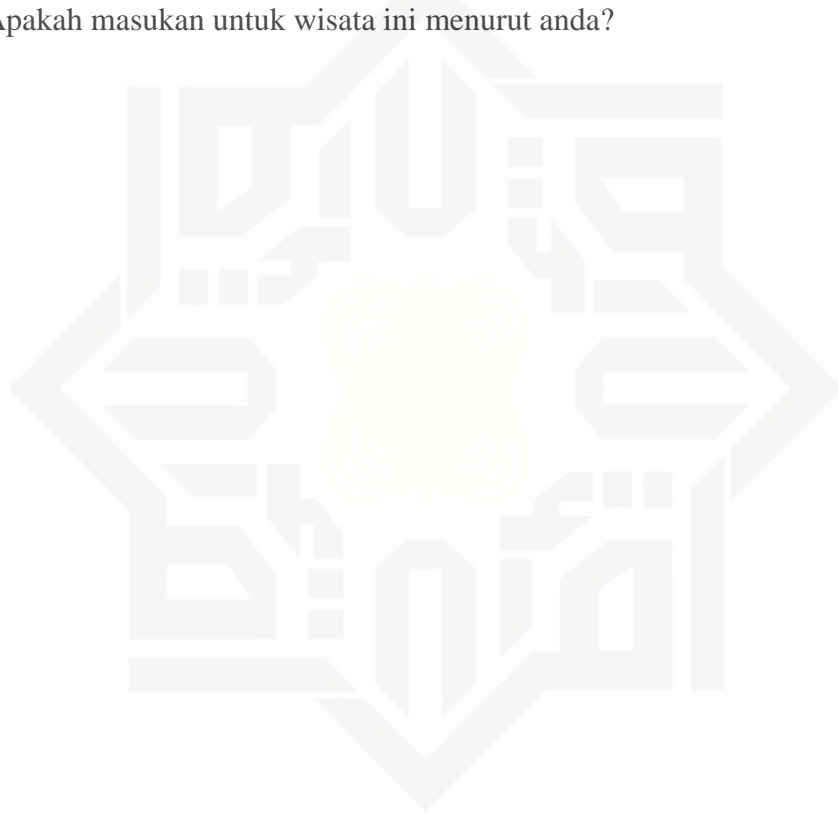
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Apakah menurut anda karcis yang dibayarkan sesuai dengan keindahan dari wisata tersebut?
8. Apakah menurut anda karcis masuk ke tempat wisata tersebut terjangkau untuk masyarakat?
9. Apakah parkir yang disediakan nyaman untuk pengunjung?
10. Apakah tempat wisata tersebut nyaman untuk di kunjungi?
11. Apakah pengelolaan destinasi wisata tersebut sudah baik menurut anda?
12. Bagaimana menurut anda pengelola dalam melayani pengunjung?
13. Apakah menurut anda fasilitas wisata ini perlu ditambah lagi?
14. Apakah untuk kebersihan wisata ini harus di tingkatkan lagi?
15. Apakah masukan untuk wisata ini menurut anda?





## Lampiran 2 :

### TRANSKIP HASIL WAWANCARA

**Informan (1) : Wendrizal (Pokdarwis)**

**Waktu : 11 Juli 2023**

1. Bagaimana awal mula berdirinya wisata Green Talao Park ini berdiri? Awal mula berdirinya green talao park ini untuk melestarikan hutan mangruf dan juga mengenalkan kepada khalayak umum pentingnya melestarikan lingkungan serta juga untuk meningkatkan ekonomi dari masyarakat sekitar tempat wisata.
2. Tempat ini sudah berapa lama menjadi destinasi wisata? Wisata ini diresmikan pada saat pandemi covid-19
3. Apa tujuan awalnya didirikan Green Talao Park? Untuk menjaga kelestarian hutan mangruf
4. Apa yang menjadi daya tarik tempat wisata ini? Hutan mangruf yang bisa menjadi tempat menambah ilmu pengetahuan
5. Bagaimana tempat wisata ini dikenalkan kepada khalayak luas agar lebih dikenal oleh calon wisatawan? Kami mulai mempromosikan wisata ini dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram dikarenakan jangkauannya yang sangat luas lalu memposting konten dengan semenarik mungkin agar dikenala oleh calon wisatawan.
6. Adakah jadwal untuk berkunjung ke tempat wisata Green Talao Park? Tidak ada jadwal khusus untuk mengunjungi objek wisata ini, bisa dikunjungi setiap hari mulai pukul 08.30-18.30.
7. Bagaimana masyarakat sekitar ikut dalam mengembangkan tempat wisata ini? Ikut serta dalam mempromosikan tempat wisata tersebut dan ikut serta dalam pengelolaan.
8. Bagaimana cara meningkatkan kualitas objek wisata ini agar pengunjung tertarik untuk berkunjung ke wisata ini? Membuat wahana baru yang nantinya akan bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan para wisatawan akan hutan mangruf
9. Hal apa saja yang menjadi kendala bagi wisata Green Talao Park dalam melakukan pengembangan wisata ini? Persaingan untuk membuat wahana baru dengan tempat wisata lain
10. Apa saja upaya- upaya promosi yang dilakukan oleh wisata Green Talao Park dalam meningkatkan pengunjung destinasi wisata ini? Menggunakan instagram, baliho dan dari mulut ke mulut
11. Mengapa wisatawan harus mengunjungi tempat wisata ini? Di tempat wisata ini para wisatawan akan mendapatkan banyak ilmu baru mengenai hutan mangruf dan banyak yang lain.
12. Bagaimana pelayanan pengelola terhadap pengunjung? Saat ini kami sedang berusaha meningkatkan lagi pelayanan kepada pengunjung wisatawan agar semakin bagus.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

13. Apa saja fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung? Fasilitas yang bisa dipergunakan terdapat area parkir yang cukup luas, balai pertemuan, cafetaria, jungle tracking, kamar mandi umum, kios souvenir, kuliner, mushala, outbound, selfie area, spot foto dan tempat makan.
14. Dimana saja spot-spot foto yang terbaik untuk para pengunjung? Hutan mangrove, tepi pantai, rumah pohon dan masih banyak lagi.
15. Apakah ada campur tangan Dinas Pariwisata dalam pengelolaan dalam destinasi wisata tersebut? Campur tangan dari dinas pariwisata tentu ada dan juga kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**Informan (2) : Muhammad Irfan (Admin Instagram)**

**Waktu : 11 Juli 2023**

1. Kapan akun instagram @green\_talao\_park mulai aktif? Akun instagram ini kami buat saat wisata ini mulai dibuka yakni tahun 2020.
2. Berapa orang yang mengelola akun instagram @green\_talao\_park? Hanya 1 orang saja
3. Sebelumnya apakah sudah memiliki akun media sosial lain untuk mempromosikan tempat wisata ini? Saat ini kami masih memakai Instagram sebagai media promosi wisata ini.
4. Kenapa lebih memilih instagram sebagai media promosi dibandingkan media sosial yang lain? Karena dimasa sekarang kebanyakan yang memakai instagram biasanya kaum muda-muda yang sangat aktif di media sosial.
5. Bagaimana tingkat keaktifan admin instagram dalam mempromosikan tempat wisata ini? Untuk keaktifan dari instagram hampir setiap hari mengupload kegiatan.
6. Sampai saat ini sudah berapa *followers* di akun @green\_talao\_park? Saat ini baru 1.772 pengikut di instagram.
7. Bagaimana bentuk penggunaan fitur di instagram, apakah membuat promosi semakin meningkat? Alhamdulillah hal tersebut dapat meningkatkan dalam promosi dan kami memanfaatkan fitur seperti caption,hashtag, geotag,komentar, follow,mentions, story yang ada di instagram.
8. Bagaimana strategi promosi wisata di instagram agar diketahui oleh para pengunjung? Dengan cara membuat postingan hampir setiap hari, penggunaan hastag dan juga merepost ulang postingan dari pengunjung serta membuat snapgram.
9. Apakah selama ini promosi di instagram sudah semaksimal mungkin untuk menarik para pengunjung? Untuk promosi di instagram masih belum maksimal karena tidak menggunakan fitur berbayar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Apakah dengan adanya instagram popularitas dari @green\_talao\_park meningkat? Tentu dengan menggunakan instagram dapat meningkatkan popularitas dari green talao park.
11. Apakah penggunaan hashtag bermanfaat dalam promosi @green\_talao\_park? Sangat bermanfaat karena pengguna instagram dapat dengan mudah mencari postingan akun instagram green talao park.
12. Apakah caption dalam postingan instagram @green\_talao\_park dapat menarik pengunjung? Untuk dari caption lumayan untuk menarik pengunjung di karenakan dalam caption kami selaku pengurus tidak hanya memberikan informasi, ajakan atau juga quotes
13. Semenarik apakah postingan yang dibuat untuk menarik pengunjung? Kami mengedit postingan yang menarik untuk di lihat agar calon pengunjung tertarik ketika elihat postingan.
14. Apakah yang diposting di instagram hanya dokumentasi dari pengelola atau postingan dari pengunjung yang mentag akan diposting juga? Kami juga memposting ulang dari hasil postingan pengunjung.
15. Bagaimana jangkauan dari instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan destinasi wisata tersebut? Apakah menggunakan promosi berbayar atau tidak? Kami tidak melakukan promosi berbayar jadi jangkauan tidak seluas yang berbayar.

**Informan (3) : Irma Yunita (Followers)**  
**Waktu : 18 Juli 2023**

1. Kapan anda mulai megikuti akun instagram @green\_talao\_park? Sekitar tahun 2021
2. Apa yang membuat anda mengikuti akun tersebut? Karena saya ingin mengetahui info terbaru tentang @green\_talao\_park.
3. Bagaimana postingan akun instagram @green\_talao\_park menurut anda? Postingannya cukup menarik untuk menarik orang-orang supaya berkunjung ke green talao park.
4. Apakah anda menyukai setiap postingan dari instagram @green\_talao\_park? Tidak selalu, karena saya hanya menyukai postingan tentang wisatanya.
5. Darimana anda tahu akun instagram dari @green\_talao\_park? Dari postingan teman yang menandai akun ig green talao park.
6. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan wisatanya? Sudah bagus, tapi lebih ditingkatkan lagi semenarik mungkin dalam pengambilan gambar untuk diposting.
7. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park untuk menyampaikan promosi wisatanya? Menurut saya masih kurang aktif dalam mengupload postingan feed instagram.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Apakah admin dari @green\_talao\_park ramah terhadap followersnya? Kurang tau sih, karena belum pernah berkomunikasi dengan adminnya.
9. Apakah admin dari @green\_talao\_park memposting postingan yang menarik pengunjung untuk datang? Iya, seperti jawaban saya dengan pertanyaan sebelumnya.
10. Apakah anda sebagai followers juga ikut serta merekomendasikan atau mengajak teman untuk berkunjung ke @green\_talao\_park? Iya, saya sudah beberapa kali mengajak teman, saudara untuk berkunjung ke green talao park.
11. Apakah wahana yang diposting di akun instagram menurut anda menarik? Iya cukup menarik.
12. Apakah caption yang dibuat oleh admin diposting menarik? Iya, setiap postingan captionnya menjelaskan tentang apa yang dipost, sehingga dapat dipahami.
13. Apa yang menjadi ciri khas dari postingan admin menurut anda? Postingan sunsetnya
14. Manakah yang lebih menarik menurut anda postingan feed atau story instagram dari @green\_talao\_park? Saya pribadi lebih menyukai story instagram.
15. Apakah reels yang diupload menjadi salah satu ketertarikan untuk anda? Iya.

**Informan (4) : Claughea (followers)**

**Waktu : 17 Juli 2023**

1. Kapan anda mulai mengikuti akun instagram @green\_talao\_park? Saya mengikuti instagram green talao park semenjak tahun 2021.
2. Apa yang membuat anda mengikuti akun tersebut? Awalnya saya mendengar tempat wisata green talao park dari instagram lalu cari di instagram dan mulai mengikuti akun tersebut.
3. Bagaimana postingan akun instagram @green\_talao\_park menurut anda? Postingan pada awal-awalnya menarik cuman akhir-akhir ini instagramnya jarang upload dan tidak mempromosikan lagi.
4. Apakah anda menyukai setiap postingan dari instagram @green\_talao\_park? Tidak semua postingannya.
5. Darimana anda tahu akun instagram dari @green\_talao\_park? Saya searching di google dan di instagram.
6. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan wisatanya? Pada awal-awal dibuka tempat wisata tersebut promosinya berjalan dengan baik terus menerus cuman satu tahun belakangan promosi instagramnya tidak berjalan dengan baik.
7. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park untuk menyampaikan promosi wisatanya? Untuk promosi yang disampaikan melalui instagram tidak berjalan terlalu baik menurut saya karena,



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi yang disampaikan tidak menjeaskan apa saja promosi yang diberikan pada konsumen.

8. Apakah admin dari @green\_talao\_park ramah terhadap followersnya? Untuk respon dari keramah-tamahan dari akun ini kurang karena,
9. Apakah admin dari @green\_talao\_park memposting postingan yang menarik pengunjung untuk datang? Menurut saya beberapa postingannya bisa membuat pengunjung tertarik untuk datang ke tempat wisata tersebut tapi beberapa postingannya tidak menarik atau tidak membuat pengunjung tertarik.
10. Apakah anda sebagai followers juga ikut serta merekomendasikan atau mengajak teman untuk berkunjung ke @green\_talao\_park? Iya, sangat wisatanya sangat cocok untuk berlibur berkeluarga ataupun pasangan.
11. Apakah wahana yang diposting di akun instagram menurut anda menarik? Untuk kalangan ibu-ibu, bapak-bapak atau keluarga menurut saya postingannya dapat menarik minat keluarga, cuman untuk kalangan muda seperti mahasiswa atau pelajar kurang menarik.
12. Apakah caption yang dibuat oleh admin diposting menarik? Menurut saya kurang karena, caption yang ditampilkan oleh akun instagram hanya itu-itu saja setiap postingannya.
13. Apa yang menjadi ciri khas dari postingan admin menurut anda? Sejauh ini yang saya lihat memposting ciri khas seperti kedatangan kunjungan pejabat atau orang penting ke tempat tersebut dan postingan wahana-wahana yang diberikan.
14. Manakah yang lebih menarik menurut anda postingan feed atau story instagram dari @green\_talao\_park? Story atau postingan yang ditampilkan pada akun instagram tersebut sama saja karena kadang postingan yang sudah di posting di istagram di posting lagi pada instastory.
15. Apakah reels yang upload menjadi salah satu ketertarikan untuk anda? Beberapa reels yang ditampilkan menarik dan bagus untuk ditampilkan pada instagram tetapi beberapa reels yang juga bersifat monoton dan tidak membuat konsumen tertarik.

**Informan (5) : Latif Mursyid (followers)**

**Waktu : 19 Juli 2023**

1. Kapan anda mulai mengikuti akun instagram @green\_talao\_park? Saya follow kun Instagram tersebut dari tahun 2021.
2. Apa yang membuat anda mengikuti akun tersebut? Kebetulan akun tersebut berisi tentang wisata di Kab. Padang Pariaman dan juga saya yang memang berdarah Pariaman yang merantau tentu men-support inovasi-inovasi yang dibuat oleh orang Pariaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagaimana postingan akun instagram @green\_talao\_park menurut anda? Di akun tersebut memperlihatkan tempat wisata yang bernuansa alami yang cocok untuk dikunjungi oleh kalangan masyarakat.
4. Apakah anda menyukai setiap postingan dari instagram @green\_talao\_park? Ya, saya menyukainya.
5. Darimana anda tahu akun instagram dari @green\_talao\_park? Saya mengetahui akun tersebut dari teman/kerabat saya.
6. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park dalam mempromosikan wisatanya?Awalnya akun tersebut aktif dalam mempromosikan wisatanya, tetapi belakangan ini sudah jarang saya melihat postingan wisatanya, mungkin dikarenakan manajemen yang kurang baik sehingga bingung/tidak tau apa yang ingin di posting dalam akun tersebut.
7. Bagaimana menurut anda akun instagram @green\_talao\_park untuk menyampaikan promosi wisatanya? Kalo untuk mempromosikan, untuk foto/video yang di posting itu lumayan menarik, tetapi pada caption postingannya itu kurang menarik.
8. Apakah admin dari @green\_talao\_park ramah terhadap followersnya? Ya, Sampai saat ini admin dari akun tersebut ramah terhadap followersnya.
9. Apakah admin dari @green\_talao\_park memposting postingan yang menarik pengunjung untuk datang? Ya, sebelumnya menarik, Tapi saat ini sudah jarang memposting dan jadi kurang menarik.
10. Apakah anda sebagai followers juga ikut serta merekomendasikan atau mengajak teman untuk berkunjung ke @green\_talao\_park? Ya, pastinya, karena wisata tersebut menarik bagi saya pribadi.
11. Apakah wahana yang diposting di akun instagram menurut anda menarik? Ya, bagi saya pribadi sih menarik, gak tau deh bagi orang lain.
12. Apakah caption yang dibuat oleh admin diposting menarik? Untuk captionnya kurang menarik.
13. Apa yang menjadi ciri khas dari postingan admin menurut anda? Selalu mengambil foto acara dan candid orang yang berkunjung kesana.
14. Manakah yang lebih menarik menurut anda postingan feed atau story instagram dari @green\_talao\_park? Postingan feed sih.
15. Apakah reels yang upload menjadi salah satu ketertarikan untuk anda? Ya benar sekali.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Informan (6) : Rivaldi Algamart (Pengunjung)**  
**Waktu : 14 Juli 2023**

1. Sudah berapakah anda berkunjung ke @green\_talao\_park? Ini sudah ke 2 kalinya saya berkunjung kesini.
2. Darimana anda mengetahui tempat wisata tersebut? Saya mengetahuinya dari sosial media dan dari teman-teman juga yang mengajak untuk berkunjung.
3. Bagaimana menurut anda tempat wisata @green\_talao\_park? Menurut saya tempatnya lumayan bagus sih kak, karena ini menyatu dengan alam dengan perpaduan antara rawa-rawa dan pantainya.
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi tempat wisata ini? Mungkin adanya jembatan diatas rawa-rawanya dan dikelilingi oleh hutan bakau.
5. Menurut anda bagaimana promosi yang bagus untuk promosi wisata ini? Menurut saya promosi yang bagus bisa melalui instagram dan sosial media lainnya seperti facebook, tiktok dan lain sebagainya.
6. Apakah menurut anda pengelola wisata di @green\_talao\_park ramah? Lumayan ramah orang-orang disini
7. Apakah menurut anda karcis yang dibayarkan sesuai dengan keindahan dari wisata tersebut? Sesuai dengan keindahan yang disuguhkan oleh wisata ini
8. Apakah menurut anda karcis masuk ke tempat wisata tersebut terjangkau untuk masyarakat? Sangat terjangkau
9. Apakah parkir yang disediakan nyaman untuk pengunjung? Nyaman karena disediakan juga tukang parkirnya juga
10. Apakah tempat wisata tersebut nyaman untuk dikunjungi? Sangat nyaman apalagi untuk yang berkeluarga sangat direkomendasikan.
11. Apakah pengelolaan destinasi wisata tersebut sudah baik menurut anda? Sudah baik, tetapi kurang keamanannya aja sih.
12. Bagaimana menurut anda pengelola dalam melayani pengunjung?
13. Apakah menurut anda fasilitas wisata ini perlu ditambah lagi? Perlu kayaknya, kayak penambahan jalan atau jalan menuju wisata ini dirapikan.
14. Apakah untuk kebersihan wisata ini harus ditingkatkan lagi? Harus ditingkatkan lagi dengan adanya tukang kebersihan.
15. Apakah masukan untuk wisata ini menurut anda? Mungkin segera diperbaiki aja sih kak jalanan atau jembatannya ada yang sudah rusak atau bolong-bolong, supaya pengunjung merasa aman dan nyaman.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Informan(7) : Faidhul Hadi (pengunjung)****Waktu : 14 Juli 2023**

1. Sudah berapakah anda berkunjung ke @green\_talao\_park? Sudah sering sih.
2. Darimana anda mengetahui tempat wisata tersebut? Dari teman.
3. Bagaimana menurut anda tempat wisata @green\_talao\_park? Sangat indah dan rapi
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut? Cuma hutan maggrovenya yang keren dan banyak juga objek wisata lainnya.
5. Menurut anda bagaimana promosi yang bagus untuk promosi wisata tersebut? Promosi yang bagus mungkin mendatangkan influencer untuk mempromosikan tempat ini.
6. Apakah menurut anda pengelola wisata di @green\_talao\_park ramah? Ramah.
7. Apakah menurut anda karcis yang dibayarkan sesuai dengan keindahan dari wisata tersebut? Sesuai, malahan kemurahan.
8. Apakah menurut anda karcis masuk ke tempat wisata tersebut terjangkau untuk masyarakat? Sangat terjangkau
9. Apakah parkir yang disediakan nyaman untuk pengunjung? Nyaman sih.
10. Apakah tempat wisata tersebut nyaman untuk di kunjungi? Nyaman.
11. Apakah pengelolaan destinasi wisata tersebut sudah baik menurut anda? Cukup baik, cuman ada beberapa yang kurang dikelola, seperti kurangnya fasilitas.
12. Bagaimana menurut anda pengelola dalam melayani pengunjung? Orangnyanya sangat ramah dan disini juga tidak ada pungli-punglian.
13. Apakah menurut anda fasilitas wisata ini perlu ditambah lagi? Ada yang beberapa perlu ditambah.
14. Apakah untuk kebersihan wisata ini harus di tingkatkan lagi? Ditingkatkan lagi
15. Apakah masukan untuk wisata ini menurut anda? Lebih dijaga lagi supaya alam tidak rusak dan sampah-sampah harus dikumpulkan.

**Informan(8) : Ibnu Al-Arif****Waktu : 14 Juli 2023**

1. Sudah berapakah anda berkunjung ke @green\_talao\_park? Untuk berkunjung ke green talao park ini saya sudah sering, ini sudah ke enam kalinya.
2. Darimana anda mengetahui tempat wisata tersebut? Saya mengetahuinya dari teman-teman saya dan sosial media.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagaimana menurut anda tempat wisata @green\_talao\_park? Sangat bagus karena memadukan, bukan memadukan tetapi tempat wisata itu ada dua wisata yaitu hutan mangrove dan pantai.
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut? Karena saya hobi berfoto dan terlebih tempat ini cocok untuk berfoto mangkanya saya tertarik untuk datang kesini.
5. Menurut anda bagaimana promosi yang bagus untuk promosi wisata tersebut? Promosi yang bagus dengan membuat konten-konten yang menarik tentang wisata ini dan mempublikasikan di platform sosial media seperti tiktok dan instagram.
6. Apakah menurut anda pengelola wisata di @green\_talao\_park ramah? Ya sangat ramah dan baik.
7. Apakah menurut anda karcis yang dibayarkan sesuai dengan keindahan dari wisata tersebut? Ya sangat sesuai dengan keindahan yang ditawarkan.
8. Apakah menurut anda karcis masuk ke tempat wisata tersebut terjangkau untuk masyarakat? Ya sangat terjangkau di kantong masyarakat pastinya semua masyarakat tentu bisa berkunjung ke wisata ini dengan harga yang sangat terjangkau.
9. Apakah parkir yang disediakan nyaman untuk pengunjung? Sangat nyaman dan parkir yang disediakan sangat luas dan pihak pengelola juga menyediakan petugas parkirnya.
10. Apakah tempat wisata tersebut nyaman untuk di kunjungi? Iya, karena seperti yang diawal, karena tempat wisata itu memadukan dua tempat wisata alam.
11. Apakah pengelolaan destinasi wisata tersebut sudah baik menurut anda? Pengelolaanya sudah baik, tetapi perlu ditingkatkan lagi dari segi fasilitasnya.
12. Bagaimana menurut anda pengelola dalam melayani pengunjung? Sangat ramah, baik dan sangat membantu ketika pengunjung dalam kesulitan.
13. Apakah menurut anda fasilitas wisata ini perlu ditambah lagi? Ya, seperti yang perlu ditambah destinasi ini adalah pagar pengaman pada tracking kayu yang ada di hutan mangrove agar keselamatan pengunjung terjaga dan menambah tempat-tempat kebersihan seperti tong sampah dan petugas kebersihan.
14. Apakah untuk kebersihan wisata ini harus di tingkatkan lagi? Ya, dengan menambah tempat-tempat sampah dan petugas kebersihan agar kebersihan tempat tersebut selalu terjaga dan pengunjung nyaman.
15. Apakah masukan untuk wisata ini menurut anda? Seperti menambah wahan-wahana yang baru agar pengunjung semakin tertarik untuk datang kesini, yang kedua untuk meningkatkan fasilitasnya dari segi kebersihan yang ditingkatkan lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian



(Peneliti saat melakukan wawancara dengan Pokdarwis Green Talao Park)



(Peneliti saat melakukan wawancara dengan Admin Instagram  
@green\_talao\_park)

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**(Peneliti saat melakukan wawancara dengan Pengunjung Green Talao Park)**



**(Peneliti saat mewawancarai Pengunjung Green Talao Park)**



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**(Peneliti saat mewawancarai Pengunjung Green Talao Park)**



## BIOGRAFI PENULIS



Nama lengkap **Hilyati Fitri**, dilahirkan di Pariaman pada tanggal 21 Januari 2000. Anak dari Bapak Bustamar dan Ibu Fatma Ridawani, merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Selama hidup, penulis telah menyelesaikan beberapa pendidikan. Pendidikan TK (Taman Kanak-Kanak) pada TK Islam Jihad Padang Panjang pada tahun 2005-2006, kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 06 Teladan Balai-Balai Kota Padang Panjang dari tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan sekolah ke SMP Negeri 1 Padang Panjang dari tahun 2012-2015, kemudian meneruskan pendidikan ke SMA N 3 Padang Panjang dan tamat pada tahun 2018. Setelah menempuh Pendidikan selama 13 tahun, pada tahun 2018 penulis melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan Konsentrasi Public Relations S1. Pada Tahun 2021 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Nagari Ladang Laweh, Kecamatan Batipuh Baruah Kabupaten Batipuh, kemudian di tahun yang sama penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor Kominfo Kota Padang Panjang. Pada Tahun 2023 penulis mengikuti seminar Seminar Proposal pada tanggal 10 Maret 2023 dan Ujian Munaqasah pada tanggal 11 Oktober 2023 dengan Judul skripsi “Pemanfaatan Instagram @green\_talao\_park Oleh Kelompok Sadar Wisata Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Di Kab. Padang Pariaman” dan dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

