



NOMOR SKRIPSI  
6302/KOM-D/SD-S1/2024

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @VILLAZAPIN\_RUPAT  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI VILLA DI DESA TELUK RHU  
KECAMATAN RUPAT UTARA**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
untuk Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**KHOFIFAH NURUL ABDILLAH**  
NIM. 12040322701

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2024**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



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

Nama : Khofifah Nurul Abdillah  
NIM : 12040322701  
Judul : Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 03 Januari 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Januari 2024

Dekan



Dr. Idron Rosidi, S.Pd, M.A

NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si  
NIP.19780605 200701 1 024

Penguji III,

Rohayati, S.Sos.M.I.Kom  
NIP.19880801 202012 2 018

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos. M.I.Kom  
NIP.198417 082

Penguji IV,

Yanzos, S.IP., M.Si  
NIK. 19710122 200701 1 016

Strata Diindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @VILLAZAPIN\_RUPAT SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI VILLA DI DESA TELUK RHU KECAMATAN RUPAT UTARA**

Disusun Oleh :

**Khofifah Nurul Abdillah**

**NIM. 12040322701**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 18 Desember 2023

Pembimbing

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

**NIP. 19810313 201101 1 004**

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

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

**NIP. 19810313 201101 1 004**



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: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Khofifah Nurul Abdillah  
NIM : 12040322701  
Judul : Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 21 Maret 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Maret 2023

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

  
**Mardiah Rubani, M. Si**  
NIP.197903022007012

Penguji II,

  
**Suardi, S. Sos., M.I.Kom**  
NIP.197809122014111003

UIN SUSKA RIAU

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Pekanbaru, 16 Desember 2023

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Komprehensif

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-

Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Khofifah Nurul Abdillah

NIM : 12040322701

Judul Skripsi: Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara

Kami berpendapat bahwa mahasiswa tersebut dapat mengikuti Ujian Komprehensif sebagai salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Munaqasyah.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam ujian komprehensif Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui :  
Pembimbing Akademik (PA),

Mardiah Rubani, S. Ag, M. Si  
19790302 200701 2

Mengetahui:  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

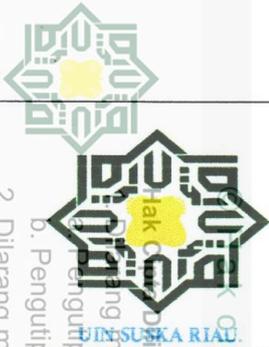
Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



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

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Khofifah Nurul Abdillah  
NIM : 12040322701  
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru / 7 Januari 2002  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang 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 kemungkinan hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 16 Desember 2023  
Yang membuat pernyataan,



Khofifah Nurul Abdillah  
NIM 12040322701



## ABSTRAK

**Nama** : Khofifah Nurul Abdillah  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara

Instagram merupakan sebuah platform yang memberikan peluang kepada seseorang agar dapat membagikan foto dan video menggunakan fitur yang ada kepada berbagai pengguna platform Instagram yang lain. Keunikan yang dimiliki oleh Instagram berhasil memperlebar jangkauan peluang dalam berbisnis, Para pebisnis menjadikan Instagram sebagai ladang memperkenalkan produknya. Dilihat pesatnya perkembangan teknologi dan internet, membuat Instagram menjadi ramai digunakan oleh masyarakat. Sehingga akun Instagram @villazapin\_rupat memutuskan untuk memilih Instagram sebagai media platform promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah pemilik villa yaitu Dahliani, admin Instagram yaitu Aulia Andini dan tiga orang pengunjung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram dengan berlandaskan teori AIDA yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller. Dengan capaian Instagram @villazapin\_rupat sebagai media promosi villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara yang berlangsung dengan baik dan memaksimalkan fitur yang ada. Hal tersebut dilihat dari postingan yang telah diunggah. Respon yang ditimbulkan baik sehingga melahirkan insight yang bagus bagi Instagram. Hal ini menciptakan impresi kepercayaan antara followers dan Instagram. Dari postingan konten yang diunggah melahirkan ketertarikan perhatian dan rasa penasaran pengikut sehingga memunculkan keinginan untuk memesan dan berkunjung ke Villa Mahligai Zapin Rupert.

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

- 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.



## ABSTRACT

**Name** : *Khofifah Nurul Abdillah*  
**Major** : *Communication Science*  
**Tide** : *Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara*

*Instagram is a platform that gives people the opportunity to share photos and videos using existing features with various other Instagram platform users. The uniqueness of Instagram has succeeded in widening the range of opportunities in business. Business people use Instagram as a platform to introduce their products. Judging by the rapid development of technology and the internet, Instagram has become widely used by the public. So the Instagram account @villazapin\_rupat decided to choose Instagram as a promotional media platform. This research aims to find out how to use Instagram @villazapin\_rupat as a promotional media for villas in Teluk Rhu Village, North Rupat District. This research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The informants for this research are the villa owner, Dahliani, the Instagram admin, Aulia Andini, and three visitors. The results of this research show that the use of Instagram is based on the AIDA theory proposed by Kotler and Keller. With the achievements of Instagram @villazapin\_rupat as a promotional media for villas in Teluk Rhu Village, North Rupat District, which is going well and maximizing existing features. This can be seen from the posts that have been uploaded. The response was good, resulting in good insight for Instagram. This creates an impression of trust between followers and Instagram. From the uploaded content posts, it creates interest in the attention and curiosity of followers, giving rise to the desire to book and visit Villa Mahligai Zapin Rupat.*

**Keywords:** *Utilization, Instagram, Promotional Media*

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.



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kita nikmat hidup, nikmat iman serta nikmat kesehatan sehingga sampai saat ini masih dapat merasakan udara segar dan menjalankan aktivitas kehidupan sehari-hari dengan baik. Dengan mengucap rasa syukur hingga sampai saat ini masih diberikan kesempatan untuk melanjutkan tiap ujian yang dihadapi salah satunya adalah menjalankan tugas yang telah ditentukan untuk menghasilkan sebuah karya yang nanti nya dapat dijadikan sebagai kenangan dimasa yang akan datang.

Adapun tugas penelitian program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat Sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupat Utara”. Pada kesempatan ini penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan ribuan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam pengerjaan dan penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M. Ag selaku Rektor, Dr. Helmiati, M. Ag selaku Wakil Reltor I, Dr. Mas’ud Zein, M. Pd selaku Waki. Rektor II, Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor III dan seluruh civitas akademika Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S. Pd., MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Wakil Dekan I Dr. Masduki, M. Ag., Wakil Dekan II Dr. Toni Hartono, M. Si., dan Wakil Dekan III Dr. H. Arwan, M. Ag.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang sekaligus juga merupakan dosen pembimbing saya dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Mardiah Rubani, M. Si sebagai dosen penasehat akademik yang selalu memberikan nasehat dan jalan keluar pada setiap permsalahan yang saya lewati selama perkuliahan.
5. Seluruh Dosen yang berada di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau yang telah memberikan arahan dan mengajarkan ilmu-ilmu yang bermanfaat semasa di perkuliahan khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi baik itu di kampus maupun di luar kampus.
6. Para staff tata usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau yang telah membantu saat mengurus segala surat guna untuk melengkapi berkas persyaratan penelitian ini.
7. Tak lupa pula mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada kedua orang tua ku Ayah dan Bunda tercinta yang telah memanjatkan doa dan memberikan dukungan yang penuh baik itu secara fisik maupun batin kepada anak semata



## 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.

wayangnya ini. Serta kepada sepupu ku, saudara ku, tetangga terdekat ku yang senantiasa memberikan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.

8. Terimakasih kepada sahabat ku dibangku perkuliahan yakni Fasta, Tiara, Ica, Muti, Dita, Wulan, Putri, bang Caprices dan bang Ferry yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat serta mendengarkan setiap keluh kesah, memberikan nasihat dan membantu dalam penyusunan skripsi sehingga saya tidak merasa sendiri menghadapi setiap kesulitan yang terjadi semasa perkuliahan.
9. Terimakasih kepada teman-teman yang berada pada lingkup organisasi yakni Suska Tv, Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Kelas Public Relations C dan seluruh mahasiswa Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat, memberikan wadah untuk berkembang serta kebersamai setiap proses saya selama menjadi mahasiswa di Jurusan Ilmu Komunikasi.

Pekanbaru, Oktober 2023

Penulis

**KHOFIFAH NURUL ABDILLAH**

UIN SUSKA RIAU

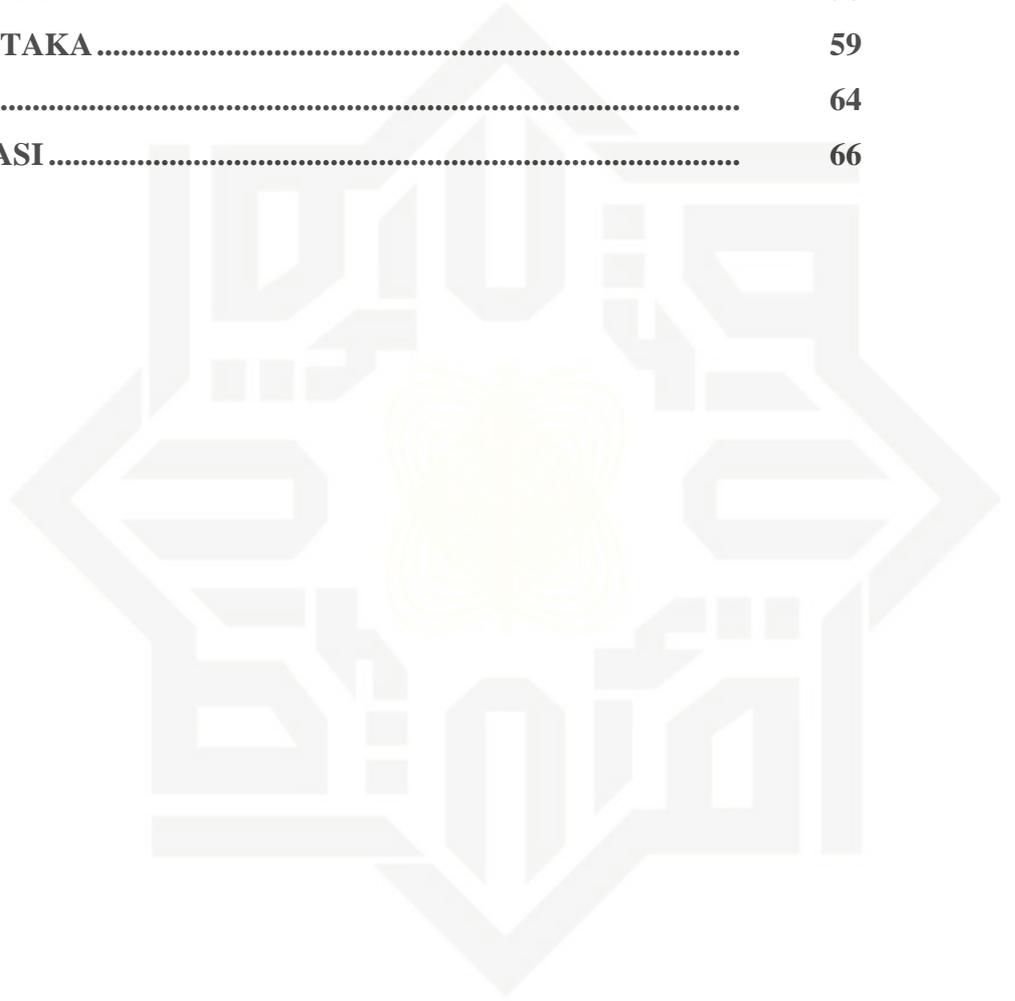




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
5.1 Hasil Penelitian.....	30
5.2 Pembahasan .....	44
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
6.1 Kesimpulan.....	57
6.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>	<b>66</b>



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR TABEL

Halaman  
19

<b>Tabel 3. 1</b> Informan Penelitian .....	19
---	----



### Hak Cipta Diindungi 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

		Halaman
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran.....	17
<b>Gambar 4.1</b>	Peta menuju Villa Mahligai Zapin Rupert.....	22
<b>Gambar 4.2</b>	Daftar Fasilitas Villa Mahligai Zapin Rupert.....	24
<b>Gambar 4.3</b>	Lokasi Villa Mahligai Zapin Rupert .....	25
<b>Gambar 4.4</b>	Akun Instagram @villazapin_rupat .....	27
<b>Gambar 4.5</b>	Logo Villa Mahligai Zapin Rupert.....	27
<b>Gambar 4.6</b>	Halaman Utama Instagram @villazapin_rupat.....	28
<b>Gambar 4.7</b>	Hasil Screenshot Highlight @villazapin_rupat.....	29
<b>Gambar 5.1</b>	Unggahan Instastory dengan menggunakan foto, video & Sound .....	31
<b>Gambar 5.2</b>	Unggahan pada Reels.....	32
<b>Gambar 5.3</b>	Unggahan Feeds pada @villazapin_rupat.....	34
<b>Gambar 5.4</b>	Unggahan pada laman Instagram yang memperlihatkan informasi seputar wisata.....	35
<b>Gambar 5.5</b>	Memberikan promo menarik berupa kemiringan harga....	36
<b>Gambar 5.6</b>	Mengadakan Give Away.....	37
<b>Gambar 5.7</b>	Unggahan pengumuman pemenang dan penyerahan reward.....	39
<b>Gambar 5.8</b>	Instagram memberikan informasi melalui konten menarik.....	40
<b>Gambar 5.9</b>	Bentuk keinginan calon pengunjung ingin memesan.....	42
<b>Gambar 5.10</b>	Proses transaksi pengunjung .....	43
<b>Gambar 5.11</b>	Temuan Penelitian Pemanfaatan Instagram @villazapin_rupat sebagai media promosi villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara .....	54

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

Perkembangan internet yang begitu pesat membuat jarak antar manusia menjadi dekat dan tidak mempersalahkan waktu serta jarak dalam berkomunikasi. Tak dapat dipungkiri bahwa internet sudah menjadi kebutuhan bagi manusia sehingga jumlah pengguna internet terus meningkat setiap tahunnya. Internet telah menjadi pilihan masyarakat Indonesia yang digunakan sebagai wadah komunikasi, hiburan, dan informasi.

Indonesia telah memasuki perkembangan internet ditunjukkan dengan data terbaru oleh We Are Social bahwa tercatat 204,7 Juta pengguna pada Januari 2022 yang mana lebih kurang 73,7% populasi Indonesia aktif menggunakan internet. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebanyak 2,1 juta pengguna antara tahun 2021 dan 2022. Tingginya pengguna internet kini mendorong dunia menciptakan media sosial.<sup>1</sup>

Media sosial media atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi.<sup>2</sup> Media sosial yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.<sup>3</sup>

Pemanfaatan media sosial yang berbasis koneksi internet sebagai salah satu media komunikasi dalam pariwisata sekarang ini menjadi lebih serta sangat fleksibel dan menguntungkan untuk semua pihak sebab penggunaan media-media sosial seperti ini sudah dirasa lebih mudah digunakan dan diterapkan serta memiliki jangkauan yang sangat luas karena tidak terbatas ruang dan waktu.

Selain itu, penggunaan media sosial pun dapat dikatakan hemat biaya untuk mengkomunikasikan berbagai macam informasi mengenai tempat-tempat atau situs situs pariwisata yang ada bahkan semakin berkembang. Hal-hal tersebut pada akhirnya membuat media sosial dari hari ke hari semakin diminati oleh para calon pengguna dan para pengguna tetapnya. Media-media sosial pun menjadi salah satu alat atau metode yang dapat dan menjadi biasa

<sup>1</sup> Data Reportal, Digital 2022: Indonesia, <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia?rq=digital%202022%3A%20Indonesia>, diakses pada 5 Februari 2023

<sup>2</sup> Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)", *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 2 (2016), p. 69.

<sup>3</sup> Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1 (2019), pp. 71–80, <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.



## 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.

digunakan sebagai sarana komunikasi serta promosi. Berdasarkan peningkatan jumlah pengguna media sosial terutama Instagram di Indonesia, Instagram tersebut marak dikatakan sebagai media yang dapat menjadi peluang sangat besar bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi.<sup>4</sup>

Instagram merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi foto dan video yang dibuat pada Oktober 2010. Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>5</sup>

Pariwisata yang berada di desa Teluk Rhu Kabupaten Bengkalis menyimpan potensi alam yang cukup baik, hutan rawa gambut, pantai dan pulau kecil serta banyaknya tersebar masyarakat suku melayu menjadikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung objek wisata Pantai Rupas Utara. Pulau ini merupakan bagian terluar Indonesia karena berhadapan langsung dengan negara tetangga yaitu Malaysia, dengan lebar pantai ±30 Meter. Pulau rupas ini tersimpan potensi wisata yang bernilai tinggi karena terdapat 3 jenis wisata yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Sehingga dapat menarik wisatawan untuk menjadikan pariwisata ini sebagai pilihan saat berakhir pekan.<sup>6</sup>

Villa Mahligai Zapin Rupas merupakan penginapan berbasis syariah yang berlokasi di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupas Utara Kabupaten Bengkalis. Villa ini terletak di pinggir tepian pantai dan bersebrangan langsung dengan Selat Melaka. Dengan menyediakan bermacam pilihan kamar untuk segala usia dan berbagai muatan. Kemudian menyediakan fasilitas yakni mulai dari Board Games, Ruang Tamu, Parkir, Area Indoor dan Outdoor, Area Api Unggun, Area Outbound, AC, Perlengkapan BBQ, Parkir dan segala macam fasilitas pendukung lainnya. Mereka menetapkan

<sup>4</sup> Juristah Karla Lontoh, Altje Lenny Tumbel, and Raymond 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*, vol. 8, no. 4 (2020), pp. 11–20.

<sup>5</sup> D. Untari and D.E. Fajariana, "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)", *Widya Cipta*, vol. 2, no. 2 (2018), pp. 271–8, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>.

<sup>6</sup> Jesika Puteri and Syafri Harto, *PENGEMBANGAN PARIWISATA DI RUPAT UTARA DALAM*, vol. 5, no. 1 (2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kebijakan akomodasi dengan prosedur check-in yakni pada pukul 14:00 dan check-out pada pukul 12:00.<sup>7</sup>

Penerapan Instagram sebagai media promosi memberikan jangkauan yang lebih luas terhadap konsumen dan menjaga loyalitas mereka. Instagram dipilih sebagai media promosi dari Villa Mahligai Zapin Rupert mengingat banyaknya masyarakat yang memiliki akun instagram pribadi. Dengan strategi ini diharapkan masyarakat dapat dengan mudah menerima informasi seputar penginapan Villa Mahligai Zapin Rupert yang ada di Desa Teluk Rhu.

Berdasarkan pra riset yang dilakukan, pemanfaatan Instagram yang dilakukan oleh Villa Rupert terdiri dari kegiatan promosi yang dilakukan Instagram @villazapin\_rupert adalah dengan mengunggah postingan foto dan video di feeds. Kemudian mengunggah Instagram story setiap harinya dan juga menggunakan fitur yang sudah ada di Instagram Story sebagai upaya daya pikat penonton terhadap postingan. Selanjutnya akun ini juga kerap mengadakan Giveaway dengan memberikan hadiah menginap kepada pengikutnya. Semua kegiatan ini dilakukan agar terjadinya interaksi dua arah antara Instagram dan penonton. Dengan cara tersebut dapat menaikkan Insight serta promosi dari Instagram Villa Rupert tersebut.<sup>8</sup>

Pada penelitian sebelumnya hanya membahas mengenai Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis dalam Pengembangan Objek Wisata di Kecamatan Rupert Utara<sup>9</sup>, Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dalam Pengembangan Objek Wisata di Kecamatan Rupert Utara<sup>10</sup> dan Komunikasi Pariwisata Pulau Rupert Utara sebagai Destinasi Wisata yang Berdimensi Kearifan Lokal<sup>11</sup> sehingga penelitian ini bersifat kebaruan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupert sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara.

<sup>7</sup> Tiket.com, <https://www.tiket.com/hotel/indonesia/villa-mahligai-zapin>, Diakses pada 10 Februari 2023

<sup>8</sup> Pra riset, 9 Februari 2023

<sup>9</sup> Hazri, Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis dalam Pengembangan Objek Wisata di Kecamatan Rupert Utara, Tesis, 2021

<sup>10</sup> Ahzanas Syafaat, Strategi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga dalam Pengembangan Objek Wisata di Kecamatan Rupert Utara Kabupaten Bengkalis, Skripsi, 2020

<sup>11</sup> Noor Efni and Salam Almasdi, *Tourism Communication of Rupert Utara Island As A Tourism Destination With Local Wisdom Dimensions Komunikasi Pariwisata Pulau Rupert Utara Sebagai Destinasi Wisata Yang Berdimensi Kearifan Lokal* (2022), pp. 112–24.

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.

## 1.2 Penegasan Istilah

### 1. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan kata dari kata 'Manfaat', yakni suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima. Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa Pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna.<sup>12</sup>

### 2. Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).<sup>13</sup>

### 3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagai foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk instagram sendiri. Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.<sup>14</sup>

### 4. Promosi

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>15</sup>

### 5. Villa Mahligai Zapin Rupert

Villa Mahligai Zapin Rupert adalah penginapan berbasis syariah yang terletak di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara Kabupaten Bengkalis,

<sup>12</sup> Widayati Widayati and Fedianty Augustinah, "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG", *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 2 (2019), pp. 1–20.

<sup>13</sup> Hotrun Siregar, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila", *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1 (2022), pp. 71–82.

<sup>14</sup> Irwandani Irwandani and Siti Juariyah, "Pengembangan Media Pembelajaran Berupa Komik Fisika Berbantuan Sosial Media Instagram sebagai Alternatif Pembelajaran", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, vol. 5, no. 1 (2016), pp. 33–42.

<sup>15</sup> Garaika Garaika and Winda Feriyan, "Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta", *Jurnal AKTUAL*, vol. 16, no. 1 (2019), p. 21.

diresmikan pada 2 Oktober 2022. Dengan menyediakan berbagai pilihan kamar dan fasilitas pendukung lainnya.<sup>16</sup>

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi S1.
  - b. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi para pengkaji Ilmu Komunikasi khususnya dibidang *Public Relations* yang berminat meneliti permasalahan yang sama.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Memberi masukan bagi pihak pengelola penginapan villa mahligai zapin rupert.
  - b. Untuk memberikan manfaat dan wawasan bagi para praktisi komunikasi agar mengetahui secara mendalam bagaimana pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai media promosi villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika disini adalah guna menjadi landasan system yang sedemikian diatur supaya penelitian ini tersusun secara rapi dan terstruktur sesuai dengan aturan yang sudah ada. Adapun sistematika pada penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan kerab membahas terkait latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, dan kerangka pemikiran yang nantinya akan dibahas lebih dalam pada bab ini.

<sup>16</sup> Nicelocal.id, [https://nicelocal.id/riau/hotels/villa\\_mahligai\\_zapin\\_rupat](https://nicelocal.id/riau/hotels/villa_mahligai_zapin_rupat), Diakses pada 10 Februari 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas perihal metodologi yang dilakukan pada penelitian ini.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Penulis akan menyajikan mengenai gambaran umum atau profil dari lokasi penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, penulis akan membahas seputar hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menghubungkannya bersama dengan teori yang digunakan.

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bagian penutup, penulis menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran sebagai bahan masukan untuk kedepannya.

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 II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dari jurnal terkait dengan Bagaimana Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yeri Tri Kurnianto (2020) dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru”. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi kepada Empat Orang informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pemasaran minuman di Kota Banjarbaru telah menghasilkan dampak yang baik bagi kegiatan promosi tempatbiasa.kopi. Adapun hambatan dalam pemanfaatan Instagram adalah kurangnya ide dan persiapan dalam melakukan kegiatan promosi di Instagram. Solusi dari hambatan adalah tempatbiasa.kopi akan membentuk tim untuk mengelola akun Instagram mereka agar lebih giat lagi mempromosikan produk mereka. Untuk itu tempatbiasa kopi memiliki Instagram sebagai media promosi mereka.<sup>17</sup>
2. Penelitian ini dilakukan oleh Thallita Affifah Nugroho dan Farah Citra Azzahra dalam Jurnal Pustaka Komunikasi Volume 5 Nomor 1 Maret (2022), dengan judul “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi *Social Commerce* Usaha Bro.do”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Temuan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah maksimalnya hasil pemanfaatan dalam menjadikan Instagram sebagai media publikasi Brodo. Didukung oleh kegiatan yang Brodo lakukan didalam Instagramnya, konsisten dan innovative menunggah konten Brodo pada Instagram serta tersampaikan dengan baik oleh publik. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Brodo telah memanfaatkan Instagram sebagai media publikasinya dan dalam implementasinya Brodo lebih fokus memberikan cerita dan informasi melalui platform Instagram Brodo.do.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Yeri Tri Kurnianto, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru”, *Ilmu Komunikasi* (2020), p. 8.

<sup>18</sup> Thallita Affifah Nugroho and Farah Citra Azzahra, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do”, *Jurnal Pustaka Komunikasi*, vol. 5, no. 1 (2022), pp. 136–49.



## 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.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Fajar Wahab dan Ike Junita Triwardhani dalam *Journal Riset Manajemen Komunikasi* (2021), dengan judul “Instagram Sebagai Media Promosi Coffe Shop”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan memaki uji keabsahan data triangulasi sumber untuk mendapatkan keabsahan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini yakni: 1) Melalui Instagram, wiedu kopi berhasil memperkenalkan produknya ke masyarakat, hal ini sesuai dengan konsep Cognition 2) Hubungan dengan para followers/pelanggan selalu dijaga sebaik mungkin dengan cara rutin merespon segala bentuk feedback yang masuk, baik itu berupa komentar dari postingan maupun DM yang bersifat privat. 3) Seluruh informasi perihal Wiedu Kopi bisa diakses dan ditanyakan langsung melalui akun @wiedukopi, admin senantiasa sigap dalam merespon feedback dari followers. Konten yang variatif dari Wiedu kopi seperti Ask&Questions, Promo, Edukasi dan Quiz mendapatkan respon yang positif dari para followers Instagram. Peningkatan jumlah transaksi selalu terjadi apabila Wiedu Kopi melakukan Promo diskon tertentu.<sup>19</sup>
4. Penelitian ini dilakukan oleh Sisca Larita, Abdul Halik dan Kamaluddin Tajibu dalam *Jurnal Washiyah Volume 1 Nomor 1 Maret (2020)*, dengan judul “Instagram sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kebudayaan dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan menggunakan Instagram sebagai media promosi, dan juga digunakan sebagai media informasi tentang kegiatan yang telah dilakukan dilaksanakan atau akan dilaksanakan.<sup>20</sup>
5. Penelitian ini dilakukan oleh Wardinal Rifaldi (2020), dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makan di Banjarbaru”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data menggunakan Miles dan Huberman. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini owner burger berkah bersama sebagai informan kunci, dan tiga konsumen pelanggan burger berkah bersama

<sup>19</sup> Muhammad Fajar Wahab and Ike Junita Triwardhani, “Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop”, *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, vol. 1, no. 2 (2022), pp. 126–9.

<sup>20</sup> Sisca Larita, Abdul Halik, and Kamaluddin Tajibu, “Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisataaan Sulawesi Selatan”, *Jurnal Washiyah*, vol. 1, no. 1 (2020), pp. 54–68.



## 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.

yang bisa mewakili pelanggan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan pihak burger berkah bersama memanfaatkan dari jejaringan sosial Instagram sebagai media promosi, karena jejaringan sosial Instagram telah membantu dalam kegiatan promosi, beberapa hambatan yang terdapat dalam hal pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi makanan, dan terjawabnya hambatan dari pemanfaatan media sosial sebagai media promosi makanan oleh pihak burger berkah bersama melalui solusi yang telah dilakukan.<sup>21</sup>

6. Penelitian ini dilakukan oleh Dian Retnasari dalam Jurnal UNY (2021) dengan judul “Instagram sebagai Media Promosi pada Mata Kuliah Produksi Busana Konveksi”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan dimulai dari menganalisis masalah, dengan menemukan masalah yang sedang dihadapi dan juga menganalisis khalayak agar mendapatkan target yang tepat.<sup>22</sup>
7. Penelitian ini dilakukan oleh Afra Nio Wogo (2020) dengan judul “Penggunaan Instagram dan Facebook sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, riset kepustakaan dan dokumentasi. Teknik pengujian keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber, teknik, dan waktu, dan dengan teknik kredibilitas data. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian, dan penarik kesimpulan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Toko Sahabat Ponsel Dutamall telah menggunakan Instagram dan Facebook sebagai media promosi yang sangat baik. Konten yang dipromosikan berupa Informasi produk atau promo yang di jual di Toko Sahabat ponsel Dutamall. Fitur-fitur di Instagram hampir semuanya digunakan oleh Toko Sahabat ponsel Dutamall.<sup>23</sup>
8. Penelitian ini dilakukan oleh Citra Rani Angga Riswari dan Didik Sugeng Widianto dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1 Issue 1, 14 Desember (2020), dengan judul “Pemanfaatan Instagram oleh Akun @jelajahblitar

<sup>21</sup> Wardinal Rifaldi, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makanan di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @burgerberkahbersama)”, *Ilmu Komunikasi* (2020).

<sup>22</sup> Dian Retnasari, *Instagram sebagai media promosi pada mata kuliah produksi busana konveksi* (2017).

<sup>23</sup> Afra Nio Wogo, “Penggunaan Instagram Dan Facebook Sebagai Media Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin”, *Jurnal Komunikasi* (2020), [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3517/1/ARTIKEL\\_AFRA\\_NIO\\_WOGO.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3517/1/ARTIKEL_AFRA_NIO_WOGO.pdf).

## 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.

dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah”. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif melalui pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam dengan admin, dan pengikut aktif. Berdasarkan hasil analisis dan diskusi yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa: 1) Ada 4 tahapan pemanfaatan media Instagram akun @jelajahblitar sebagai media promosi yaitu pesan, komunikator, komunikan, saluran. 2) Promosi pariwisata Blitar melalui akun @jelajahblitar ini membuat pariwisata Blitar lebih banyak dikenal masyarakat luas. 3) Media Instagram dipilih untuk mempromosikan pariwisata daerah karena media ini mempunyai kelebihan memiliki fitur yang lengkap, mempunyai banyak pengguna dan lebih menarik. 4) Fitur-fitur yang digunakan dalam instagram adalah Sharing, Hastag, Repost, Worldcam, Searchtagram, Findergram, Geolocation dan Insta Story. 5) Fitur yang sering digunakan akun @jelajahblitar dalam mempromosikan wisata daerah adalah sharing foto, video, hastag, repost dan Insta Story.<sup>24</sup>

9. Penelitian ini dilakukan oleh Mira Veranita, Rini Susilowati dan Ramayani Yusuf dalam Jurnal Bisnis & Kewirausahaan Volume 17 Issue 3 (2021), dengan judul “Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku)”. Metode penelitian adalah kualitatif yang menggunakan studi kasus dengan teknik analisis isi (*content analysis*). Hasil penelitian bahwa akun @kolakcampurkolaku telah memanfaatkan Strategi Digital Marketing dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi dengan cukup baik dan efektif.<sup>25</sup>
10. Penelitian ini dilakukan oleh Martin Wadesa dan M. Husen Fahmi dalam jurnal Hubungan Masyarakat Volume 6 Nomor 1 (2020) dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Grand Keisha”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, untuk meneliti bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Hotel Grand Keisha, terlebih penggunaan Instagram Business Tools. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu Wawancara, observasi, dan studi literature. Penelitian ini membahas tentang 1) Faktor-faktor yang melatarbelakangi

<sup>24</sup> Citra Rani Angga Riswari and Didik Sugeng Widiarto, “Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @ Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. Vol.1, no. No.1 (2020), p. hal. 1-9.

<sup>25</sup> Jurnal Bisnis and Mira Veranita, *Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pada Akun @ kolakcampurkolaku )*, vol. 17, no. 3 (2021), pp. 279-90.

## 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.

Hotel Grand Keisha Yogyakarta dalam menggunakan media pemasaran Instagram. Instagram yaitu karena efisiensi waktu dan biaya. Instagram juga sudah menjadi kegemaran banyak orang-orang, instagram lebih disukai masyarakat saat ini dari pada media cetak, jauh lebih menarik karena dengan mengakses intagram kita dapat melihat segala sesuatu yang kita inginkan dengan jelas, mulai dari gambar, video, lokasi, dan keterangan dari sesuatu yang ingin kita cari. Teknik promosi yang dilakukan Hotel Grand Keisha menggunakan Instagram. Instagram digunakan Hotel Grand Keisha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan alasan yaitu: Dengan staycation sebagai daya tarik utama yang membuat citra dan kepercayaan pelanggan bertambah. Dalam hal ini penggunaan Public Figure sebagai daya tarik utama untuk meraih citra, kepercayaan, dan loyalitas dari para pelanggan. Serta menampilkan postingan yang menarik mengenai Hotel Grand Keisha.<sup>26</sup>

Beberapa penelitian terdahulu di atas memiliki persamaan dengan penelitian yang ingin dilakukan. Yang mana menggunakan Instagram sebagai media promosi dan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif kualitatif.

Beberapa penelitian terdahulu tersebut juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian ini dilaksanakan di Villa Mahligai Zapin Rupert tepatnya di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara. Kemudian objek yang akan diteliti pada penelitian ini adalah Instagram @villazapin\_rupert.

## 2.2 Landasan Teori

### 1. Media Sosial

Media sosial adalah fitur berbasis website yang membentuk jaringan dan memungkinkan orang untuk dapat berinteraksi dengan orang lain. Fungsi Media Sosial dalam kehidupan seperti memperluas interaksi sosial manusia menggunakan teknologi web, mmentransformasi praktik komunikasi searah media siara atau satu institusi media ke banyak *audience* ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak *audience*, mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, membangun *personal branding*, mencari popularitas atau menunjukkan eksistensi diri<sup>27</sup>. Tak hanya itu, media sosial juga memiliki fungsi pada sisi lainnya yaitu dalam bisnis diantaranya adalah dapat mengidentifikasi pelanggan, mengakomodir komunikasi dua arah antara pelanggan dengan penjual,

<sup>26</sup> Martin Wadesa and M. Husen Fahmi, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Grand Keisha", *Prosiding Hubungan Masyarakat*, vol. 6, no. 1 (2020), pp. 11–5.

<sup>27</sup> Fabian Chandra, *SOCIAL MEDIA MARKETING*, Pertama edition (Yogyakarta: Diva Press, 2021).

## 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.

sebagai sumber informasi bagi penjual untuk mengetahui objek yang disukai pelanggan, hubungan pelanggan berdasarkan lokasi dan pola interaksi, membentuk reputasi usaha di mata pelanggan.<sup>28</sup> Produsen dapat memenuhi kebutuhan informasi pelanggan melalui media sosial apabila media sosial itu memiliki potensial yang cukup untuk membangun image suatu merek produk. Saat ini sudah banyak pelaku usaha yang menggunakan media sosial sebagai media promosi produknya dan menjadikan sebuah strategi bisnis.<sup>29</sup>

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Heinlein, media sosial adalah sebuah bentuk aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Media sosial ini bisa berisi blog, wiki, forum virtual, jejaring sosial, dan sebagainya yang dapat diakses secara universal di seluruh dunia.<sup>30</sup>

Media Sosial memiliki beberapa kategori sebagai berikut:<sup>31</sup>

a. Social Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaannya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

b. Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

c. Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada

<sup>28</sup> Ria Estiana, *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM* (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2022).

<sup>29</sup> Chriswardana Bayu Dewa and Lina Ayu Safitri, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tik Tok Javafoodie)", *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1 (2021), pp. 65–71.

<sup>30</sup> Amar Ahmad, "Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial", *Avant Garde*, vol. 8, no. 2 (2020), p. 134.

<sup>31</sup> Puspitarini and Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)".



#### 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.

munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

#### d. Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara *online*. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photobucket, atau Snapfish.

#### e. Social Bookmarking

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, di Indonesia sendiri yaitu LintasMe.

#### f. Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

### 2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang dikembangkan oleh Kevyn Sistrom dan Mike Kriger di bawah naungan perusahaan yang mereka rintis sendiri yaitu Burbn.Inc. Yang mana Instagram adalah komunitas yang saling berbagi foto antara satu anggota dengan anggota lainnya dari seluruh dunia. Instagram merupakan galeri berbentuk besar dengan isi berupa karya pengguna Instagram yang dapat dilihat oleh khalayak sehingga menciptakan jaringan pertemanan.<sup>32</sup> Terdapat lima fitur utama Instagram yaitu *Home Page*, *Komentar*, *Explore*, *Profil* dan *News Feeds*. Kemudian terdapat pula beberapa fitur pendukung sebagai penambah makna dalam informasi yang ada pada foto, hastagh, dan lokasi. Kemudian juga terdapat sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna Instagram yakni *follow* (mengikuti), *like* (menyukai), *komentar* dan *mentions* (menyebutkan)<sup>33</sup>.

### 3. Promosi

Promosi adalah memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya

<sup>32</sup> Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo).

<sup>33</sup> Aprilianti Pratiwi & M. Girindra Madanacaragni, "Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor", *Audience: Ilmu Komunikasi* (2020), pp. 117–45.

## 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.

dapat melakukan pembelian.<sup>34</sup> Promosi merupakan bagian-bagian dasar bauran pemasaran yang berfokus pada upaya membujuk konsumen akan merek perusahaan<sup>35</sup>. Konsumen memandang promosi sebagai aspek sosial dan fisik dari kognisi konsumen disamping perilaku nyata mereka<sup>36</sup>. Umumnya promosi yang dilakukan memiliki tujuan utama yaitu mencari laba. Promosi dapat dilakukan secara online agar mempermudah kegiatan promosi, adapun promosi secara online seperti Iklan, *Sales Promotion*, *Public Relation*, *Direct Marketing*, dan *Personal Selling*<sup>37</sup>. Jika promosi dilakukan maka akan dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

#### 4. Teori AIDA

Kotler dan Keller mengemukakan teori AIDA merupakan model promosi yang paling sering digunakan sebagai pendukung pada perencanaan suatu promosi secara menyeluruh dan pada sesuatu yang dipromosikan<sup>38</sup>. Menurut Onong U. Effendy dalam model AIDA terdapat empat elemen pokok dan saling berhubungan dengan tugas-tugas promosi, antara lain:<sup>39</sup>

##### a. *Attention*/Perhatian

Dalam attention ini perusahaan harus mampu menarik perhatian masyarakat dengan menciptakan inovasi yang kreatif untuk memperkuat karakter produk yang dipasarkan, sehingga pemasaran terlihat dikemas semenarik mungkin untuk masyarakat.

##### b. *Interest*/Ketertarikan

Setelah mendapatkan perhatian dari masyarakat, tantangan selanjutnya dalam konsep ini adalah mampu menimbulkan ketertarikan masyarakat yang melihat, sehingga menimbulkan perhatian untuk menangkap lebih lanjut informasi tentang barang atau jasa yang dipasarkan.

##### c. *Desire*/Minat

<sup>34</sup> Gede Lingga Ananta Kusuma Putra and Gede Pasek Putra Adnyana Yasa, “Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial”, *Jurnal Nawala Visual*, vol. 1, no. 1 (2019), pp. 1–8.

<sup>35</sup> Dewa and Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)”.

<sup>36</sup> M... Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., *Komunikasi Pemasaran*, Pertama edition (Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 2020).

<sup>37</sup> Puspitarini and Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)”.

<sup>38</sup> Sri Fatmawati, “Pengaruh Iklan Model AIDA (attention, interest, desire, action) terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Indonesia pada Mahasiswa Fisip Uniska MAB”, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9 (2018), pp. 1–11.

<sup>39</sup> M... Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*, Cetakan ke edition (PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009).

## 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.

Pemikiran tersebut terjadi dari adanya sebuah harapan, berkaitan dengan pendapat konsumen dalam membeli suatu produk. Setelah menimbulkan suatu ketertarikan maka langkah selanjutnya adalah menggerakkan keinginan masyarakat untuk mencoba, mendapatkan dan menikmati produk yang dipasarkan.

d. *Action/Tindakan*

Keputusan yang telah dibuat pada tahapan promosi sebelumnya mampu menghasilkan tindakan masyarakat untuk mewujudkan keinginannya dengan menggunakan produk yang ditawarkan.

Beberapa penelitian terdahulu terdapat penelitian yang menggunakan konsep AIDA pada kegiatan promosi, adapun penelitian terdahulu yang relevan adalah Pemanfaatan Metode AIDA dalam Desain Website sebagai Media Promosi Produk Pada UMKM<sup>40</sup>, Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek<sup>41</sup>, dan Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung<sup>42</sup>.

### 5. Instagram @villazapin\_rupat

Akun Instagram @villazapin\_rupat merupakan media promosi yang digunakan oleh Villa Mahligai Zapin Rupert yang banyak diikuti oleh pengguna Instagram. Akun yang dibentuk pada Agustus 2022 ini, awalnya dipergunakan untuk mempromosikan villa Mahligai Zapin Rupert baik itu kamar dan fasilitas. Dengan menampilkan foto dan video yang menarik perhatian hati para pengikut untuk berkunjung, menginap dan menggunakan fasilitas yang ada di Villa Mahligai Zapin Rupert. Kini tercatat sudah 11,6 Ribu pengikut yang mengikuti akun Instagram ini.

Pada Oktober 2022, Akun Instagram @villazapin\_rupat menjadi sangat populer bagi para pengguna Instagram. Tak mengenal lapisan usia, namun sebahagian besar berkisar dari umur 20 Tahun keatas. Karena akun tersebut selalu membagikan informasi tentang suasana untuk berkumpul, *Family Gathering*, dan segala aktivitas yang dapat dilakukan di penginapan ini dengan mengunggahnya melalui foto, video, story dan

<sup>40</sup> Andik Prakasa Hadi, Ahmad Zainudin, and Nuris Dwi Setiawan, "Pemanfaatan Metode AIDA Dalam Desain Website Sebagai Media Promosi Produk Pada UMKM", *JUPITER (Jurnal Penelitian ...)*, vol. 13, no. 2 (2021), pp. 1–6, <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/view/3657>.

<sup>41</sup> Agung Deni Wahyudi et al., *Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek*, vol. 6, no. 1 (2021), pp. 35–40.

<sup>42</sup> Diva Theodora, "Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung", *Palimpsest: Jurnal Ilmu, Informasi dan Perpustakaan*, vol. 12, no. 1 (2021), pp. 37–47.

reels. Dengan adanya Akun Instagram @villazapin\_rupat, kunjungan followers nya mengalami peningkatan setiap harinya.

### 2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan suatu konsep yang akan menjelaskan terhadap pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara. Menurut Onong U. Effendy dalam model AIDA terdapat empat elemen, adapun elemen tersebut adalah sebagai berikut.<sup>43</sup>

#### a. Perhatian (*Attention*)

Villa Mahligai Zapin Rupert memilih Media Sosial Instagram sebagai media promosi dengan memanfaatkan fitur yang tersedia. Salah satunya dengan inovasi pengunggahan konten menarik setiap harinya di laman Instagram nya yaitu pada *Intagram Story*, *Reels* dan *Feeds*. Dengan adanya hal tersebut, mengundang banyak perhatian dari pengikut Instagram @villazapin\_rupat.

#### b. Ketertarikan (*Interest*)

Adanya konten menarik setiap hari yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat diantaranya adalah dengan memberikan informasi seputar fasilitas penginapan, mengadakan tanya jawab seputar pariwisata di desa Teluk Rhu, memberikan harga promo, mengadakan Give Away dan memberikan reward kepada pemenang berupa voucher penginapan gratis sehingga mampu menciptakan rasa ketertarikan pengikut untuk mengikuti akun Instagram dan memilih villa mahligai zapin rupert sebagai penginapan saat berakhir pekan.

#### c. Keinginan (*Desire*)

Pemanfaatan Media Sosial Instagram @villazapin\_rupat dengan terus menyajikan konten menarik dan bervariasi setiap harinya yang bertujuan untuk membangun branding pada villa ini. Dengan dilakukannya kegiatan ini membuat para Followers berkeinginan untuk menjadikan Villa Mahligai Zapin Rupert sebagai tempat bermalam saat berlibur bersama keluarga

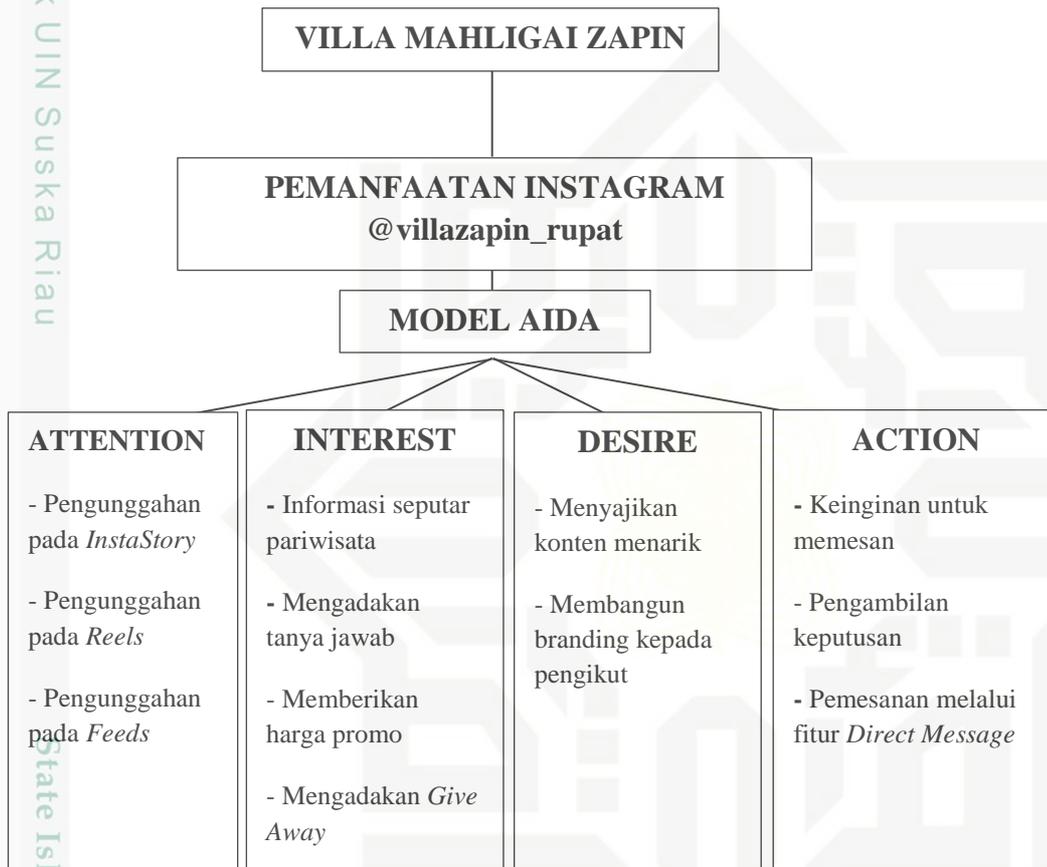
#### d. Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini menjadikan Instagram @villazapin\_rupat mampu menghasilkan tindakan Followers dan pengunjung yakni mengambil keputusan untuk melakukan pemesanan via *Direct Message(DM)* sebagai upaya dalam mewujudkan keinginan konsumen untuk menggunakan jasa penginapan Villa Mahligai Zapin Rupert yang ditawarkan dengan memberikan informasi secara terang-terangan.

<sup>43</sup> Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan rangkaian bagan yang menggambarkan alur dari proses kerja dalam penelitian. Kerangka pemikiran harus dilakukan secara berurutan, struktur yang sesuai dengan proses dan kondisi yang ada. Berdasarkan konsep operasional, maka kerangka pemikiran dari Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat ialah sebagai berikut :



**Gambar 2. 1** Kerangka Pemikiran  
(Sumber: Olahan Data Peneliti)

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 mengumumkan 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

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena konteks social secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian.<sup>44</sup> Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Yang mana penelitian deskriptif adalah pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu yang bertujuan untuk mengembangkan konsep dan menghimpun fakta.<sup>45</sup>

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang dipilih sebagai lokasi yang ingin diteliti guna memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih pada penelitian.<sup>46</sup> Adapun lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Villa Mahligai Zapin Rupert di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Penelitian ini dimulai dari Mei - Desember 2023.

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini data akan diperoleh dari dua sumber sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui wawancara dengan narasumber selaku informan dalam penelitian dan dianggap mempunyai potensi untuk memberi informasi yang akurat dan relevan sesuai dengan fakta dilapangan. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang pertama baik individu maupun kelompok.<sup>47</sup>

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data

<sup>44</sup> Rusman Abd. Hadi, Asrori, *Penelitian Kualitatif*, Pertama edition (Perwokerto Selatan, Kab. Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021).

<sup>45</sup> M.S. Dr. Atwar Bajari, *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI Prosedur, Tren dan Etika*, Kedua edition (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

<sup>46</sup> Muhammad Hasan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Tahta Media Group, 2022).

<sup>47</sup> Ryan, Cooper, and Tauer, "Model Pendidikan Di Pesantren Tahfidzil Qur'an Ma'unahsari Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Bagi Santri", *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (2013), pp. 12–26.

ini diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor yang berupa laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka.<sup>48</sup>

### 3.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan subjek yang dalam hal ini dianggap memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami subjek penelitian.

Adapun informan penelitian tersebut tercantum dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 1** Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1.	Dahliani	Pemilik Villa Mahligai Zapin Rupert
2.	Aulia Andini	Admin & Pengelola Instagram
3.	Ela Haslia	Pengunjung
4.	Yulastri	Pengunjung
5.	Zharifa Aqilla	Pengunjung

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>49</sup> Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang dilakukan dalam mengumpulkan data untuk diolah dan dianalisis unntuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik- teknik sebagai berikut:

#### 1. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua pihak atau lebih yang bisa dilakukan dengan tatap muka dimana salah satu pihak berperan sebagai *interviewer* dan pihak lainnya berperan sebagai *interviewee* dengan tujuan tertentu untuk mendapatkan informasi atau pengumpulan data. Wawancara

<sup>48</sup> M. Si Hardani, S. Pd., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (CV. Pustaka Ilmu Group).

<sup>49</sup> Samiaji Santosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (PT KANISIUS, 2021). Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Alfabeta, 2018).

dilakukan jika peneliti ingin menemukan permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>50</sup>

## 2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung perilaku individu dan interaksi dalam setting penelitian.<sup>51</sup> Oleh karena itu, peneliti harus terlibat langsung dalam kehidupan sehari-hari objek yang dipelajari.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang diperlukan dan untuk melengkapi data-data penelitian. Menurut Bogdan, hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh sejarah pribadi, foto-foto, karya tulis akademik dan seni yang telah ada.<sup>52</sup>

### 3.6 Validitas Data

Validitas data membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya ada dan terjadi. Validitas data disebut juga keabsahan data sehingga instrumen atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Triangulasi dalam validitas data ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim penelitian lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.

Namun dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi sumber, yang mana Triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>53</sup> Adapun sumber data tersebut berasal dari wawancara yang kemudian melakukan observasi pemeriksaan dan dokumentasi langsung ke lapangan. Selain itu peneliti juga mengambil data melalui observasi di akun Instagram @villazapin\_rupat yakni berasal dari video, foto, feeds, instastory, reels untuk mendapati data yang dibutuhkan yang bermaksud untuk memastikan keabsahan data tersebut.

<sup>50</sup> M.S. Drs. H. Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, kedua edition (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2015).

<sup>51</sup> Muhammad Rijal Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif", *Humanika*, vol. 21, no. 1 (2021), pp. 33–54.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*.

<sup>53</sup> Eko Murdiyanto, "Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)", *Bandung: Rosda Karya* (2020), [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>54</sup>

Menurut Miles & Huberman ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data yaitu reduksi data, display data, dan conclusions. Adapun gambaran kegiatannya sebagai berikut:<sup>55</sup>

#### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang yang dianggap tidak perlu. Artinya data yang telah direduksi akan memberikan sebuah gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data berikutnya, dan mencari lagi bila diperlukan.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data bertujuan untuk mempermudah dan memahami tentang yang terjadi.

#### 3. Verifikasi atau Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Verifikasi atau Menarik Kesimpulan merupakan pengambilan dari permulaan pengumpulan data, alur, sebab-akibat/kausalitas dan proporsi-proporsi lainnya.

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.

<sup>54</sup> Samiaji Santosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.

<sup>55</sup> Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif".

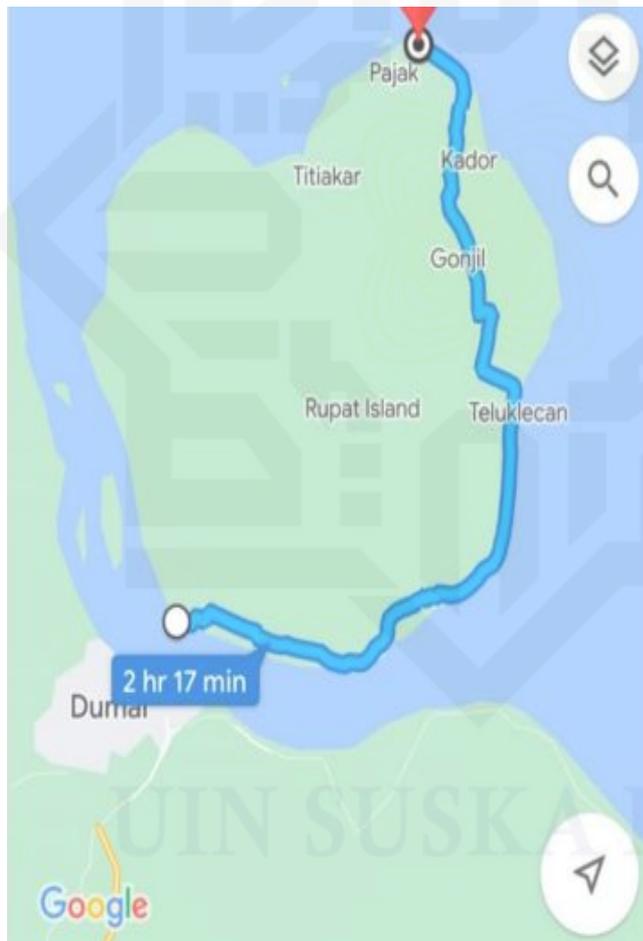
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Gambaran Umum Villa Mahligai Zapin Rupert

Villa mahligai zapin rupert yang berlokasi di Jl. Tenggiri RT.003 RW.002 Dusun Ombak, Desa/Kelurahan Teluk Rhu, Kecamatan Rupert Utara, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau ini merupakan usaha keluarga dari pasangan suami istri yakni Bapak H. Ardiansyah dan Ibu Hj. Dahliani. Awalnya villa ini dibangun hanya untuk menjadi rumah singgah pribadi saja apabila keluarga ini berlibur ke desa teluk rhu. Namun dengan dilihat situasi dan kondisi dilapangan sangat berpeluang dan memiliki potensi untuk berkembang dijadikan sebagai usaha, mereka sepakat untuk memperluas lahan, menambah bangunan dan menjadikannya sebagai villa yang bernilai jual.



**Gambar 4.1** Peta menuju Villa Mahligai Zapin Rupert

Untuk dapat sampai ke lokasi Villa Mahligai Zapin Rupert membutuhkan waktu lebih kurang 5,5 jam perjalanan dari pusat ibu kota



## 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.

Provinsi Riau yaitu Pekanbaru. Pengunjung memulai perjalanannya menggunakan transportasi darat yaitu mobil pribadi melalui pintu tol Pekanbaru-Dumai yang memakan waktu 2 jam perjalanan untuk sampai ke pintu tol paling terakhir yakni pintu Dumai. Terhitung jarak tempuh mencapai 25,44 km./jam. Biaya masuk tol ini dibandrol dengan harga Rp. 118.500 untuk transportasi golongan I. Setelah sampai di Dumai, pengunjung melanjutkan perjalanannya ke pelabuhan penyebrangan kapal ro-ro. Karena untuk dapat sampai ke desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara mobil harus menyebrang dengan kapal ro-ro dengan tujuan Dumai-Pulau Rupert. Dengan lama perjalanan 45 menit dan dengan biaya Rp.151.000 untuk transportasi Golongan IV. Kemudian juga dikenakan biaya menyebrang Rp.7.425/orang untuk kelas ekonomi dewasa dan Rp.1.000/orang untuk kelas ekonomi bayi (0-2 tahun).

Setelah bersandar kapal ro-ro di pelabuhan Pulau Rupert selanjutnya pengunjung melanjutkan perjalanannya menggunakan transportasi darat pribadi atau mobil dari Kecamatan Rupert ke Kecamatan Rupert Utara yang memakan waktu lebih kurang 2 jam perjalanan. Akses jalan yang dilalui sudah 95% semenisasi dengan 5% jalan tanah berlubang, artinya jalan ini sudah layak untuk dilewati oleh kendaraan bermotor dan roda empat. Sepanjang perjalanan kita akan melewati rumah warga asli lokal yang mayoritas suku melayu beragama muslim namun juga banyak yang berasal dari suku chine beragama Buddha. Kiri dan kanan masih banyak terdapat hutan pohon yang masih alami.

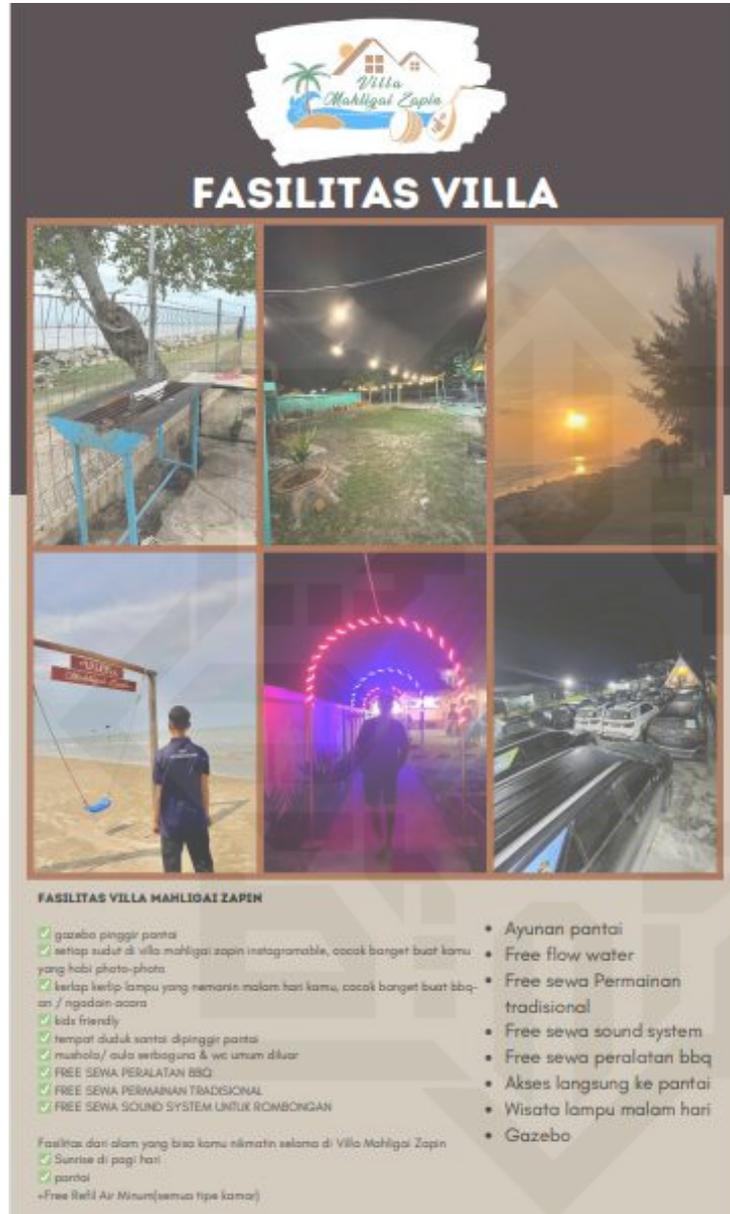
Sesampainya di Kecamatan Rupert Utara kita akan melewati jalan dipinggiran pantai dengan pemandangan asri yang dikelilingi oleh pepohonan cemara. Di kecamatan Rupert Utara tersebut juga banyak penginapan berbasis homestay atau villa, namun Villa Mahligai Zapin Rupert bertempat di Desa Teluk Rhu yang terletak sebelah kanan dari arah masuk desa. Villa Mahligai Zapin Rupert mengangkat arsitektur modern dengan tetap memberikan gaya kearifan lokal melayu, dilihat dari atap yang menggunakan bentuk selembayung. Tentunya tetap menampilkan kesan Instagramable.

Keistimewaannya tersendiri dimana Villa ini merupakan satu-satunya penginapan dengan fasilitas terlengkap, lokasi yang strategis dan berbagai macam pilihan jenis kamar. Adapun yang diberikan Villa Mahligai Zapin Rupert ini adalah jenis kamar dengan rentang harga yang terjangkau, mulai dari Mahligai Glamping Villa Rp. 200.000 dengan kapasitas 2-3 orang, Garden Villa Rp. 350.000 dengan kapasitas 2-3 orang, Tradisional Villa Rp.

### 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.

650.000 dengan kapasitas 5-6 orang, Beach Villa dengan kapasitas 2-4 orang dan Family Villa Rp. 1.850.000 dengan kapasitas 10-15 orang.<sup>56</sup>



**Gambar 4.2** Daftar Fasilitas Villa Mahligai Zapin Rupert  
**Sumber:** Katalog Villa Mahligai Zapin Rupert

Masing-masing jenis villa memberikan fasilitas yang berbeda menyesuaikan dengan harganya. Namun villa ini tetap memberikan fasilitas umum yang dapat digunakan secara gratis seperti mainan tradisional, peralatan barbeque, gazebo santai, wc dan musholla umum, ayunan, permainan untuk anak-anak, lapangan parkir yang luas sampai dengan

<sup>56</sup> Katalog Villa Mahligai Zapin Rupert

#### 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.

tepian pantai teluk rhu yang dapat dinikmati oleh pengunjung Villa Mahligai Zapin Rupert.

Selain itu pengunjung juga dapat mengambil paket lainnya, salah satunya adalah menyebrang ke pulau beting aceh yang tak jauh dari villa ini. Paket ini disediakan oleh Villa Mahligai Zapin Rupert dilengkapi dengan akomodasi perjalanan mulai dari transportasi laut yakni speed boat hingga konsumsi selama perjalanan. Paket ini hanya disediakan oleh Villa Mahligai Zapin Rupert saja diantara villa-villa yang ada di Desa Teluk Rhu.



**Gambar 4.3** Lokasi Villa Mahligai Zapin Rupert  
**Sumber:** Dokumentasi Peneliti

Ini merupakan lokasi dari Villa Mahligai Zapin Rupert yang terletak secara strategis di Jl. Tenggiri RT.003 RW.002 Dusun Ombak, Desa/Kelurahan Teluk Rhu, Kecamatan Rupert Utara, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Pada foto tampak jelas bangunan penginapan yang minimalis yang juga mengangkat arsitektur berupa kearifan lokal budaya melayu dengan suasana yang asri dan nyaman. Villa Mahligai Zapin Rupert ini merupakan satu-satunya villa terbaik dengan fasilitas terlengkap dan langsung berhadapan dengan pemandangan tepi pantai Rupert Utara.

#### 4.2 Gambaran Akun Instagram @villazapin\_rupat

Akun Instagram @villazapin\_rupat berdiri sejak tahun 2022. Tujuan dari akun Instagram dari @villazapin\_rupat ini dalam memposting yaitu sebagai media promosi mengenai penawaran tempat menginap, dari berbagai macam pilihan kamar, penyewaan permainan tradisional dan fasilitas pendukung lainnya.

## 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.

“Berdirinya dari Villa Mahligai Zapin Rupert ini dimulai sejak tahun 2022 yang diresmikan oleh Camat Rupert Utara yaitu Bapak Afrizal, S. Pd, M. Si dan telah diresmikan secara legalitas berupa akta pendirian yang dikeluarkan oleh notaris. Dengan diresmikannya Villa Mahligai Zapin Rupert telah berhasil memperkenalkan produknya dengan memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media promosi villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara. Dalam waktu belum genap setahun Instagram @villazapin\_rupert mampu meraih 11,3 K pengikut dengan persebaran informasi yang luas di seluruh bagian Provinsi Riau. Ini tentunya juga ikut membantu dalam memperkenalkan dan memajukan pariwisata yang ada di Provinsi Riau sebagai Pariwisata Halal seperti yang telah diatur pada Peraturan Gubernur Riau Nomor 18 Tahun 2019”.<sup>57</sup>

Konten yang dibuat diposting yaitu unggahan mengenai promosi kamar penginapan mulai dari 2 Unit Beach Villa, 2 Unit Garden Villa, 1 Unit Family Villa, 4 Unit Gampling dan 1 Unit Rumah Tradisional Melayu, permainan tradisional dan fasilitas pendukung lainnya. Namun adapun tujuan utama admin sosial media Instagram @villazapin\_rupert adalah mempromosikan villa dengan membuat konten yang menarik mulai dari pengunggahan foto serta video. “Karena memang tujuan utama dari dibuatnya Instagram @villazapin\_rupert ini adalah sebagai media promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas terkait informasi seputar penginapan villa Mahligai Zapin Rupert”.<sup>58</sup>

Sejak 2022 akun Instagram ini berdiri hingga saat ini terhitung memiliki 11,8 ribu pengikut mulai dari berbagai ragam gender, usia dan telah memiliki jumlah postingan 108 pada feedsnya.

<sup>57</sup> Wawancara bersama pemilik Villa Mahligai Zapin Rupert ibu Hj. Dahliani pada 19 Juni 2023

<sup>58</sup> Wawancara bersama admin Instagram @villazapin\_rupan Saudari Aulia Andini pada 13 Juni 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Gambar 4.4** Akun Instagram @villazapin\_rupat  
**Sumber:** Akun Instagram @villazapin\_rupat

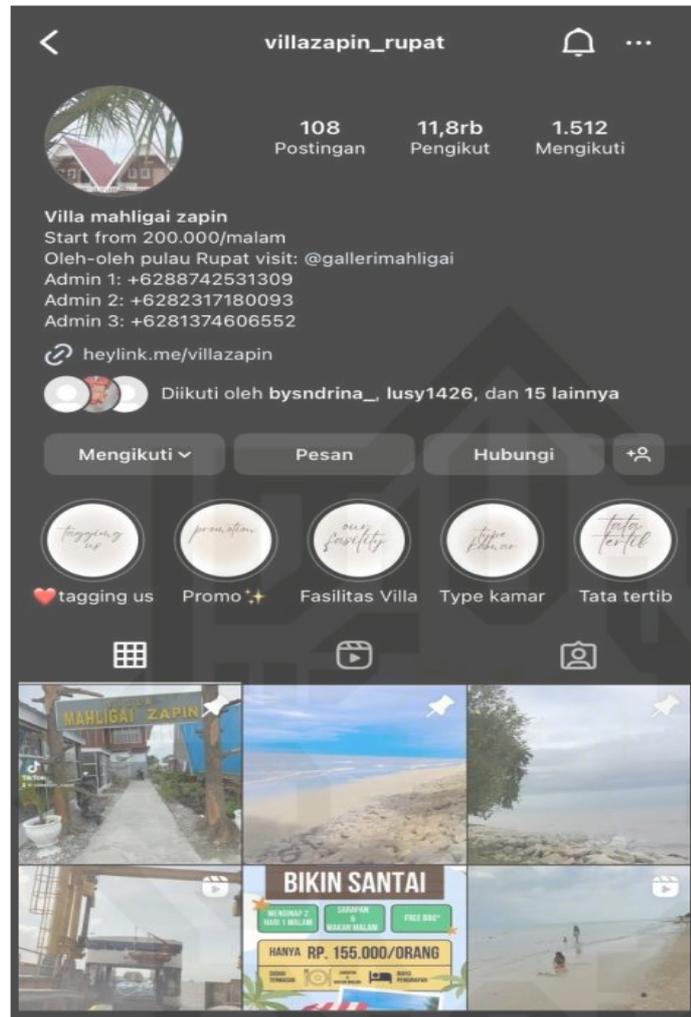


**Gambar 4.5** Logo Villa Mahligai Zapin Rupat  
**Sumber:** Katalog Villa Mahligai Zapin Rupat

Dilihat dari aktifnya kegiatan promosi yang dilakukan pada Instagram @villazapin\_rupat oleh admin sehingga menciptakan reaksi dan respon yang positif bagi pengikut. Cara menarik perhatian Instagram ini dalam mempromosikan villa yakni dengan memanfaatkan berbagai bentuk fitur Instagram mulai dari mengunggah foto, video reels, Instagram Stories sampai dengan QnA berhadiah sebagai upaya memancing perhatian. Dari banyaknya ragam kegiatan promosi lah yang membuat Instagram ini dapat menjadi sarana promosi yang efektif dalam meningkatkan dan menarik perhatian calon pengunjung yang akan datang menyewa villa mahligai zapin rupat.

#### 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.



**Gambar 4.6** Halaman Utama Instagram @villazapin\_rupat

Pada feeds, terlihat jelas seluruh aktivitas promosi yang diunggah oleh admin Instagram @villazapin\_rupat. Unggahan akun ini sangat besar presentasinya memperkenalkan dan mempromosikan seputar penginapan seperti harga kamar, jenis/type kamar, fasilitas penginapan, akses perjalanan hingga pariwisata terdekat pada kawasan villa yang dapat dijangkau dengan mudah. Kemudian pada Instagram juga memperlihatkan pada laman utamanya dengan menyimpan info penting di Highligh yang bertujuan agar Instagram Stories akan terus dapat dilihat dan tidak kadaluarsa mengingat bahwa Instagram Storie memiliki masa operasi yakni 24 jam saja.

#### 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.



**Gambar 4.7** Hasil Screenshot Highlight @villazapin\_rupat

Adanya fitur highlight sangat berperan penting dalam pengoperasian kegiatan promosi, sebab highlight berguna untuk menyimpan Instastory yang telah terhapus otomatis. Postingan yang ada di highlight ini akan tetap dapat di nikmati dan dilihat oleh pengikut maupun yang bukan pengikut. Adapun highlight yang diunggah oleh admin Instagram @villazapin\_rupat adalah dengan menyajikan informasi seputar penginapan, seperti Promo harga yang menarik, fasilitas penginapan, tata tertib, type kamar dan pengikut yang telah menyewa penginapan. Hal ini dapat melahirkan rasa kepercayaan pengunjung terhadap villa dengan adanya kebenaran data.

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 VI PENUTUP

### 6.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan periset menemukan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa akun Instagram @villazapin\_rupat ini melangsungkan kegiatan promosinya dengan menggunakan teori AIDA dengan memanfaatkan berbagai macam fitur-fitur yang tersedia oleh Instagram baik itu fitur utama maupun fitur pendukung lainnya. Adapun bentuk fitur utama pada Instagram yang digunakan adalah unggahan yang berbentuk foto, video *reels*, hingga *Instagram Story*. Kemudian fitur pendukung yang digunakan adalah caption sebagai wadah penjabar unggahan foto dan video, penandaan lokasi atau yang disebut dengan *geotagging*, hastag atau tagar, tanda suka, *questions box*, *choosing box*, *highlight* hingga memposting ulang pada Instagram Stories. Admin pengelola Instagram rutin melakukan kegiatan promosi dengan rajin memperbaharui postingan seputar penyewaan Villa Mahligai Zapin Rupert mulai dari informasi harga sampai dengan fasilitas yang disediakan. Fitur-fitur canggih yang dimiliki oleh Instagram menjadi alasan utama untuk digunakan sebagai media promosi online yang efektif dan efisien dalam menyokong kegiatan promosi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan terkait Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi villa pada Villa Mahligai Zapin Rupert adalah dengan menggunakan platform Instagram sebagai media promosinya. Dengan memanfaatkan fitur yang beragam menjadi sarana atau temuan inovasi terbaru pada dunia promosi, Instagram memberikan dampak yang besar dan sangat signifikan sehingga mengakibatkan peningkatan penjualan dilihat dari baiknya pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh admin Instagram @villazapin\_rupat mengingat juga tingginya pengguna media sosial yang satu ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengikut Instagram @villazapin\_rupat yang mampu tembus hingga 11,8K dan terus bertambah setiap harinya hingga sekarang.

Dengan penggunaan fitur secara maksimal pada Instagram @villazapin\_rupat ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai media promosi villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara ini berlangsung dengan baik. Hal tersebut dilihat dari postingan yang telah diunggah. Respon yang ditimbulkan baik sehingga melahirkan insight yang bagus bagi Instagram. Tentulah ini menjadi salah satu sisi positif untuk memberikan kepercayaan antara followers dan Instagram. Dari postingan konten yang diunggah menarik perhatian dan rasa

penasaran pengikut sehingga memunculkan keinginan untuk memesan dan berkunjung ke Villa Mahligai Zapin Rupert. Pernyataan ini dapat dibuktikan dari *followers* yang menjadi pengunjung sekaligus sebagai informan dalam penelitian ini. Unggahan postingan Instagram @villazapin\_rupat menjadi bukti bahwa instagram layak dijadikan media promosi yang tepat, efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan promosi secara online yang sekaligus merupakan upaya inovasi terbaru dalam promosi yang pada akhirnya melahirkan efek timbal balik yang baik antara akun Instagram dan followers.

## 6.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dijabarkan oleh peneliti pada Bab IV terdapat pembahasan yang penting yang akan disampaikan yaitu berhubungan dengan Pemanfaatan Instagram @villazapin\_rupat sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara yakni sebagai berikut:

1. Admin sebaiknya berupaya untuk terus berinovasi dan memperbaharui dalam membenahi unggahan agar terlihat lebih menarik lagi sehingga dapat menciptakan rasa penasaran dan meningkatkan minat pengikut Instagram.
2. Admin sebaiknya untuk meningkatkan kreativitasnya dalam membuat konten dan memaksimalkan kinerja dalam mengunggah postingan dengan tetap konsisten menggunakan berbagai fitur yang ada di Instagram seperti *captions*, *tagging*, *hashtag*, *lokasi*, *question box*, *choosing box* dan sesekali melakukan *live streaming* untuk meyakinkan pengikut akan keaslian Instagram @villazapin\_rupat ini. Hal ini nantinya juga akan dapat memberikan efek timbal balik yang baik bagi pengikutnya dan tentu dapat menaikkan insight baik itu pada akun Instagram sampai dengan penjualan.
3. Admin sebaiknya dapat menggunakan jasa *Influencer* untuk membantu mempromosikan villa agar informasi tentang Villa Mahligai Zapin Rupert ini dapat dikenal lebih luas lagi.
4. Penelitian berikutnya diharapkan untuk mampu membahas bagaimana strategi pemasaran usaha villa dan kontribusinya terhadap ekonomi masyarakat tempatan di Desa Teluk Rhu Kecamatan Rupert Utara secara mendalam supaya nantinya dapat menjadi wawasan pengetahuan yang baru.

### 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Hadi, Asrori, Rusman, *Penelitian Kualitatif*, Pertama edition, Perwokerto Selatan, Kab. Banyumas, Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2021.
- Ahmad, Amar, “Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial”, *Avant Garde*, vol. 8, no. 2, 2020, p. 134 [https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158].
- Angelika, Vanesha and Yugih Setyanto, “Media Sosial Dalam Pembentukan Personal Branding (Studi Pada Instagram Alberta Claudia)”, *Prologia*, vol. 3, no. 1, 2019, p. 274 [https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6251].
- Aprilianti Pratiwi & M. Girindra Madanacaragni, “Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor”, *Audience: Ilmu Komunikasi*, 2020, pp. 117–45.
- Aryani, Indita Dewi et al., “Indita Dewi Aryani Dita Murtiariyati SOUVENIR PROJECT”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, vol. 2, no. 2, 2022, pp. 466–77.
- Bisnis, Jurnal and Mira Veranita, *Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 ( Studi Kasus Pada Akun @ kolakcampurkolaku )*, vol. 17, no. 3, 2021, pp. 279–90.
- Dewa, Chriswardana Bayu and Lina Ayu Safitri, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)”, *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol. 12, no. 1, 2021, pp. 65–71 [https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132].
- Dr. Atwar Bajari, M.S., *METODE PENELITIAN KOMUNIKASI Prosedur, Tren dan Etika*, Kedua edition, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S.E., M..., *Komunikasi Pemasaran*, Pertama edition, Jawa Timur: CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 2020.
- Drs. H. Ardial, M.S., *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, kedua edition, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2015.
- Efni, Noor and Salam Almasdi, *Tourism Communication of Rupert Utara Island As A Tourism Destination With Local Wisdom Dimensions Komunikasi Pariwisata Pulau Rupert Utara Sebagai Destinasi Wisata Yang Berdimensi Kearifan Lokal*, 2022, pp. 112–24.

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.

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.

- Fabian Chandra, *SOCIAL MEDIA MARKETING*, Pertama edition, Yogyakarta: Diva Press, 2021.
- Fadli, Muhammad Rijal, “Memahami desain metode penelitian kualitatif”, *Humanika*, vol. 21, no. 1, 2021, pp. 33–54 [<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>].
- Fatmawati, Sri, “Pengaruh Iklan Model AIDA (attention, interest, desire, action) terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Indonesia pada Mahasiswa Fisip Uniska MAB”, *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9, 2018, pp. 1–11.
- Garaika, Garaika and Winda Feriyan, “Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta”, *Jurnal AKTUAL*, vol. 16, no. 1, 2019, p. 21 [<https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>].
- Hadi, Andik Prakasa, Ahmad Zainudin, and Nuris Dwi Setiawan, “Pemanfaatan Metode AIDA Dalam Desain Website Sebagai Media Promosi Produk Pada UMKM”, *JUPITER (Jurnal Penelitian ...)*, vol. 13, no. 2, 2021, pp. 1–6, <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jupiter/article/view/3657>.
- Hardani, S. Pd., M. Si, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hariato, Dindra and Aning Sofyan Sadikin, “Promosi Penjualan Thrift Shop di Media Sosial Instagram”, *Bandung Conference Series: Communication Management*, vol. 2, no. 2, 2022, pp. 831–7, <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.4520>.
- Irwandani, Irwandani and Siti Juariyah, “Pengembangan Media Pembelajaran Berupa Komik Fisika Berbantuan Sosial Media Instagram sebagai Alternatif Pembelajaran”, *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-Biruni*, vol. 5, no. 1, 2016, pp. 33–42 [<https://doi.org/10.24042/jpifalbiruni.v5i1.103>].
- Jubilee Enterprise, *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Kurnianto, Yeri Tri, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru”, *Ilmu Komunikasi*, 2020, p. 8.
- Kusuma Putra, Gede Lingga Ananta and Gede Pasek Putra Adnyana Yasa, “Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial”, *Jurnal Nawala Visual*, vol. 1, no. 1, 2019, pp. 1–8 [<https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>].

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

- Larita, Sisca, Abdul Halik, and Kamaluddin Tajibu, "Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisata Sulawesi Selatan", *Jurnal Washiyah*, vol. 1, no. 1, 2020, pp. 54–68.
- Lontoh, Juristah Karla, Altje Lenny Tumbel, and Raymond 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*, vol. 8, no. 4, 2020, pp. 11–20.
- Maryolein, Shintadevy, Nadya Dwina Hapsari, and Rani Chandra Oktaviani, "Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium", *Avant Garde*, vol. 7, no. 1, 2019, p. 19 [https://doi.org/10.36080/avg.v7i1.849].
- Muhammad Fajar Wahab and Ike Junita Triwardhani, "Instagram Sebagai Media Promosi Coffee Shop", *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, vol. 1, no. 2, 2022, pp. 126–9 [https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.554].
- Muhammad Hasan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Tahta Media Group, 2022.
- Murdiyanto, Eko, "Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)", *Bandung: Rosda Karya*, 2020, http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\_PENELITIAN\_KUALITAIF.docx.
- Nugroho, Thallita Affifah and Farah Citra Azzahra, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, vol. 5, no. 1, 2022, pp. 136–49 [https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1883].
- Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M..., *ILMU KOMUNIKASI Teori dan Praktek*, Cetakan ke edition, PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009.
- Puspitarini, Dinda Sekar and Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1, 2019, pp. 71–80 [https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950].
- Puteri, Jesika and Syafri Harto, *PENGEMBANGAN PARIWISATA DI RUPAT UTARA DALAM*, vol. 5, no. 1, 2022.
- Retnasari, Dian, *Instagram sebagai media promosi pada mata kuliah produksi busana konveksi*, 2017.
- Ria Estiana, *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM*, Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2022.

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.

- Rifaldi, Wardinal, “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Makanan di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @burgerberkahbersama)”, *Ilmu Komunikasi*, 2020.
- Riswari, Citra Rani Angga and Didik Sugeng Widiarto, “Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @ Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. Vol.1, no. No.1, 2020, p. hal. 1-9.
- Ryan, Cooper, and Tauer, “Model Pendidikan Di Pesantren Tahfidzil Qur’an Ma’unahsari Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Bagi Santri”, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2013, pp. 12–26.
- Samiaji Santosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, PT KANISIUS, 2021.
- Siregar, Hotrun, “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila”, *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, no. 1, 2022, pp. 71–82 [https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102].
- Soleha, Fuji, Neila Susanti, and Muhammad Jailani, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Danau Toba”, *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, vol. 2, no. 3, 2023, pp. 963–72 [https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3.703].
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, 2018.
- Theodora, Diva, “Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung”, *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, vol. 12, no. 1, 2021, pp. 37–47 [https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152].
- Transformation, Journal et al., *KABUPATEN SUMBAWA BARAT Program Studi Administrasi Pendidikan , Universitas Pendidikan Mandalika Email : masitamita85@gmail.com PENDAHULUAN Perpustakaan memiliki peranan penting dalam mengumpulkan , menyimpan , dan mendistribusikan informasi untuk membangun*, vol. 2, no. 2, 2022, pp. 427–35.
- Untari, D. and D.E. Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)”, *Widya Cipta*, vol. 2, no. 2, 2018, pp. 271–8, http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta.
- Wadesa, Martin and M. Husen Fahmi, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Grand Keisha”, *Prosiding Hubungan Masyarakat*, vol. 6, no. 1, 2020, pp. 11–5.



## 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.
- Wahyudi, Agung Deni et al., *Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek*, vol. 6, no. 1, 2021, pp. 35–40.
- Wainira, Maria A.D., Yohanes K.N. Liliwiri, and Sylvania S.E. Mandaru, “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image”, *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 2, 2021, pp. 138–48 [<https://doi.org/10.35508/jikom.v10i2.3609>].
- Watie, Errika Dwi Setya, “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)”, *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 2, 2016, p. 69 [<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>].
- Widayati, Widayati and Fedianty Augustinah, “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI MAKANAN RINGAN KRIPIK SINGKONG DI KABUPATEN SAMPANG”, *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 2, 2019, pp. 1–20 [<https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>].
- Wogo, Afra Nio, “Penggunaan Instagram Dan Facebook Sebagai Media Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin”, *Jurnal Komunikasi*, 2020, [http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3517/1/ARTIKEL\\_AFRA\\_NIO\\_WOGO.pdf](http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3517/1/ARTIKEL_AFRA_NIO_WOGO.pdf).
- Yunita, Hasmarani, Sugandi Sugandi, and A. WS. Johnatan, “Strategi Komunikasi Pemasaran Greatstore Dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Promosi Online”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 1, 2020, pp. 190–204.



## LAMPIRAN PEDOMAN DAFTAR WAWANCARA

### A. Bagian Umum

1. Apa yang melatarbelakangi akun Instagram @villazapin\_rupat sebagai media promosi villa?
2. Apa tujuan Instagram @villazapin\_rupat dibuat?
3. Sudah berapa lama Instagram Villa Zapin Rupert beroperasi sebagai media promosi?
4. Apa yang membedakan platform Instagram @villazapin\_rupat sebagai media promosi dengan platform lainnya?
5. Siapa saja target Instagram @villazapin\_rupat?
6. Bagaimana dengan rating peminat akun Instagram @villazapin\_rupat?
7. Kapan pertama kali konten yang ada di Instagram diupload?
8. Kenapa dinamakan @villazapin\_rupat?
9. Sudah berapa banyak konten yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat?
10. Bagaimana Instagram @villazapin\_rupat membuat konten promosi?
11. Kapan saja konten yang disajikan ditayangkan oleh akun ini?
12. Ada berapa konten yang diupload dalam seminggu?
13. Bagaimana respon Dinas Pariwisata dan masyarakat terhadap pemanfaatan Instagram Villa Zapin Rupert sebagai Media Promosi Villa di Desa Teluk Rhu?

### B. Attention/Perhatian

1. Bagaimana Instagram villazapin\_rupat memanfaatkan fitur di Instagram dalam menyajikan konten promosi?
2. Konten menarik seperti apa yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat?
3. Fitur apa saja yang dimanfaatkan Instagram @villazapin\_rupat dalam mempromosikan villa?
4. Bagaimana upaya Instagram @villazapin\_rupat menarik perhatian pengikut?
5. Apakah ada waktu yang ditentukan akun @villazapin\_rupat untuk mengunggah konten promosi villa?

### C. Interest/Ketertarikan

1. Bagaimana akun @villazapin\_rupat menarik daya pikat pengikutnya?
2. Upaya apa yang dilakukan Instagram @villazapin\_rupat supaya tampak menarik?
3. Konten seperti apa yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat agar mampu membangun ketertarikan pengikut?
4. Apakah membutuhkan talent dalam pembuatan kontem supaya memunculkan ketertarikan pengikut?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



5. Seberapa besar ketertarikan pengikut terhadap konten yang disajikan saat mempromosikan villa?

#### **D. Desire/Keinginan**

1. Apakah dari konten yang disajikan memiliki dampak kepada customer untuk berkeinginan memesan penginapan?
2. Apakah customer menikmati konten yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat?
3. Apakah customer menjadikan Instagram sebagai media informasi untuk mencari tahu tentang @villazapin\_rupat?
4. Bagaimana upaya Instagram dalam membentuk opini public yang baik agar customer memiliki keinginan untuk memesan villa?
5. Seberapa besar keinginan customer setelah melihat konten yang disajikan oleh Instagram @villazapin\_rupat?

#### **E. Tindakan (Action)**

1. Bagaimana Instagram @villazapin\_rupat memberikan respon terhadap customer yang memesan?
2. Melalui apa customer dapat memesan villa?
3. Bagaimana Instagram @villazapin\_rupat mewujudkan keinginan konsumen untuk menggunakan jasa penginapan Villa Mahligai Zapin Rupert yang ditawarkan?
4. Apakah Instagram layak dijadikan media promosi?
5. Apakah platform Instagram dapat menciptakan kepuasan terhadap customer dalam memudahkan pemesanan?
6. Apakah fitur DM adalah tempat untuk memesan produk?

#### **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.

## DOKUMENTASI SAAT PENELITIAN



Wawancara bersama Pemilik Villa Mahligai Zapin Rupal yakni Ibu Dahliani



Wawancara bersama Admin pengelola Instagram @villazapin\_rupal yakni Aulia Andini

### 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.



Wawancara bersama Pengujung yakni Ela Haslia



Wawancara bersama Pengujung yakni Yulastri

© 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.



Wawancara bersama Pengujung yakni Zharifa Aqillah

© 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.