

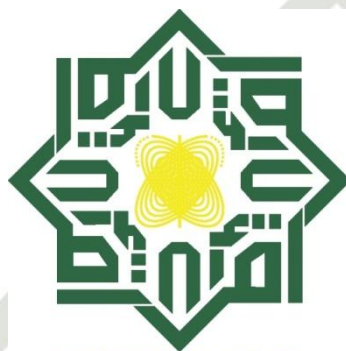


UIN SUSKA RIAU

No. 6490/KOM-D/SD-S1/2024

**PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH DINAS PARIWISATA  
DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA  
DAN BUDAYA LOKAL**

- © Hak cipta milik UIN
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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.



UIN SUSKA RIAU

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**NEPEN WAN PUTRA**  
**NIM.11740315291**

UIN SUSKA RIAU

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

- 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 OLEH DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI WISATA DAN BUDAYA LOKAL**

Disusun Oleh :

**Nepen Wan putra**

**NIM: 11740315291**

Telah di setujui pembimbing pada tanggal 19 Februari 2024

**Pembimbing,**



**Dewi Sukartik M.Sc**

**NIP. 198109142023212019**

**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: 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 : Nepen Wan Putra  
NIM : 11740315291  
Judul : Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi sebagai media promosi Wisata dna Budaya lokal

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

Hari : Senin  
Tanggal : 25 Maret 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, 28 Maret 2024



Dr. Simon Rosidi, S.Pd, M.A  
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Firdaus El Hadi, M. Sos.,Sc  
NIP.19761212 200312 1 004

Penguji III,

Julis Surtiani, M. I.Kom  
NIK. 130 417 019

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, S.Sos.M.I.Kom  
NIK. 130 417 082

Penguji IV,

Rafdeadi, M.A  
NIP.19821225 201101 1 011

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



- 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 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 : Nepen Wan Putra  
NIM : 11740315291  
Judul : Pemanfaatan Instagram Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi sebagai media promosi Wisata dan Budaya di Kabupaten Kuantan Singingi

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 29 September 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, 29 September 2023

**Penguji Seminar Proposal,**

Penguji I,

**Dr. Usman, M. I.Kom**  
130417119

Penguji II,

**Suardi, M. I.Kom**  
197809122014111003



2. Dilarang mengemukakan dan memperbarik sebagai bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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.

Lampiran Surat:  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 10 September 2021

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nepen Wan Putra  
 NIM : 11740315291  
 Tempat/ Tgl. Lahir : Tanjung, 04 Juni 1999  
 Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
 Prodi : Ilmu Komunikasi S1

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* : **Pemanfaatan Instagram Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai media Promosi Wisata dan Budaya Lokal**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 01 April 2024  
 Yang membuat pernyataan



**Nepen Wan Putra**  
**NIM. 11740315291**

*\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*



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

Pekanbaru, 19 Februari 2024

No. : Nota Dinas  
 Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
 Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

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

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Nepen Wan Putra

NIM : 11740315291

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Media Promosi Wisata Dan Budaya Lokal

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah 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.*

**Pembimbing,**

Dewi Sukartik M.Sc  
 NIP. 198109142023212019

**Mengetahui :**  
**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**

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

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip 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.

## ABSTRAK

**: Nepen Wan Putra**  
**: Ilmu Komunikasi**  
**: Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya Lokal**

Akun instagram @pariwisata.kuansing merupakan akun instagram dibawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi. Konten akun instagram @Pariwisata.kuansing berisikan informasi tentang wisata dan budaya yang ada di kabupaten Kuantan singingi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan instagra oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Kuantan singingi sebagai media promosi wisata dan budaya local. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif dengan metode penelitian kualitatif, yakni dengan menggambarkan bagaimana pemanfaatan instagram oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Kuantan singingi sebagai media promosi wisata dan budaya local. Peneliti mendapatkan data dari hasil observas non partisipan, wawancara. Hasil penelitian ini menunjuk kan pemanfaatan Instagram oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Kuantan singingi sebagai media promosi wisata dan budaya lokal sudah aktif dalam pemanfaatan konten untuk memperkenalkan wisata dan budaya yang ada di Kuantan singingi.

**Kata Kunci :** Pemanfaatan ,Media Sosial, Pariwisata

- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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** : *Nepen Wan Putra*  
**Department** : *Communication Sciences*  
**Title** : *Use of Instagram by the Culture and Tourism Office of Kuantan Singingi Regency as a Media for Promotion of Tourism and Local Culture*

*The Instagram account @pariwisata.kuansing is an Instagram account under the auspices of the Kuantan Singingi Regency Culture and Tourism Office. The content of the Instagram account @Pariwisata.kuansing contains information about tourism and culture in the Kuantan singing district. This research aims to determine utilizationinstagram by the Kuantan singingi district culture and tourism office as a tourism and culture promotion medialocal. This research uses descriptive type of research with qualitative research methods, namely by describing how Instagram is used by the Kuantan Singingi district culture and tourism office as a tourism and culture promotion media.local. Researchers obtained data from non-participant observations and interviews. Results of this researchshow The use of Instagram by the Kuantan Singingi district culture and tourism office as a medium for promoting tourism and local culture has been active in using content to introduce tourism and culture in Kuantan Singingi.*

**Keywords** : *Utilization, Social Media, Tourism*



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil alamin. Segala puji Allah SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah, inayah-Nya, serta kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam penulis ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jaliah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini. Skripsi dengan judul **"Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya local"** merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penulis, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Yaitu Ayahanda Asrial dan Ibunda Asniati yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, dorongan, dan motivasi. Terimakasih atas segala pemberian ayahanda dan Ibunda yang tidak bisa dilupakan dan tidak akan mungkin terbalaskan oleh penulis. Serta ucapan terima kasih kepada saudari kandung yang penulis sayangi yaitu Naisya Muliana, Nadira Asqa Ramadhani Yang senantiasa memberi semangat penulis untuk Menyelesaikan Skripsi ini. serta ucapan terima kasih kepada Teman-Teman, Yaitu Novaldo Dandi, Hengki Irawan, Ridho Rinaldo, Rahul Aqua, Fajri Hidayah Erza dan Velia Krismadanti atas semangat dan dorongan yang selalu membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan ide dan sumber pendukung untuk melengkapi skripsi ini. Walau demikian, penulis benar-benar merasakan bantuan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam merampungkan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:



HUKUM PAJANG UIN SUSKA RIAU  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.

© HUKUM PAJANG UIN SUSKA RIAU  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Khairunas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Masud Zein, M. Pd, Wakil Rektor III Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D.
  2. Kepada Bapak Dr. Imron Rosidi, SPd., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr. Masduki, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr.Toni Hartono, M.Si, selaku Wakil Dekan Bagian Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr.H. Arwan,M.Ag, selaku Wakil Dekan Bagian Kemahasiswaan dan kerjasama.
  3. Kepada Bapak Muhammad Badri, SP., M.Si, selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  4. Kepada Pembimbing Akademik, Ibu Mardiah Rubani, S.Ag.,M.Si yang telah memberikan saran bagi kelancaran perkuliahan.
  5. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dewi Sukartik, M.Sc yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bantuan pemikiran dan waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
  6. Kepada seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satupersatu, terimakasih atas ilmu, bimbingan dan motivasinya.
  7. Kepada seluruh teman teman Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- Semoga Allah membalas jasa-jasa yang terpatri dan semoga skripsi ini dapat diterima serta memberikan pengetahuan dan referensi baru bagi semua pihak. Terimakasih.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 4 Maret 2024  
 Penulis

**Nepen Wan Putra**  
**NIM. 11740315291**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Penegasan Istilah.....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b>	
2.1 Kajian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Kerangka pikir.....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4 Validitas Data .....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b>	
4.1 Sejarah.....	36
4.2 Bagian/Unit Kerja Tempat Peneliti .....	36
4.3 Deskripsi Umum Tentang Ruang Lingkup Tempat Penelitian .	36
4.4 Uraian tugas bagian/tempat penelitian .....	37



UIN SUSKA RIAU

## BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian .....	52
5.2 Pembahasan .....	59

## BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan .....	62
6.2 Saran.....	62

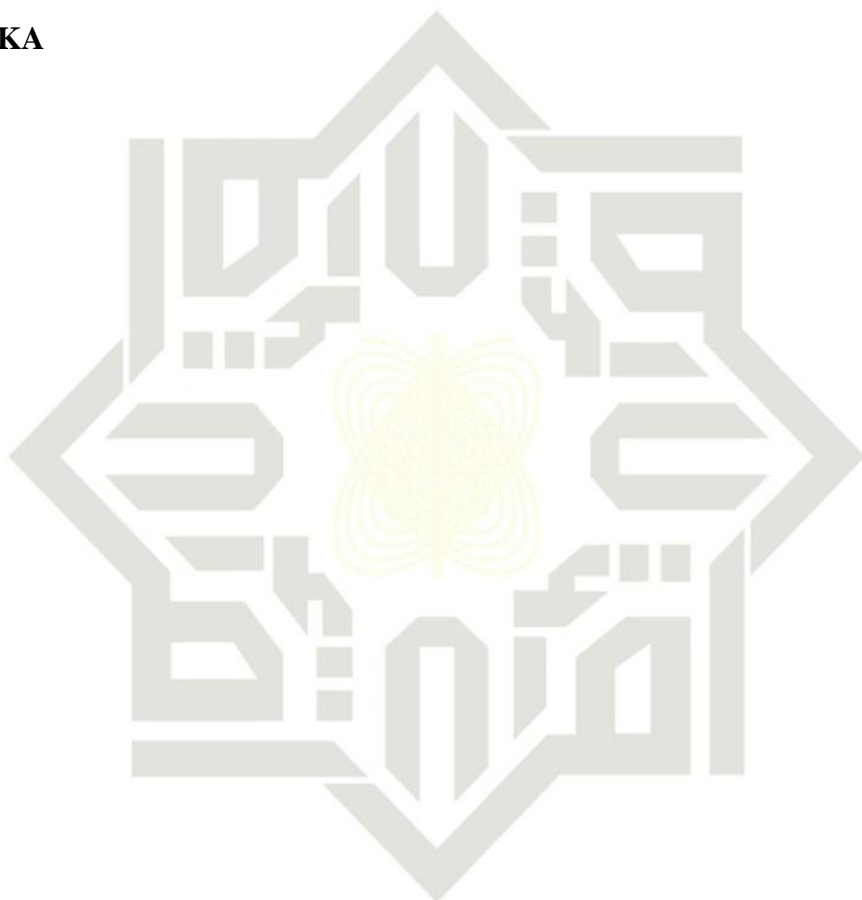
## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

- 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.

UIN Suska Riau

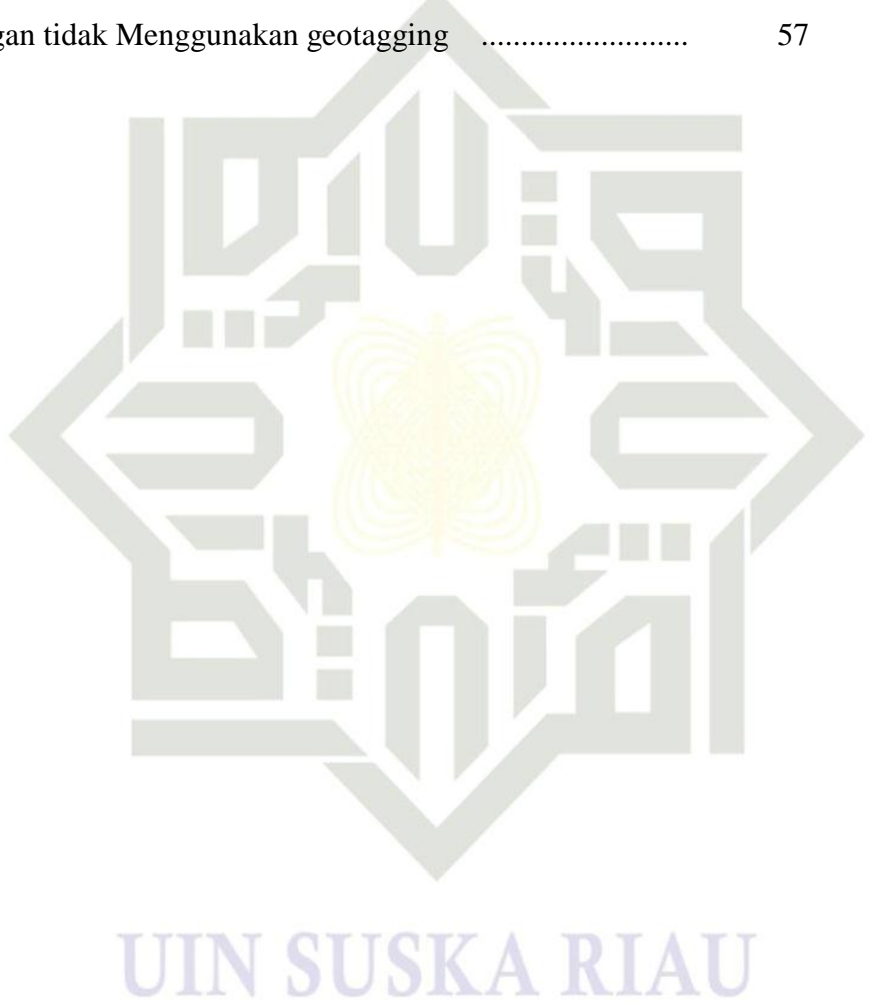
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

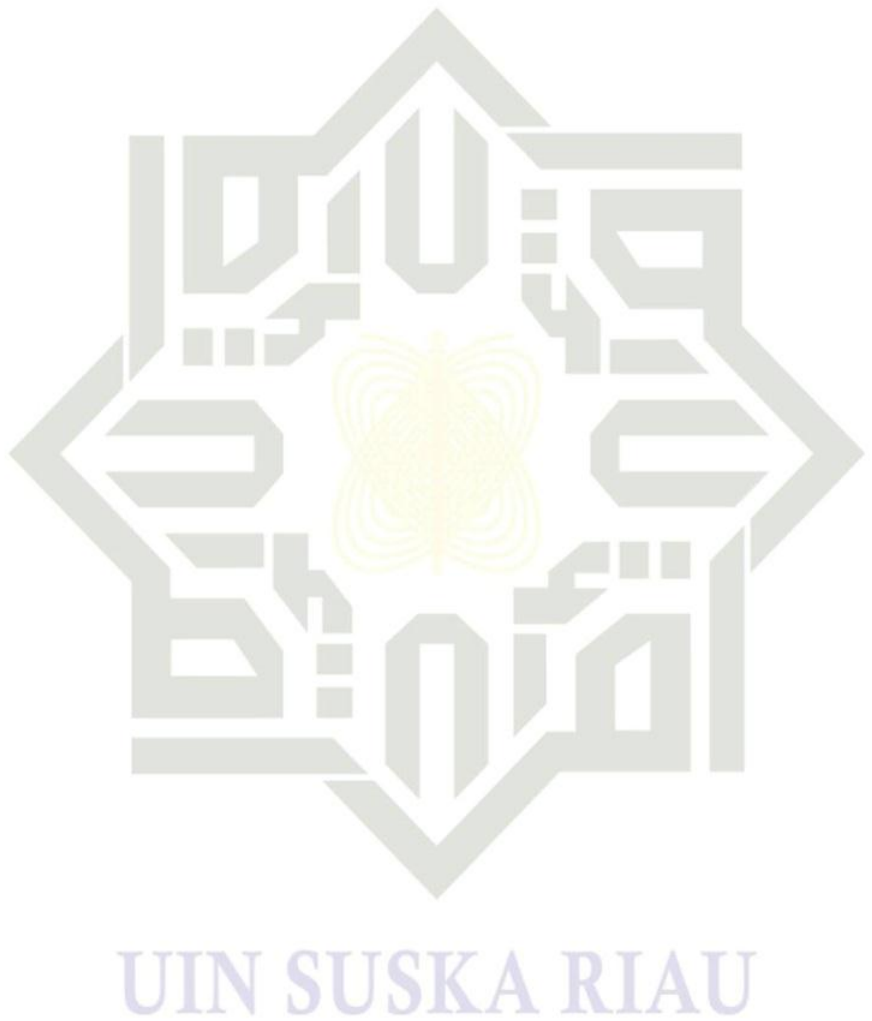
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Fikir .....	28
Gambar 5.1	Instagram @Pariwisata.Kuansing .....	53
Gambar 5.2	Postingan Foto Dan Reels .....	55
Gambar 5.2	Postingan dengan hastag@Pariwisata.Kuansing .....	57
Gambar 5.3	Postingan Menggunakan caption .....	57
Gambar 5.4	Postingan tidak Menggunakan geotagging .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Dokumentasi Foto Saat Penelitian
- Lampiran 2: Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 3: Naskah Pwertanyaan Dan Jawaban Wawancara



### Hak Cipta Dan Undang-Undang

1. Dilarang menyalin, 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 Masalah

Seiring perkembangan zaman teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. perkembangan di bidang teknologi dan informasi yang semakin maju mengakibatkan beragam media yang memberikan kemudahan kepada manusia untuk berkomunikasi. Salah satu contohnya yaitu media online atau media baru yang dapat menyampaikan secara virtual kepada penerima pesan. media sosial pada saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat dan banyak dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Para pengguna media sosial dapat saling berkomunikasi, berbagi, berinteraksi, networking, dan berbagi kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif.<sup>1</sup> Beberapa contoh media sosial yang paling banyak penggunaannya adalah youtube, facebook, blog, twitter, tiktok dan instagram.

Alasan yang mendasari masyarakat untuk lebih menggunakan media online untuk menggali informasi karena media online menjadi pilihan utama atau alasan keluar dari berbagai macam permasalahan dimana informasi dapat diperoleh dengan cepat, dimana saja, dan kapan saja, serta didapatkan secara gratis dengan menggunakan jaringan internet. Salah satu media sosial yang banyak peminatnya yaitu instagram. hal ini dibuktikan dengan pertanyaan resmi dari pendiri facebook serta pemilik layanan instagram, Mark Zuckerberg yang mengungkapkan bahwa lebih dari 500 juta pengguna yang sudah memiliki instagram setiap bulan, dan 300 juta menggunakan layanan instagram setiap hari.

Instagram merupakan media sosial yang khusus untuk memposting sebuah gambar, foto, video, dapat dilihat pada tampilan awal intagram berupa visual gambar yang dapat menimbulkan persepsi positif atau negative tergantung dari gambar yang di posting pengguna instagram. Pada maret 2007, sosial media tersebut memasukkan beberapa fitur baru yaitu setiap pengguna dapat

<sup>1</sup>Nasrullah Rulli, Media Sosial (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).



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

mencatumkan alamat, email, serta nomor telepon sehingga memudahkan pengguna instagram dapat memudahkan pengguna instagram dapat menghubungi pengguna tersebut. Kemudian fitur lainnya berupa tagar (hashtag) dan pencarian (explore) membuat postingan – postingan yang ada di instagrmm menjadi lebih mudah dicari dan ditemukan oleh pengguna<sup>2</sup>.

Selain itu, aplikasi tersebut banyak menyuguhkan informasi dan peluang bisnis, salah satunya adalah bisnis kepariwisataan (tourism). Sebagian pengguna media sosial menggunakan instagram sebagai media untuk membagikan informasi yang bersifat umum seperti berita ataupun informasi khusus mengenai destinasi pariwisata. Salah satu dari kegiatan promosi yang dilakukan para pengguna instagram saat ini yaitu promosi wisata. Promosi destinasi wisata yang dilakukan melalui media sosial tersebut merupakan cara yang bersifat baru dan dapat mendorong dalam perkembangan wisatawan<sup>3</sup>.

Di indonesia kurang lebih ada 45 juta penduduk secara aktif menggunakan media sosial instagram. Dari data tersebut indonesia menjadi salah satu pengguna instagram yang terbesar, terbanyak di Asia Pasifik, dan menjadi salah satu pasar terbesar di dunia. Apabila pengguna menelusuri pada pencarian di instagram dengan mengetik nama suatu kota atau daerah, bahkan Negara, feeds yang ditampilkan adalah destinasi wisata tempat tersebut.

Akun-akun tersebut dikelola secara baik oleh institusi, perorangan maupun kelompok. Hal demikian membuat para calon wisatawan memperoleh informasi dengan sangat mudah dan cepat. Selain itu, instagram dalam hal ini melakukan kegiatan promosi dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan media pemasaran pariwisata dengan dilihat dari aspek efisiennya, mudah dalam menjalankan promosi destinasi wisata di media sosial serta minimnya biaya yang dikeluarkan membuat instagram banyak diminati<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Fatanti& Suyadnya M.N, 'Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? Procedia', Social and Behavioral Sciences 211, 201.

<sup>3</sup> Fatanti& Suyadnya M.N, A. Asanbekova, M., & Maksudunov, 'The Marketing Power of Instagram: A Content Analysis of Top Hotel Enterprises in Kyrgyzstan', Jurnal Internasional Penelitian Pariwisata Dunia Turki, 3(2), 2018, 141–52.





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

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam usahanya untuk mempromosikan pariwisata, juga telah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana promosi bagi pemerintah daerah. Usaha kementerian dapat terlihat dari website resmi kementerian berisi berita dan informasi dalam lingkup Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif<sup>5</sup>.

Dengan adanya website tersebut dapat memudahkan setiap daerah untuk mempromosikan objek wisata yang ada di daerah mereka.

Salah satu daerah yang menggunakan Instagram sebagai media pengenalan pariwisata mereka yaitu Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan nama @pariwisata.kuansing Akun ini di kelolah langsung oleh dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Kuantan singingi melalui Instagram dinas kebudayaan dan pariwisata kuansing banyak mengunggah foto dan video tentang pariwisatanya. Kabupaten yang dijuluki dengan kota jalur ini memiliki banyak wisata dan budaya. Salah satu di antaranya yang paling terkenal adalah wisata budaya pacu jalur, saat ini budaya pacu jalur sangat di kenal masyarakat baik itu local maupun luar negeri di tengah viralnya pacujalur, orang hanya mengenal Kuantan singingi dengan pacu jalur, namun pemerintah berinisiatif melalaui instagramnya yaitu @pariwisata.kuansing utuk mempromosikan wisata dan budaya menarik lainnya yang ada di Kuantan singingi, ini adalah salah satu alasan peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pemanfaatan Instagram dinas kebudayaan dan pariwisata Kuantan singingi dalam mempromosikan wisata budaya local yang ada di Kuantan singingi.

Dewat media sosial, semua orang dapat mengatur langkah dan strategi komunikasi lebih mudah mengalir dibandingkan saat anda berbicara langsung, media pertukaran data dengan menggunakan foto dan video yang di unggah para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti **Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Media promosi wisata dan Budaya Lokal.**

<sup>5</sup>Yeni Imaniar Hamzah and others, '\_Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia', Jurnal Kepariwisata Indonesia, 8.3 (2013), 1–9.



## 1.2 Penegasan Istilah

Berdasar kan latar belakang di atas, Penegasan istila dari proposal ini

### Pemanfaatan

Pemanfaatan Pemanfaatan merupakan turunan kata dari kata manfaat yang mendapatkan imbuhan pe- dan- an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan<sup>6</sup>. Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber – sumber belajar.

### Media sosial

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekalinstagramus sebuah ikatan sosial.

### 3. Instagram

Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Menurut situs instagram, aplikasi instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, Maka Rumusan masalah yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah Bagaimana pemanfaatan Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi sebagai media promosi wisata dan budaya lokal?

<sup>6</sup>Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III (Jakarta: Balai Pustaka, 2015).



#### 1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakan dan rumusan masalah di atas, untuk Mengetahui Pemanfaatan Instagram Dinas Kebudayaan dan pariwisata sebagai media promosi wisata dan budaya lokal.

#### Kegunaan Penelitian

Dari Sudut Pandang Teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat dalam kajian ilmu komunikasi, Khususnya promosi menggunakan media sosial Instagram.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam penelitian berikutnya Mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi.

2) Dari sudut pandang praktis

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat dalam memberikan sumbangsi positif sumbangan pemikiran dalam mengatur pemanfaatan media Sosial sebagai media promosi kepada Dinas pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Kuantan Singingi dalam memperkenalkan Pariwisata budaya di kabupaten Kuantan Singingi.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambar yang lebih jelas dalam penulisan penelitian ini maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut.

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

Merupakan bab pendahuluan yang didalanya berisikan: Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Sistematika Penulisan.

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

Di bagian bab ini membahas mengenai penjelasan dari Kajian Terdahulu, Kajian Teoritis, dan Konsep Teori apa yang di gunakan. Kemudian di bagian inilah yang akan membahas dari kajian yang akan di jadikan pada bahan penelitian selanjutnya.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan jenis dan pendekatan penelitian. Waktu Penelitian sumber data, informasi penelitian, Teknik pengumpulan data, validitas data dan analisis data.

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

Pada bab ini akan menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian, seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta gambaran umum program siaran.

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

Pada bab ini akan menyajikan tentang hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

### **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

UIN SUSKA RIAU





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

kabar dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio, serta media non massa seperti brosur juga digunakan secara aktif sebagai sarana untuk mencapai tujuan promosi. Dalam konteks perbedaan, penelitian ini mengidentifikasi perbedaan dalam objek penelitian yang melibatkan berbagai elemen terkait promosi Pacu Jalur, subjek penelitian yang terdiri dari Humas dan Dinas Pariwisata, serta periode pengamatan penelitian yang mungkin mengambil rentang waktu tertentu untuk mengamati efektivitas strategi yang diterapkan.

2. Penelitian ini berjudul “Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singing Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Danau Desa Koto Kari sebagai tujuan wisata daerah,” dilakukan oleh Wilsa Ramadhani dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singing dalam Pengembangan Destinasi Wisata Danau Koto Kari, subjek penelitian ini melibatkan Dinas Pariwisata Dan budaya Kabupaten Kuantan Singing sebagai pihak yang terlibat dalam upaya mempromosikan destinasi wisata danau Koro Kari. Fokus penelitian ini adalah Aktivitas Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singing Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Danau Desa Koto Kari sebagai tujuan wisata daerah. penelitian ini mengungkapkan terdapat beberapa Tindakan yang dilakukan oleh dinas Pariwisata Dan kebudayaan Dalam Aktivita promosi Dalam pengembangan Destinasi wisata Danau Desa Koto Kari sebagai tujuan wisata daerah. Kegiatan tersebut meliputi beberpa bagian salah satunya menetapkan seksi seksi dalam pengembangan dastinasi wisata danau desa koto kari, dan menentukan sasaran target dalam mempromosikan destisi wisata. Hasil penelitian ini adalah tentang aktivitas promosi dinas pariwisata Kabupaten Kuantan Singing dalam pengembangan Destinasi wisata danau desa Koto Kari sebagai tujuan wisata daerah bahwa aktivitas promosi yang dilakukan di berbagai media sosial dan surat kabar surat kabar melalui rilis di 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.

televisi dan media sosial seperti Facebook, Instagram dan YouTube yang dilakukan oleh dinas pariwisata Kabupaten Kuantan sini dan aparaturnya di Koto Kari. Aktivitas promosi dinas pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi tersebut dengan cara menampilkan setiap icon icon yang dimiliki oleh Donna wisata tersebut seperti wisata bebek air, Sepeda air, speed boat, jembatan cinta, rumah pohon, dan arena bermain anak anak lainnya.<sup>7</sup>

3. Penelitian ini berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja," Dilakukan oleh Fifi Liana Wahyuningsih menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk Pemanfaatan Media Sosial Youtube dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budaya dan Promosi Pariwisata Kraton Jogja. Penelitian ini melibatkan Kraton Jogja Sebagai pihak yang terlibat dalam Pelestarian Budaya dan Promosi Pariwisata Kraton Jogja. Fokus Penelitian ini adalah Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja. Penelitian ini mengungkapkan kraton Jogja menggunakan dua platform media sosialnya, terutama platform yang berkaitan dengan visual maupun audiovisual, dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada di instagram maupun youtube. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa kraton jogja memanfaatkan youtube dan juga instagram untuk penyajian konten visual maupun audio visual. Dalam memanfaatkan media sosial juga selalu menggunakan fitur-fitur yang ada untuk menyajikan konten, yang mana isi kontennya berkaitan dengan budaya dan pariwisata. Informasi seputar kebudayaan maupun pariwisata yang diunggah inilah yang nantinya dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mempelajari kebudayaan yang ada di kraton jogja walaupun dilakukan dengan promosi yang dilakukan secara tersirat. Bentuk promosi pariwisata yang ada dalam instagram maupun youtube memang

---

Wilsa ramadhani, "Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja," PhD Thesis, Universitas Islam Riau, 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.

dilakukan secara tidak langsung, akan tetapi hal tersebut dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan mempelajari budaya yang ada di keratin yogyakarta.<sup>8</sup>

Penelitian ini berjudul "Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan," Dilakukan oleh Ulfa Zulfiana, Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan," Penelitian ini melibatkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah sebagai pihak yang terlibat dalam mempromosikan Pariwisata di Lombok Tengah Agar meningkatnya Jumlah wisatawan. Fokus penelitian ini adalah Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Penelitian ini mengungkapkan terdapat beberapa strategi promosi salah satunya Strategi promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah yang lebih menekankan pada periklanan dan melalui festival budaya salah satunya festival Bau Nyale yang merupakan Core Event Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menjadikan strategi promosi sangat efektif. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian ini secara garis besar menunjukkan bahwa dalam proses melakukan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah memanfaatkan berbagai macam festival budaya salah satu yang paling terkenal adalah Festival Bau Nyale yang menjadi core event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat sebagai salah satu media promosi untuk meningkatkan kunjungan wisata di Kabupaten Lombok Tengah. Didukung oleh media-media promosi lain yang dimiliki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah bersama Dinas Pariwisata Provinsi Nusa

<sup>8</sup>Fifi Liana wahyuningsih, "Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Kelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja," PhD Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022.





- 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.

Tenggara Barat melakukan kegiatan promosi dengan memaksimalkan bauran promosi yang ada khususnya paeriklanan, walaupun tidak semua bauran promosi dilakukan oleh Dinas ini. Strategi promosi seperti ini yang membuat kunjungan wisata di Kabupaten Lombok Tengah selalu meningkat.<sup>9</sup>

Penelitian ini Berjudul” Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Objek Wisata,” Dilakun oleh Agung Kurniawan, Menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk Mengali Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Objek Wisata. Penelitian ini melibatkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Kuantan Singingi sebagai pihak yang yang terlibat dalam mempromosikan objek wisata kabupaten Kuantan Singingi. Fokus penelitian ini adalah Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam Mempromosikan Objek Wisata. Penelitian ini mengungkapkan terdapat beberapa perencanaan komunikasi dalam mempromosikan wisata perencanaan yang dilakukan adalah membuat sebuah perencanaan komunikasi seperti siapa yang akan memimpin, merancang pesan, media yang digunakan, menetapkan target sasaran, menyusun program. Selanjutnya ada tindakan aksi komunikasi yang dilakukandalam mengimplementasikan program diantaranya memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan pariwisata dan kebudayaan kuantan singingi, dan even. Hasil dari Penelitian ini adalah Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pemikiran mengenai konsep perencanaan komunikasi dan dihubungkan dengan Teori Cultip Center untuk mendeskripsikan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dalam mempromosikan objek wisata di Kuantan Singingi. Semua

ZULFIANA ULFA, “Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan,” Undergraduate, Universitas Muhammadiyah\_Mataram, 2020.



- 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.

data tersebut sebelumnya dikonfirmasi dengan pihak-pihak yang berhubungan dalam penelitian ini melalui teknik validitas data triangulasi sumber. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil dilihat bahwa di Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi, Perencanaan Komunikasi dilakukan dengan penemuan fakta, Perencanaan, aksi komunikasi dan evaluasi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya program-program yang telah disusun dan dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan kabupaten kuantan Singingi.<sup>10</sup>

Penelitian ini berjudul "Instagram sebagai media promosi dinas kebudayaan dan kepariwisataan Sulawesi Selatan," dilakukan oleh Sisca Larita, Abdul Halik, Kamaluddin menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Penelitian ini melibatkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan sebagai pihak yang terlibat sebagai promosi dinas kebudayaan dan pariwisata Sulawesi Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali Tajibu Instagram sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sulawesi Selatan. Fokus penelitian ini adalah tajibu Instagram sebagai media promosi dinas kebudayaan dan kepariwisataan Sulawesi Selatan. Penelitian ini mengungkapkan beberapa pemanfaatan salasanya memanfaatkan fitur-fitur Instagram sebagai alat promosi. Hasil penelitian ini adalah Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Disbudpar Sulsel menggunakan Instagram sebagai media promosi, dan juga digunakan sebagai media informasi tentang kegiatan yang telah dilakukan atau akan dilaksanakan. Dari keseluruhan temuan, para peneliti menganggap akun @budparsulsel cukup bagus dalam berpromosi melalui Media sosial Instagram meskipun ada beberapa fitur yang tidak digunakan.

Penelitian ini berjudul "Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta," dilakukan oleh Zahrotul Umami,

---

Agung Kurniawan, "Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Objek Wisata".



- 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.

menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini melibatkan Pemerintah Yogyakarta sebagai pihak yang terlibat dalam promosi Pariwisata daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Fokus penelitian ini adalah Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini mengungkapkan Dinas Pariwisata membuat media informasi seperti Tourist Information center lalu di buat secara digital di Instagram yang terhubung dengan media sosial dengan konten Tourist Information Service yang terhubung dengan media sosial dan website dan dapat diakses oleh wisatawan dan pelaku pariwisata Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Social Strategy melalui social strategy dan strategy impact untuk promosi pariwisata Yogyakarta dapat menjalin hubungan antara pelaku pariwisata dengan wisatawan baik online maupun offline. Kegiatan promosi dapat dengan mudah memberikan awareness dan diteruskan oleh follower media sosial kepada pengguna media sosial lainnya.<sup>11</sup>

8. Penelitian ini berjudul "strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar beserta youtuber dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai," dilakukan oleh ravi oktafriansyah, menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini melibatkan dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar dan youtuber dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai. Penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar beserta youtuber dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai. Fokus penelitian ini adalah strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten kampar beserta youtuber dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai. Penelitian ini mengungkapkan penggunaan *hashtag* molakakampar menjadi upaya

<sup>11</sup> Zahrotul Umami, "Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, No. 2 (2015).



**Tak Ujia Uinaungi Unga-Unga**

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.

menarik minat kunjungan wisatawan khususnya wisatawan lokal yang berada di kabupaten kampar. Selain penggunaan hastag, informasi mengenai akses menuju tepian mahlinstagramai yang mudah ditemukan dan ditempun juga dinilai syaifull dapat menarik perhatian calon pengunjung tepian mahlinstagramai sendiri. Hasil penelitian ini adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dinas pariwisata & kebudayaan kabupaten kampar dan youtuber dalam merencanakan pesan dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai, untuk mengetahui strategi promosi dinas pariwisata & kebudayaan kabupaten kampar dan youtuber dalam menentukan sasaran dalam memperkenalkan objek wisata tepian mahlinstagramai, serta untuk mengetahui kendala yang dihadapi dinas pariwisata & kebudayaankabupaten kampar dan youtuber dengan menggunakan keindahan tepian mahlinstagramai sebagai strategi.<sup>12</sup>

9. Penelitian ini berjudul” Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram @Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata di Wilayah Iii Cirebon,” Dilakukan oleh Alan Nurcholis Maulana, Mengunkan metode Deskriptif Kualitatif. Penelelitian ini melibatkan akun Instagram @Instanusantaracirebon sebagai pihak yang terlibat dalam memperkenalkan pariwisata di wilayah III Cirebon. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menggali Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram @Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata di Wilayah Iii Cirebon. Fokus pnelitian ini adalah Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram @Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata di Wilayah Iii Cirebon. Penelitian ini Mengungkapkan Strategi Komunikasi Intanusantara Cirebon dalam memperkenalkan pariwisata diwilayah III Cirebon dengan melalui planning yang terdiri dari beberapa komponen yaitu menentukan komunikator dalam penelitian ini ada ketua komunitas, admin dan member, kemudian menentukan pesan, dalam

Ravi Oktafriansyah, Tantri Yazid, and Anuar Rasyid, “Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Beserta Youtuber Dalam Memperkenalkan Objek Wisata Tepian Mahligai,” September 30, 2022 15, no. 2.



**Pak Uripa Uinunurigi Uinuarig-Uinuarig**

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.

penelitian ini pesan berupa pengenalan pariwisata dan pemahaman fotografi, menentukan media yang digunakan, dalam penelitian ini media yang dinstagramkan yaitu instagram, mentukan sasaran atau komuniukan dalam hal penelitian ini yaitu masyarakat umum, dan menentukan tujuan, dalam penelitian ini tujuan dari penggunaan instagram untuk memperkenalkan pariwisata serta menarik minat masyarakat untuk memahami pariwisata dan fotografi. Hasil Penelitian ini adalah dapat diketahui satrategi komunikasi yang dilakukan melalui akun instagram @instanusantaracirebon terdiri dari beberapa komponen yaitu menentukan komunikator, kemudian menentukan pesan, menentukan media yang digunakan, mentukan sasaran atau komuniukan dan menentukan tujuan. Dalam pelaksanaan setrategi tersebut peneliti menganalisis terdapat beberapa kegiatan yang memperkenalkan pariwisata diwilayah III Cirebon seperti meng explore tempat-tempat wisata, sedangkan pada unggahan melalui akun instagram @instanusantaracirebon terdapat 3 (tinstagrama) jenis unggahan yaitu unggahan tentang pengenalan pariwisata, unggahan edukasi fotografi, dan unggahan event-event yang dilaksanakan oleh komunitas tersebut. Melalui strategi tersebut memberikan efek untuk mengetahui pariwisata dan memahami fotografi, yang mana banyak khalayah khususnya pengikut akun instagram @instanusantaracirebon mulai tertarik terhadap pariwisata dan mendalami fotografi. Kata kunci: Strategi Komuniukasi, Instagram @instanusantaracirebon, Pariwisata, Fotografi.<sup>13</sup>

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 The Circular Of Some

Konsep *the circular of some* (model srikular media sosial) merupakan model yang diciptakan oleh Regina Luttrell untuk melakukan perencanaan komunikasi sosial media. Model ini dapat memudahkan para praktisi media sosial

<sup>13</sup> Alan Nurcholis Maulana, "Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram @Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata Di Wilayah Iii Cirebon," Diploma, IAIN Syech Nurjati Cirebon, 2021.



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

- 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.

dalam melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial. Ada empat aspek yang diharapkan dalam model ini. Keempat aspek ini memiliki peran masing-masing untuk menciptakan strategi yang kuat. Share (berbagi), yaitu memahami bagaimana dan dimana follower berinteraksi, optimize (optimisasi) yaitu mengoptimalkan setiap interaksi media sosial, manage (mengelola) yaitu mengelola sistem manajemen media tersebut, engage (melibatkan) yaitu membangun hubungan dengan melibatkan audience dan influencer menjadi bagian penting dalam mengelola media sosial.

Menurut Luttrell dalam bukunya yang berjudul *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*, menjelaskan tentang *The Circural Model Of Social Media*, berikut ini penjelasannya<sup>14</sup>:

### **Share (berbagi)**

Dalam tahap ini ada 3 hal yang ditekankan oleh Luttrell yaitu participate, connect, dan build trust. Tiga tahap ini harus diperhatikan oleh suatu perusahaan atau instansi yang terlibat langsung pada media sosial dan menjalankan untuk membagikan informasi atau pesan yang disampaikan. Media sosial harus memiliki nilai share karena dapat digunakan untuk menjangkau target sasaran komunikasi, dengan demikian public dapat terhubung sehingga tidak hanya jaringan mengenai informasi saja yang meluas namun akan terbangun juga kepercayaan pada publik. Share sangat penting bagi praktisi media sosial untuk memahami bagaimana dan dimana konsumen mereka berinteraksi. Dalam hal ini komunikator harus mempunyai strategi dalam menggunakan media sosial serta media sosial apa saja yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien.

Pada tahap ini Luttrell Menekankan ada tiga hal yang harus diperhatikan di dalamnya yaitu participate, connect, dan build trust :

<sup>14</sup> Regina Luttrell, *Social Media: How to Engage, Share and Connect* (London: Rowman and Littlefield Publishers., 2015).



### a. Participate

Perusahaan atau organisasi dilihat bagaimana mereka (admin) berpartisipasi secara langsung dalam berkomunikasi kepada followers mereka di media sosial dan bagaimana membuat konten di media sosial, agar pesan yang ada di konten tersampaikan kepada audience, ada beberapa cara yang dapat dioptimalkan, yaitu:

#### *Connect*

Dalam tahap ini, organisasi dilihat bagaimana menjalin hubungan dengan followers di media sosial. Pada tahap ini melihat bagaimana upaya organisasi agar postingan mereka direpost oleh followers mereka.

#### *Build Trust*

Dalam hal ini organisasi dituntut untuk membangun kepercayaan kepada followers mereka di media sosial. Setelah terhubung ke audiens, kemudian munculnya kepercayaan, dimana followers percaya bahwa organisasi tersebut dapat dipercaya keberadaannya.

#### *Optimize (Optimisasi)*

Dalam tahap optimize yang ditekankan oleh Luttrell ada beberapa beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu listen & learn dan take part in authentic conversation. Pada saat perusahaan atau organisasi sudah memberikan (share) sebuah pesan atau informasi tersebut akan memberikan feedback dengan membicarakan subjek dengan hal yang positif atau tidak, sehingga perusahaan atau organisasi harus mendengarkan apa yang dibicarakan public mengenai mereka serta dapat memahami apa yang kurang dari pesan yang telah disampaikan melalui media sosial. Mengoptimalkan setiap rekaman percakapan adalah hal yang terpenting. Sebuah plan komunikasi yang kuat akan menghasilkan dampak pada pesan, brand dan juga nilai suatu konten. Pada bagian ini yakni

- 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.



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

- 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.

mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan melalui media sosial. Hal ini menekankan setiap media sosial memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Dalam konsep ini Regina Luttrell dalam tahap optimize pada tahap ini harus mengetahui tips yang harus dibicarakan tersebut listen & learn, dan take part in authentic communications harus diperhatikan dalam tahap ini sebagai berikut:

### *Listen & Learn*

Pada tahap ini salah satu poin dimana mengamati, mendengar dan menelaah perbincangan khalayak suatu topic di media sosial. Salah satu cara untuk melihatnya adalah mentions. Dalam menyebarkan konten organisasi perlu memperhatikan para pengguna media sosial dan ikut membangun fakta yang sesuai, akan menambah ide dan gagasan lebih dalam membuat konten yang cocok disebar.

### *Take Part In Authentic Conversation*

Pada tahap ini diharuskan terjun dalam komunikasi dua arah, dimana organisasi atau perusahaan menjadi bagian dari perbincangan orang-orang percakapan dibuat dalam waktu yang nyata dan mengajak para pengguna untuk berdiskusi, debat dan berkolaborasi dengan penggunanya. Para organisasi atau perusahaan harus mendengarkan, memahami dan mempelajari apa yang dibicarakan followersnya, subjek juga harus melakukan antisipasi atau menyiapkan tindak lanjut. Salah satu contoh organisasi harus menggunakan dan dapat memonitor melalui tools mention atau hastag untuk mengetahui apa yang sedang dibicarakan public terhadap brand mereka.

### **3. Manage ( Mengelola)**

Pada tahap manage yang ditekankan oleh lutrell ada tiga hal penting yang harus diperhatikan yaitu media monitoring, real time interaction dan quick response. Sebelumnya pada tahap mengoptimalkan media sosial, subjek telah mengerti kondisi yang terjadi pada media sosial dan mengenai hal apa yang





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.

dibicarakan public mengenai subjek tersebut saat mengikuti percakapan secara time. Sehingga pada tahap mengelola media sosial harus dilakukan media monitoring terlebih dahulu agar subjek dapat memahami dan dapat merencanakan dengan baik dan tepat. Sebagai praktisi kita harus menggambarkan upaya dan melaporkan kembali ke tingkat eksekutif. Dalam tahap ini yakni bagaimana komunikator mengatur media sosial dengan baik. Hal ini dikarenakan seringkali perbincangan terjadi di media sosial secara cepat.

### Media Monitoring

Pada tahap ini perusahaan bagaimana meneliti, mengontrol dan melakukan cara evaluasi terhadap perkembangan yang berkitan. Media monitoring digunakan seraca tersusun dan berkelanjutan. Tahap sebelumnya, subjek harus sudah mengetahui apa yang public bicarakan di media sosial dalam manage, Luttrell menyarankan untuk melanjutkannya. Selain itu, interaksi yang real time juga merupakan hal yang perlu karena setidaknya dapat mencegah opini negatif berkembang terlalu luas dan terlalu cepat. Dalam kondisi ini juga ada tools tertentu yang dapat dipergunakan sebagai dashboard dalam menjalankan sosial communication melalui media sosial, bahkan beberapa tools dapat diatur sedemikian rupa untuk melakukan autoreply.

### Quick Response Respon

cepat adalah bagaimana merespon feedback yang masuk ke media sosial, namun bukan dengan aplikasi. Kecepatan respon sangat penting untuk semakin menguatkan keterkaitan emosional dengan para pengikut. Namun dalam penerapannya terdapat bervariasi dan disesuaikan dengan identitas organisasi tersebut, karena ada beberapa percakapan yang harus ditanggapi secara langsung dalam bahasa yang formal dan baik, tetapi ada juga yang bisa ditanggapi tidak secara langsung dengan cara bahasa lebih informal atau santai.



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.

### c. Real-Time Interaction

Pada tahap ini akan dilihat bagaimana subjek berinteraksi secara realtime di media sosial. Salah satu contohnya dengan cara melibatkan diri dalam diskusi langsung, menjawab pertanyaan dan percakapan para audience untuk meningkatkan ketertarikan pembaca lainnya dan konten yang dibagikan akan muncul kembali ditimeline mereka.

### Engage ( Melibatkan)

Pada tahap ini Engage Luttrell menekankan, dalam menyampaikan pesan atau pun informasi ke dalam media sosial sebaiknya mengikutsertakan publik tertentu. Hal ini merupakan salah satu cara agar dapat meningkatkan engagement ini di media sosial. Dalam tahap ini perusahaan atau organisasi harus benar-benar memahami. Target sasaran komunikasinya, kemudian siapa yang dapat menjadi influencer publiknya serta cara influencer dan public dapat ikut berpartisipasi pada media sosialnya. Dalam mengelola strategi engagement merupakan hal yang sulit, karena ketika perusahaan menyadari manfaat dari keterlibatan otentik hubungan yang tepat dapat dibangun. Dalam mengelola media sosial, juga harus melibatkan audiens dan influencer merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam strategi media sosial

### 2.2.2 Media Sosial

Media Peristiwa komunikasi manusia yang berjarak waktu dan tempat, jauh lebih tua daripada bentuk-bentuk media yang masa kini digunakan. Pada awal abad pertengahan, gereja di Eropa memiliki alat yang terperinci dan efektif untuk memastikan penyiaran tersampaikan kepada semua orang tanpa terkecuali. Peristiwa ini dapat disebut sebagai komunikasi massa, walaupun sebagian besarnya bebas dari bentuk media. Media memiliki sejarah dan karakteristik yang berbeda-beda, sudut pandang “Barat” dan seperangkat nilai diterapkan karena kerangka lembaga media massa awalnya secara umum berada di Barat (Eropa dan



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

Amerika Utara) dan di sebagian besar wilayah di seluruh dunia mengambil dan menerapkan teknologi yang sama dengan cara yang serupa.<sup>15</sup>

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup masyarakat manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya adalah media sosial.<sup>16</sup> Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan telah membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan bagian media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu pada penggunaannya berinteraksi. nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata.

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekalinstagramus sebuah ikatan sosial.

Media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.<sup>17</sup>

Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.<sup>18</sup>

Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan

Alan Nurcholis Maulana,.

Setiadi, A, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika 2016 16.

Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," Cakrawala-Jurnal Humaniora 16, no. 2 (2016).

Sari. A.C, Dkk, "Komunikasi Dan Media Sosial.," Jurnal The Messenger 2018 3.(2).



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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya.  
 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.

dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Hal tersebut merupakan bagian dari cyber media. Namun media sosial memiliki karakteristik tersendiri, yaitu Jaringan (*Network*) Media sosial memiliki karakter jaringan yang terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) yang dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, smartphone, atau tablet.

### 2.3 Karakteristik Media Sosial

Karakteristik yang terdapat di dalam media sosial tidak berbeda jauh dengan karakter *cyber* media. Hal tersebut dikarenakan media sosial juga merupakan bagian dari cyber media. Namun media sosial memiliki karakteristik tersendiri, yaitu Jaringan (*Network*) Media sosial memiliki karakter jaringan yang terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) yang dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti computer, smartphone, atau tablet.

**Informasi (*Information*)** Informasi menjadi identitas penting dari media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan reputasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu kombinasi yang bernilai.

**Arsip (*Archive*)** Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi yang diunggah di media sosial tersebut tidak akan hilang begitu saja, informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses. **Interaksi (*Interaction*)** Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya interaksi antar pengguna. Interaksi ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi dari pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda suka yang terdapat pada fitur di media sosial tersebut.

**Simulasi Sosial (*Social Simulation*)** Di media sosial interaksi yang ada memang mirip dengan realitas, tetapi yang terjadi adalah simulasi. Realitas yang



ada di media merupakan hasil proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang berbeda atau bertolak belakang. Konten Oleh Pengguna (*User-generated content*) adalah konten oleh pengguna menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Media baru termasuk media sosial menawarkan alat atau teknologi baru yang memungkinkan pengguna untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan mengulas ulang konten media yang membawa kepada kondisi produk media yang Do-It-Yourself.

Penyebaran (*Sharing/share*) Penyebaran atau sharing merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan atau dibagikan sekalinstagramus dikembangkan oleh penggunanya. Ada beberapa alasan mengapa karakter penyebaran menjadi penting untuk media sosial, diantaranya:

- a. Upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas atau kepada pengikut.
- b. Menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebar.
- c. Konten yang disebar merupakan sarana untuk menambah informasi baru sehingga konten menjadi lebih lengkap.<sup>20</sup>

#### 2.2.4 Instagram

Instagram adalah media yang memberikan kemudahan cara berbagi secara online oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka. Menurut situs instagram, aplikasi instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Aplikasi ini dirilis pada Oktober 2010.

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna instagram. Foto-foto di instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat untuk kedepannya, dapat

<sup>20</sup> Astari Clara Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial."



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

mengekspresikan keadaan yang sedang terjadi dan telah terjadi. Pengguna media sosial Instagram menginginkan reaksi dari teman-teman mereka dan saling memberikan komentar dan like dari foto maupun video yang diunggah.<sup>21</sup>

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media dinstagramital yang mempunyai fungsi hamper sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi kepada 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.

Menurut **Caroline Bjorkgren** bagi sebuah perusahaan atau lembaga, Instagram adalah saluran pribadi dengan kesempatan yang baik untuk memberikan citra pada merek atau mencerminkan merek kepada konsumen. Ini adalah konteks yang jujur karena gambar yang diambil *on the-go* (yang sedang berlangsung), memberikan rasa apa yang didokumentasikan terjadi disini dan sekarang.<sup>22</sup>

## 2.5 Pemanfaatan Instagram

Adapun beberapa fitur-fitur di dalam media sosial Instagram yang dapat membantu memberikan manfaat informasi pada foto yang diunggah oleh pemilik akun, yaitu :

1. Upload foto dan video reels (Mengunggah Foto dan video reels)

Upload merupakan kata dalam bahasa Inggris yang artinya mengunggah. Dalam teknologi informasi dan komunikasi ini merupakan istilah untuk menggambarkan proses transfer berkas pemindahan data elektronik antara dua komputer atau sistem serupa lainnya. Jadi, upload foto yaitu suatu cara untuk mengirimkan file berbentuk foto dari komputer pribadi ke sebuah sistem server kemudian file akan di

<sup>21</sup>“Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia,” *Jurnal E-Komunikasi* 2015 4, no. 1.

<sup>22</sup>Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*,(Jakarta:2012)



- 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.

publikasikan di internet sehingga data yang telah di upload dapat dilihat dan diambil (download) oleh orang lain.<sup>23</sup>

Menurut Atmoko (2012) ada 3 bagian yang harus diisi agar postingan lebih jelas dan informasi dapat diketahui pengguna lain, antara lain:<sup>24</sup>

#### a. Caption

Caption merupakan tulisan singkat yang menerangkan kegiatan dalam foto dan dituliskan di bawah foto atau gambar tersebut. Pendapat lainnya mengatakan bahwa caption adalah tulisan singkat atau keterangan gambar yang bertujuan memberikan penekanan maksud selain visualisasi pesan yang sudah Nampak.

#### b. Hashtag

*Hashtag* adalah simbol bertanda pagar (#), fitur ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di instagram dengan hastag tertentu. dengan menggunakan hastag pengguna dapat langsung masuk ke topik yang ingin dilihat atau dicari.

Hashtag ini tentu akan sangat membantu dalam penyebaran informasi melalui konten yang diposting pada instagram. Dengan mencantumkan hashtag terpopuler pada caption konten yang di upload atau membuat hashtag unik yang hanya dimiliki sebuah konten tertentu. Tepat mecantumkan hashtag akan mempercepat proses penyebaran informasi.<sup>25</sup>

#### c. Geotagging/Lokasi

Geotagging adalah sebuah proses penambahan informasi posisi data pada GPS berupa informasi latitude dan longitude dalam sebuah foto digital. Dengan adanya fitur geotagging dalam informasi sebuah foto maka letak pengambilan foto tersebut bisa dengan mudah

<sup>23</sup>Hidayatullah, M. F., Rafidah, N. N., Masruroh, N., & Mauliyah, N. I. (2023). *Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan TikTok Pada Butik DOT. Id. Human Falah*, 10(1), 127-135.

<sup>24</sup>Media Kita and Atmoko Dwi Bambang, "Bambang Dwi Atmoko Instagram Handbook".

<sup>25</sup>Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu, "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan," 2020 2.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

diketahui. Terdapat 3 metode yang dapat dilakukan untuk melakukan geotagging pada suatu media antara lain :

- i. Geocoding manual, yaitu suatu metode dimana informasi mengenai lokasi ditambahkan secara manual dengan menginputkan kordinat tertentu. Tingkat akurasi dari metode ini tergantung pada tools yang digunakan atau GPS receiver untuk mendapatkan kordinat.
- ii. Kamera digital dengan fitur GPS, pada beberapa kamera digital sudah dilengkapi dengan fitur GPS secara langsung. Hasil foto maupun video akan secara otomatis memiliki informasi lokasi pada EXIF header dari data tersebut.
- iii. Kamera digital dengan GPS terpisah, pada kamera digital yang belum dilengkapi dengan fitur GPS geotagging dilakukan dengan menyinkronkan kamera dan GPS melalui sebuah software. Mekanisme geotagging pada foto dimulai ketika foto diambil menggunakan kamera yang telah memiliki fitur geotagging kamera tersebut dapat mencatat informasi berupa waktu dan lokasi dimana foto diambil, apakah menggunakan lampu flash, orientasi dari kamera, dan detail kamera lainnya yang digunakan seperti Apertur, Local Length, dan Exposure. Semua data disimpan dalam suatu tempat yang disebut EXIF Headers.<sup>26</sup>

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan filter dinstagramital untuk mengubah tampilan efek foto dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik instagram sendiri. Jika dikaitkan dengan masalah penelitian, maka pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai suatu hal yang berguna.

Dalam hal ini yaitu dengan menggunakan atau memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi dalam menyampaikan informasi

---

<sup>26</sup> Ulfani Defitria, Bayu Priyambadha dan Denny Sagita Rusdianto, "Pembangunan Aplikasi Social Geotagging Destinasi Wisata Berbasis Android", (Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol.2, No.12 : 2018),6612.



kepada publik yakni konsumen maupun pelanggan yang merupakan salah satu publik eksternalnya. Instagram telah unggul untuk digunakan sebagai alat komunikasi dan alat pemasaran yang efektif untuk menampilkan promosi dengan deskripsi visual. Instagram mempunyai beberapa fitur yang ditawarkan sebagai layanan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam rangka memudahkan cara untuk berinteraksi dengan user lainnya.

Instagram berguna untuk mendorong promosi sebuah tempat menjadi tujuan wisata. Adanya fasilitas dalam Instagram seperti fotografi, geotagging, geolocation, hashtag, dan suka dapat mempermudah bagi pengguna atau wisatawan untuk mencari informasi tentang lokasi tujuan wisata. Semua fasilitas yang telah ditawarkan oleh Instagram memiliki potensi yang mendukung dan menciptakan destination brand, terutama di bidang pariwisata<sup>27</sup>. Oleh karena itu dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Kuantan Singing harus dapat memanfaatkan fitur-fitur unggulan yang ada di dalam Instagram.

Potensi dan kesempatan yang besar untuk digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran. Social media marketing adalah strategi pemasaran yang dilakukan orang-orang dalam bentuk jaringan secara online.<sup>28</sup>

Menurut Tsitsi social media marketing adalah sistem yang memungkinkan pemasar untuk terlibat, berkolaborasi, berinteraksi, dan memanfaatkan kecerdasan orang-orang yang berpartisipasi di



#### 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.

<sup>27</sup> Rahmi Fauziah, IA Ratnamulyani, and AA Kusumadinata, "Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial," *Jurnal Komunikatio*. 2018 4, no. 1.

<sup>28</sup> Abu Rumman As'ad and Anas Alhadid, "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study On Mobil Service Providers in Jordan," *Review of Integrative Business and Economics Research*, 3.1.



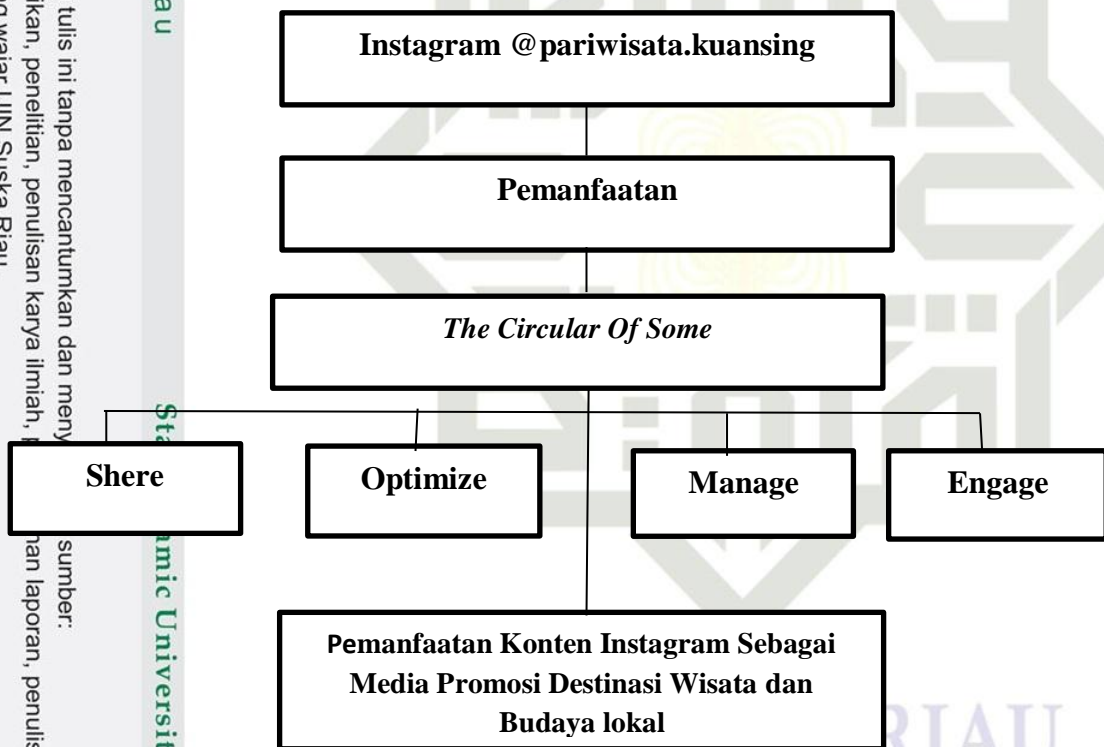
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, dan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan 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 milik UIN Suska Riau  
 Sultan Syarif Kasim Riau

dalamnya dengan tujuan pemasaran.<sup>29</sup> Salah satu media sosial yang populer sebagai sarana promosi adalah instagram. Instagram adalah media sosial yang berupa aplikasi membagikan foto dan video kepada penggunanya. Instagram juga memiliki beberapa fitur-fitur seperti instastory, filter, dan hastag. Instagram merupakan sebuah sarana yang sesuai untuk menerapkan promosi suatu produk karena mampu menyampaikan informasi secara tulisan maupun visual.

3 Kerangka Fikir

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Fikir



Gambar.2.1Kerangka Pemikira

29. Tsitsi et.al, "The Adoption of Social Media Marketing in South Africa Banks." European Business Review, 2017.



1. 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.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang berbentuk bagan diatas berfungsi untuk memberikan arah pada penelitian yang dilakukan. Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya pada penelitian ini nanti akan menjelaskan gimana konten yang ada di akun instagram @Pariwisata.kuansing itu dengan promosi wisata dan Budaya lokal. Melalui konten tersebut nantinya dapat menarik wisatawan untuk berkunjung kabupaten Kuantan singingi. Apalagi hal ini tentunya penting untuk dilakukan sebuah instansi guna mampu menyampaikan segala hal yang berbentuk informasi dengan menyampaikan informasi secara baik, efektif, dan efisien.

©Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumbernya
  - 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 Desain Penelitian

Jenis Penelitian pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif penelitian yang diarahkan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala, fakta-fakta, kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat dan populasi arah tertentu.<sup>30</sup>

Oleh karena yang diteliti adalah apa yang dilakukan dikatakan oleh para pelaku proses yang sedang berlangsung dan berbagai aktivitas lain dalam konteks alamiah, maka peneliti harus mendeskripsikan atau menggambarkan segala sesuatu yang ditemui secara lengkap, rinci dan mendalam.<sup>31</sup>

Untuk itulah peneliti wajib membuat catatan lapangan dan catatan wawancara yang rinci lengkap dan apa adanya. Maksud dari apa adanya ber makna bahwa tidak ada penilaian dari si peneliti (Peneliti tidak turut campur dalam menafsirkannya) Peneliti mendeskripsikan atau menggambarkan hasil wawancara bukan menjelaskan atau eksplanasi dan bukan juga membuat evaluasi atau penilaian.

Dalam penelitian ini hal yang diteliti adalah segala bentuk aktivitas yang berlangsung di akun Instagram dinas pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Dalam mempromosikan budaya yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi Dengan demikian, deskripsi yang dibuat oleh peneliti adalah tentang berbagai Aktivitas itu sesuai dengan masalah dan fokus peneliti Agar deskripsi yang dibuat lengkap dan rinci perlu adanya bantu itu alat seperti kamera top rekam audio dan handycam atau video recorder.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi dan waktu penelitian merupakan faktor penting dalam suatu penelitian, inilah yang menjadi arah kemana dan kapan peneliti akan mencari segala yang diperlukan dalam penelitiannya. Dalam permasalahan ini lokasi

<sup>30</sup> Syatim riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan.*, 13.  
<sup>31</sup> Helaluddin and Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray30 November 2019), 15.



UIN SUSKA RIAU  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 2. 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.

penelitian akan dilaksanakan di dinas pariwisata dan kebudayaan kuantan singngi Sungai Jering, Kec. Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, waktu penelitiannya pada tanggal November 2023 sampai januari 2024.

## a. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer merupakan pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>32</sup> Dari penelitian ini sumber data primer di gunakan adalah hasil wawancara dengan admin @pariwisata.kuansing.

### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung dengan menggunakan media perantara atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan pengelolanya, tetapi datanya dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian.

### b. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara *porposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hemdak di ambil, kemudian pemilihan sampel. Dilakukan berdasarkan tujuan tertentu asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.<sup>33</sup> Informan penelitian terbagi menjadi dua yaitu:

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta 2015), 187.

<sup>33</sup> Arikunto, S., *Prosdur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta 2013).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penerbitan dengan cara dan bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- 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. Informan Kunci ( *Key Informan*)

Merupakan merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal, misalnya akademisi, budayawan, tokoh agama dan tokoh masyarakat. Informan kunci dalam penelitian ini adalah kepala dinas pariwisata dan budaya kabupaten Kuantan singingi dan admin Instagram @pariwisata.kuansing yang diharap dapat memberi informasi terhadap peneliti untuk meneliti pemanfaatan media Instagram Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kuantan singingi sebagai media promosi wisata dan budaya di kabupaten Kuantan singingi.

## 3 Teknik Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data merupakan teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data.<sup>34</sup> Metode pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama dalam metode dan teknik analisis data.<sup>35</sup> Guna memperoleh data yang akan diinstagramubakan, terdapat beberapa Teknik pengumpulan data yakni sebagai berikut :

### 3.1 Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu teknik pengumpulan data atau informasi secara tatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam, pada wawancara mendalam ini, Penelitian relatif tidak mempunyai kontrol atau respon informan, artinya informan bebas memberikan jawab-jawaban yang lengkap, mendalam, dan bila perlu tidak adanya disembunyikan.

<sup>34</sup> Dodiet Aditya, *Data Dan Metode Pengumpulan Data Penelitian* ((Surakarta: Poltekes Kemenkes Surakarta, 2013), 9.

<sup>35</sup> Burhan Bungin, "Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya" (Jakarta: Kencana, 2017.), 110.



### 3.3.2 Observasi Non Partisipan

Observasi non-partisipan adalah teknik penelitian yang melibatkan pengamatan dan dokumentasi suatu fenomena secara langsung dengan cara tidak memerlukan interaksi atau peristiwa yang mendorong seseorang untuk berperilaku. Dalam konteks penelitian, ini merupakan salah satu metode data collecting yang digunakan dalam studi etnografi, antropologi, sosiologi, dan ilmu komunikasi. Observer tersebut akan mengekspos dirinya sebagai individu yang bersifat pasif saat melaksanakan observasi. Observasi non-partisipan mempunyai beberapa kelebihan, termasuk ketahanan terhadap efek observer, kesederhanaan alat-alahnya, dan keterampilan yang lebih umum. Namun, juga memiliki beberapa kerugian, seperti kemungkinan hasil yang kurang akurat jika observer belum cukup familiar dengan subjek yang diobservasi. Untuk mendapatkan hasil yang akurat, observer harus memahami situasi dan lingkaran sosial yang terlibat. Pada dasarnya, proses observasi non-partisipan melibatkan beberapa tahapan, mulai dari identifikasi objek observasi, definisi variabel, pilihan lokasi, dan analisa data. Pada setiap tahapan ini, penting bagi observer untuk memberikan informasi yang benar dan relevan tentang subjek yang diobservasi.<sup>36</sup>

### 3.4 Validitas Data

Validitas adalah instrument atau alat untuk mengukur kebenaran dalam proses penelitian. Validitas data dalam penelitian kualitatif merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan peneliti. Validitas didasarkan pada kepastian apakah hasil penelitian sudah akurat dari sudut pandang peneliti, partisipan, atau pembaca secara umum.<sup>37</sup> dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi sumber dengan cara membandingkan hasil wawancara yang satu dengan hasil wawancara yang lainnya agar mendapatkan data yang akurat.

<sup>36</sup> Hasyim Hasanah, "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)," 01-05 8-1 2016.

<sup>37</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep Dan Penerapan* (Jakarta: Alim" S Publishing, 2017), 203-4.



Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi adalah teknik untuk melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.<sup>38</sup> Triangulasi dibagi ke dalam tiga (3) jenis, yaitu:

1. Triangulasi Sumber,

Adalah triangulasi yang dilakukan dengan melakukan pengecekan data yang diperoleh dari beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik,

Maksud triangulasi yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu,

Merupakan teknik triangulasi yang menilai waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data. Artinya untuk menguji kredibilitas data ini dilakukan dengan wawancara, observasi atau teknik lain di waktu atau situasi yang berbeda dari sebelumnya.<sup>39</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan hasil triangulasi sumber dengan cara membandingkan hasil wawancara yang satu dengan hasil wawancara yang lainnya agar mendapatkan data yang akurat.

### 5.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menganalisa data-data yang didapat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif pendekatan kualitatif “yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi suatu yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.”<sup>40</sup>

Dengan adanya metode *deskriptif* pendekatan *kualitatif* maka teknik analisa data dilakukan melalui 3 tahapan yaitu:

<sup>38</sup> Rokhmat Subagiyo, 209.

<sup>39</sup> Rokhmat Subagiyo, 210–11.

<sup>40</sup> majid. A, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Penerbit Aksara Timur.2017.).





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

- a. Reduksi data, yaitu: proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data mentah atau data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan riset untuk menghasilkan data sebanyak mungkin.
- b. Penyajian data, yaitu: penyusunan informasi yang kompleks ke dalam suatu bentuk yang sistematis, sehingga menjadi lebih selektif dan sederhana serta memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan. Dengan pengambilan data ini peneliti telah siap dengan data yang telah disederhanakan dan menghasilkan informasi yang sistematis.
- c. Kesimpulan, yaitu: merupakan tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 1. Sejarah

Sejarah kabupaten Kuantan Singing terletak pada posisi 0o 00"-1 o 00" bujur selatan dan 101o 02"-101o 55" bujur timur dengan luas wilayah 1.66,031 km<sup>2</sup> dengan ketinggian berkisar 25-30m diatas permukaan laut. Kabupaten kuantan singingi merupakan sebuah kabupaten pemekaran dari Kabupaten indragiri hulu yang dibentuk berdasarkan UU NO.53 Th.1999 tentang pembentukan kabupaten Pelalawan, Kabupaten Siak, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Karimun, Kabupaten Natuna, Kabupaten Kuantan Singingi dan kota Batam, dengan ibu kota teluk kuantan.

Jarak antara teluk kuantan dengan Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau adalah 160km. Batas wilayah administrasi kabupaten kuantan singingi:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Kampar dan Pelalawan Provinsi Riau.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Provinsi Jambi.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan provinsi Sumatra Barat.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan kabupaten indragiri hulu provinsi Riau.

Kabupaten kuantan singingi berada pada wilayah perbatasan tiga provinsi, yaitu provinsi Riau, Jambi dan Sumatra barat. Secara administrasi kabupaten kuantan singingi dibagi 15 kecamatan, 11 kelurahan dan 218 desa. Kecamatan dengan jumlah desa terbanyak adalah kecamatan kuantan mudik, yaitu sebanyak 13 desa dan paling sedikit terdapat pucuk rantau sebanyak 10 desa. Kecamatan dengan luas wilayah terluas adalah kecamatan singingi (1.953,66km<sup>2</sup>), kemudian diikuti dengan kecamatan singingi hilir (1.530,97km<sup>2</sup>).

### 4.2 Bagian/Unit Kerja Tempat Penelitian

Dalam pelaksanaan Penelitian ini penulis ditempatkan pada bagian Umum di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Sungai Jering, Riau 29566 Indonesia.

### 4.3 Deskripsi Umum Tentang Ruang Lingkup Tempat Penelitian

- a. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi

Visi

Visi mewujudkan kabupaten kuantan singingi seagai daerah tujuan wisata yang daya saing, berbudaya dan agamis.

### **Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi**

1. Meningkatkan SDM dibidang kepariwisataan yang dapat mengelola potensi budaya, kesenian dan alam yang ada menjadi obyek dan tujuan domestik maupun mancanegara.
2. Menggali, membangun, mengembangkan dan melestarikan potensi kepariwisataan kuantan singingi secara terencana dan berkesinambungan.
3. Mempromosikan secara luas tentang kepariwisataan kuantan singingi di tingkat lokal, nasional, regional dan internasional.
4. Menyusun dan memberlakukan regulasi tentang perusahaan bidang kepariwisataan dalam rangka pengawasan dan ketertiban serta mengoptimalkan pendapatan asli daerah.

### **4 Uraian Tugas Bagian/Unit Kerja Tempat Penelitian**

#### **4.1 Uraian Jabatan Kepala Dinas, Sekretaris dan Sub Bagian**

##### **a. Kepala Dinas**

Kepala Dinas mempunyai tugas merencanakan, mengkoordinasikan, memfasilitasikan, merumuskan kebijakan teknis, melaksanakan, membina, mengawasi, menendalikan dan mintoring, mengevaluasi dan pelaporan urusan pemerintahan bidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan.

Kepala Dinas Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyelenggarakan fungsi:

- a. Perencanaan dibidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan
- b. Pengkoordinasian dibidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan
- c. Pelaksanaan fasilitas dibidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan
- d. Perumusan kebijakan teknis dibidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan
- e. Pelaksanaan kegiatan dibidang Pariwisata dan bidang Kebudayaan

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. Sekretaris

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sekretariat dipimpin oleh seorang sekretaris yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas Sekretaris mempunyai tugas membantu Kepala Dinas dalam melaksanakan pengelolaan data, pengkoordinasian, pembinaan, pengawasan dan pengendalian serta evaluasi ketatausahaan, kepegawaian, sarana dan prasana, penyelenggaraan rumah tangga, perjalanan dinas, kehumasaan, keprotokolan, program dan keuangan.

Sekretaris dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (2) menyelenggarakan fungsi

- a. Pengelolaan data
- b. Penyusunan program dari anggaran bidang umum, program dan keuangan
- c. Pengkoordinasian penyusunan program dan anggaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
- d. Penyelenggaraan ketatausahaan
- e. Pembinaan kepegawaian
- f. Pengelolaan sarana dan prasarana
- g. bidang tugas dan fungsinya. Sekretaris dalam melaksanakan tugas dibantu oleh Sub Bagian.

## c. Sub Bagian Umum

Sub bagian umum dipimpin oleh seorang kepala sub bagian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris. Kepala sub bagian umum mempunyai tugas melaksanakan penyiapan dalam penyusunan rencana bagian ketatausahaan, pembinaan kepegawaian, pengelolaan sarana dan prasarana, penyelenggaraan urusan rumah tangga, perjalanan dinas, kehumasan dan keprotokoleran.

Rincian tugas Sub Bagian Umum adalah sebagai berikut:

- 1) Menyiapkan surat menyurat
- 2) Mendistribusikan surat menyurat
- 3) Mengadakan dan mengarsipkan surat menyurat

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



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

- 4) Menyiapkan bahan pembinaan kepegawaian
- 5) Menyiapkan bahan perencanaan sarana dan prasarana
- 6) Melaksanakan pengadaan sarana dan prasarana
- 7) Melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana
- 8) Menyiapkan kebutuhan rumah tangga dan perjalanan dinas

d. Sub Bagian Program

Sub bagian program dipimpin oleh seorang kepala sub bagian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris. Kepala sub bagian program mempunyai tugas melaksanakan penyiapan dalam pengelolaan data, penyusunan dan pengkoordinasian rencana program, monitoring, evaluasi dan pelaporan.

Rincian tugas sub bagian program adalah sebagai berikut:38

1. Mengumpulkan data dan inventarisasi data
2. Melakukan pengkajian dan analisa data
3. Menyajikan dan menginformasikan data
4. Menyusun rencana program
5. Mengkoordinasikan penyusunan perencanaan program
6. Menyiapkan dan mengkoordinasikan bahan penyusunan data produk hukum daerah dibidang pariwisata dan kebudayaan
7. Menyiapkan bahan pelaksanaan pembinaan, pemantauan, pengawasan dan pengendalian dibidang program
8. Menyiapkan bahan pengkoordinasian monitoring, evaluasi dan pelaporan

e. Sub Bagian Keuangan

Sub bagian keuangan dipimpin oleh seorang kepala sub bagian yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada sekretaris. Kepala sub bagian keuangan mempunyai tugas melaksanakan penyiapan dalam penyusunan dan pengkoordinasian rencana anggaran, pengelolaan administrasi keuangan, monitoring, evaluasi dan pelaporan.

Rincian tugas sub bagian keuangan adalah sebagai berikut:39

1. Menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran keuangan
2. Menyiapkan bahan penggunaan pengeluaran anggaran keuangan



3. Mengkoordinasikan penyusunan rencana anggaran
- Menyiapkan bahan pelaksanaan pembinaan, pemantauan, pengawasan dan pengendalian dibidang keuangan
- Menyiapkan bahan penyajian data dan informasi anggaran keuangan
- Menyiapkan bahan pengkoordinasian monitoring, evaluasi dan pelaporan kegiatan sub bagian keuangan
- Menyiapkan bahan penyusunan laporan realisasi anggaran dan kinerja sub bagian keuangan
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya Kepala sub bagian keuangan dalam melaksanakan tugas dibantu oleh fungsional umum.

#### 4.4.2 Uraian Jabatan Bidang Destinasi Pariwisata

##### 1. Kepala Bidang

Bidang Destinasi Dinas Pariwisata dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Kepala bidang Destinasi Dinas Pariwisata mempunyai tugas dan membantu kepala dinas dalam melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, pengkoordinasian, memfasilitasi, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan bidang Destinasi Pariwisata. Kepala bidang Destinasi Pariwisata dalam melaksanakan tugas dibantu oleh kepala seksi.

##### 2. Seksi daya tarik dan Kawasan Strategis

Seksi daya tarik dan kawasan strategis pariwisata di pimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi daya tarik dan kawasan strategis pariwisata mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan daya tarik dan kawasan strategis pariwisata.

Rincian tugas seksi daya tarik dan kawasan strategis pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi daya tarik dan kawasan strategis pariwisata



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.

2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan daya tarik dan kawasan strategis pariwisata
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis daya tarik dan kawasan strategis pariwisata
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis daya tarik dan kawasan strategis pariwisata
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan daya tarik dan kawasan strategis pariwisata
6. Menyusun rencana dan program kerja pengembangan daya tarik dan kawasan strategis pariwisata sebagai pedoman pelaksanaan tugas bawahan

#### Seksi Pembinaan Usaha Dan Jasa Pariwisata

Seksi pembinaan usaha dan jasa pariwisata dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi usaha dan jasa pariwisata mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan pembinaan usaha dan jasa pariwisata.

Rincian tugas seksi pembinaan usaha dan jasa pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pembinaan usaha dan jasa pariwisata
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pembinaan usaha dan jasa pariwisata
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pembinaan usaha dan jasa pariwisata
4. Melaksanakan penyusunan petunjuk teknis pembinaan usaha dan jasa pariwisata
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pembinaan usaha dan jasa pariwisata
6. Membantu kepala bidang dalam pelaksanaan tugas dibidang usaha dan jasa



pariwisata

Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan

Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka pelaksanaan tugas

#### 4.6.2 Seksi Pengelolaan Destinasi

Seksi pengelolaan destinasi pariwisata dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan baertanggung jawab kepada kepala bidang.

Kepala seksi pengelolaan destinasi pariwisata mempunyai tugas menyiapkan dalam perumusan dan pelaksanaan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan destinasi pariwisata.

Rincian tugas seksi pengelolan destinasi pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pengelolaan destinasi pariwisata
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pengelolan destinasi pariwisata
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pengelolan destinasi pariwisata
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis pengelolan destinasi pariwisata
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pengelolan destinasi pariwisata
6. Membantu kepala bidang dalam pelaksanaan tugas dibidang pengelolan destinasi pariwisata
7. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan
8. Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka pelaksanaan tugas
9. Memantau, mengendalikan, mengevaluasi, dan menilai pelaksanaan tugas bawahan

#### 4.6.3 Uraian Jabatan Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif

##### a. Kepala Bidang

Bidang pemasaran dan ekonomi kreatif pariwisata dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab

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





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

kepada kepala dinas.

Kepala bidang pemasaran dan ekonomi kreatif pariwisata mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, pengkoordinasian, memfasilitasi, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan bidang pemasaran dan ekonomi kreatif.

Kepala bidang pemasaran dan ekonomi kreatif pariwisata dalam melaksanakan tugas dibantu oleh kepala seksi.

#### b. Seksi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan

Seksi pemasaran pariwisata dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi pemasaran pariwisata mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan kegiatan pemasaran pariwisata. Rincian tugas seksi pemasaran pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pemasaran pariwisata
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pemasaran pariwisata
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pemasaran pariwisata
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis pemasaran pariwisata
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pemasaran pariwisata.
6. Membantu kepala bidang dalam pelaksanaan tugas dibidang pemasaran dan kemitraan pariwisata
7. Melaksanakan perencanaan, pembinaan, pengendalian, dan pengembangan promosi dan informasi wisata dan budaya dengan pola kemitraan
8. Mengumpulkan, mengelola dan menganalisa data promosi dan informasi untuk menentukan prioritas program

#### d. Seksi Ekonomi Kreatif Dan Hak Kekayaan Intelektual



- 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.

Seksi ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang.

Kepala seksi ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan pelaporan kegiatan ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual.

Rincian tugas ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
6. Membantu kepala bidang dalam pelaksanaan tugas dibidang pembinaan ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual
7. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan
8. Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka pelaksanaan tugas
9. Memantau, mengendalikan, dan menilai tugas pelaksanaan bawahan
10. Menyusun kebijakan teknis dibidang pariwisata yang meliputi pembinaan ekonomi kreatif
11. Mengelola pelayanan umum dibidang pembinaan ekonomi kreatif
12. Melaksanakan koordinasi dan hubungan kerja dengan asosiasi serta lembaga pariwisata dalam upaya pengembangan kerja sama ekonomi



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

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

kreatif

13. Melaksanakan kerja sama dengan berperan aktif mengikuti event-event yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pariwisata regional, nasional, internasional dalam bidang ekonomi kreatif
14. Melaksanakan monitoring dan evaluasi pengembangan pembinaan ekonomi kreatif
15. Memberikan saran dan bahan pertimbangan kepada kepala bidang pemasaran dan ekonomi kreatif yang berkaitan dengan kerja sama ekonomi kreatif
16. Melaporkan kepada kepala bidang pemasaran dan ekonomi setiap selesai melaksanakan tugas / penugasan
17. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya Kepala seksi ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual dalam melaksanakan tugas dibantu oleh fungsional umum

#### d. Sumber Daya Pariwisata

Seksi sumber daya pariwisata dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi sumber daya pariwisata mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan pelaksanaan kegiatan ekonomi kreatif dan hak kekayaan intelektual.<sup>46</sup>

Rincian tugas sumber daya pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi sumber daya pariwisata
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan sumber daya pariwisata
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis sumber daya pariwisata
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis sumber daya pariwisata
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan sumber daya pariwisata



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Membantu kepala bidang dalam pelaksanaan tugas dibidang pembinaan sumber daya pariwisata
7. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan
8. Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka pelaksanaan tugas
9. setiap selesai melaksanakan tugas / penugasan
10. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya Kepala seksi sumber daya pariwisata dalam melaksanakan tugas dibantu oleh fungsional umum.

#### 4.6.4. Uraian Jabatan Bidang Kebudayaan

##### a. Kepala Bidang

Bidang kebudayaan dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas. Kepala bidang kebudayaan mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, pengkoordinasian, memfasilitasi, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan bidang kebudayaan.

Kepala bidang kebudayaan dalam melaksanakan tugas dibantu oleh kepala seksi.

##### b. Seksi Pengelolaan Kebudayaan

Seksi pengelolaan kebudayaan dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi pengelolaan kebudayaan mempunyai tugas menyiapkan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pekaporan penyelenggaraan kegiatan pengelolaan kebudayaan.

Rincian tugas seksi pengelolaan kebudayaan adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pengelolaan kebudayaan
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pengelolaan kebudayaan



- 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. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pengelolaan kebudayaan
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis pengelolaan kebudayaan
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pengelolaan kebudayaan
6. Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data pengembangan kebudayaan
7. Melaksanakan pemetaan kebutuhan sarana prasarana kebudayaan
8. Menyiapkan bahan telaahan pengembangan kebudayaan
9. Menyiapkan bahan pengkoordinasian pelaksanaan tugas kebudayaan

#### c. Seksi Pelestarian Kebudayaan

Seksi pelestarian kebudayaan dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi pelestarian kebudayaan mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan pelestarian kebudayaan.

Rincian tugas seksi pelestarian kebudayaan adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pelestarian kebudayaan
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pelestarian kebudayaan
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pelestarian kebudayaan
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis pelestarian kebudayaan
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pelestarian kebudayaan
6. Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data kebudayaan
7. Melaksanakan pemetaan kebutuhan sarana prasarana pelestarian kebudayaan



- 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.

8. Menyiapkan bahan telahaan pelestarian kebudayaan
9. Menyiapkan bahan pengkoordinasian pelaksanaan tugas seksi pelestarian kebudayaan
10. Menyiapkan bahan pembinaan kegiatan seksi pelestarian kebudayaan
11. Menyiapkan bahan pembinaan, pengawasan dan evaluasi pengajian pelestarian kebudayaan
12. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan bidang tugas dan fungsinya Kepala seksi pelestarian kebudayaan dalam melaksanakan tugas dibantu oleh fungsional umum.
- e. Seksi Pembinaan Lembaga Adat Seksi pembinaan lembaga adat dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi pembinaan lembaga adat mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan pembinaan lembaga adat.

Rincian tugas seksi pembinaan lembaga adat adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi pembinaan lembaga adat
  2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan pembinaan lembaga adat
  3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis pembinaan lembaga adat
  4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis pembinaan lembaga adat
  5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan pembinaan lembaga adat
  6. Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data Kebudayaan
  7. Menyiapkan bahan telahaan pembinaan lembaga adat
  8. Menyiapkan bahan pengkoordinasian pelaksanaan tugas pembinaan lembaga adat
- 4.6. Uraian Jabatan Bidang Kesenian Tradisional, Sejarah dan Cagar Budaya



- 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.

#### a. Kepala Bidang

Bidang kesenian tradisional, sejarah dan cagar budaya dipimpin oleh seorang kepala bidang yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala dinas.<sup>51</sup>

Kepala bidang kesenian tradisional, sejarah dan cagar budaya mempunyai tugas membantu kepala dinas dalam melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, pengkoordinasian, memfasilitasi, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan bidang kesenian tradisional, sejarah dan cagar budaya. Kepala bidang kesenian tradisional, sejarah dan cagar budaya dalam melaksanakan tugas dibantu oleh kepala seksi.

#### b. Seksi Kesenian Tradisional

Seksi kesenian tradisional dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi kesenian tradisional mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan kesenian tradisional.

Rincian tugas seksi kesenian tradisional adalah sebagai berikut:

- Melaksanakan inventarisasi data dan informasi kesenian tradisional
- Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan kesenian tradisional
- Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis kesenian tradisional
- Melakukan penyusunan petunjuk teknis kesenian tradisional
- Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan kesenian tradisional
- Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data kebudayaan
- Melaksanakan pemetaan kebutuhan sarana prasarana kesenian tradisional



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.

### c. Seksi Sejarah dan Permuseuman

Seksi sejarah dan permuseuman dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi sejarah dan permuseuman mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan sejarah dan permuseuman.

Rincian tugas seksi sejarah dan permuseuman adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi sejarah dan permuseuman
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan sejarah dan permuseuman
3. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis sejarah dan permuseuman
4. Melakukan penyusunan petunjuk teknis sejarah dan permuseuman
5. Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan sejarah dan permuseuman
6. Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data kebudayaan
7. Melaksanakan pemetaan kebutuhan sarana prasarana sejarah dan permuseuman
8. Menyiapkan bahan telaahan sejarah dan permuseuman

### d. Seksi Cagar Budaya

Seksi cagar budaya dipimpin oleh seorang kepala seksi yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada kepala bidang. Kepala seksi cagar budaya mempunyai tugas penyiapan dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis, perencanaan, pembinaan, pengawasan, evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan kegiatan cagar budaya.

Rincian tugas seksi cagar budaya adalah sebagai berikut:53

1. Melaksanakan inventarisasi data dan informasi cagar budaya
2. Menyiapkan bahan penyusunan rencana program dan kegiatan cagar



budaya

Menyiapkan bahan perumusan kebijakan dan strategis cagar budaya

Melakukan penyusunan petunjuk teknis cagar budaya

Melaksanakan penyusunan rencana program dan kegiatan cagar budaya

Melaksanakan pengumpulan, identifikasi, pengelolaan, dan penyajian data kebudayaan

Melaksanakan pemetaan kebutuhan sarana prasarana cagar budaya

Menyiapkan bahan telaahan cagar budaya

**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

Berdasarkan dari berbagai data yang telah didapatkan dan dianalisa oleh peneliti mengenai pemanfaatan instagram oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Kuantan singingi sebagai media promosi wisata dan budaya lokal, maka dapat disimpulkan bahwa konten instagram @pariwisata.kuansing sangat bermanfaat, dimana akun instagram @pariwisata.kuansing membuat konten yang berhubungan dengan destinasi wisata yang ada di kabupaten Kuantan singingi. Dalam pengelolaannya akun @pariwisata.kuansing sudah hampir maksimal dalam penggunaan. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi wisata budaya lokal sudah menerapkan *share, optimize, manage* dan *Engage* dalam membagikan konten. Pemanfaatan yang dilakukan konten pariamantourism dengan memanfaatkan fitur seperti hastag, caption. Konten dibagikan di akun instagram @pariwisata.kuansing berisikan tentang informasi mengenai wisata-wisata yang ada di kabupaten Kuantan singingi. Dalam konten ini juga menampilkan keindahan alam, serta unsur budaya.

### 6.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan, ada beberapa hal atau saran yang dapat peneliti berikan kepada Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten kuantan singingi berkaitan dengan pemanfaatan Instagram @pariwisata.kuansing sebagai media promosi Wisata dan budaya yaitu kepada pihak pengelola akun Instagram @pariwisata.kuansing lebih meningkatkan lagi dalam keaktifan untuk melakukan promosi dan konsiten menggunakan fitur-fitur Instagram yaitu seperti fitur *hashtag*, kedepanya peneliti menyarankan untuk selalu menyantumkan fitur geotagging/lokasi agar manfaat atau nilai-nilai dari fitur-fitur Instagram dapat lebih diterapkan dalam proses promosi dan promosi yang di lakukan dapat lebih maksimal dan menjangkau target yang di ingin kan.



## DAFTAR PUSTAKA

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. As'ad, H. A. R., & Alhadid, A. Y. 2014. "The impact of social media marketing on brand equity: An empirical study on mobile service providers in Jordan". *Review of Integrative Business and Economics Research*.
  - Abshay Nhedz. 2019 "The Media of Consumption and the Consumption of Time: How a Consumer in Fast-Paced Economy Use Traditional and New Media Tools." 13, no. 2.
  - Kurniawan, A. 2019. "Perencanaan Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mempromosikan Objek Wisata (Doctoral dissertation", Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
  - Maulana, A. N. 2021. "Strategi Komunikasi Akun Media Sosial Instagram@ Instanusantaracirebon Dalam Memperkenalkan Pariwisata Di Wilayah Iii Cirebon" (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
  - Andriana, Ana Noor, and Pingki Pingki. 2022 "Penerapan Teknik Foto Produk Dan Video Reel Instagram Bisnis Sebagai Optimalisasi Strategi Social Media Marketing Dalam Menyambut Ikn." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 4 (August 28.): 3101. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i4.9417>.
  - Krikunto, S. 2013. "Prosdur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta".
  - Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan media sosial*. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
  - Ayesha, I., Pratama, I. W. A., Hasan, S., Effendi, N. I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N. D. M. S., ... & Egim, A. S. 2022. "Digital Marketing (Tinjauan Konseptual). Get Press..
  - Bambang Dwi Atmoko. 2012. "Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel". Jakarta:..
  - Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. 2017. "Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia". Yayasan Pustaka Obor Indonesia..
  - Burhan Bungin. 2017. "Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya." Jakarta: Kencana,.
  - Dodiet Aditya. 2013."Data Dan Metode Pengumpulan Data Penelitian". Surakarta: Poltekkes Kemenkes Surakarta,
  - Edy Juliyanto and Farid Rusdi. 2019. "Strategi Penyampaian Informasi Melalui



Instagram Dengan Tampilan Infografis (Di Kementerian Perdagangan RI).”.

Elia Epronina. 2018. “*The New Media and the Evolution of the Human Psyce.*” 11, no. 2: psychology in russia. stste of the art.

Intan Innova. 2015. “*Motif Dan Kepuasan Pengguna Instagram Di Komunitas Instameet Indonesia.*” *Jurnal E-Komunikasi* 4, no. 1.

Augustinah dan Widayati,. “*Pemanfaatan Med ia Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang.*”.

Liana wahyuningsih. 2022. “*Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja.*” PhD Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta,.

Djamil and A. Fachruddin. 2022. “*Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah Organisasi, Operasional, Dan Regulasi.* (Prenada Media).

Hasyim Hasanah. 2017. “*Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial).*” -01-05 8-1.

Helaluddin and Hengki Wijaya. 2019. “*Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktik.* Sekolah Tinggi Theologia Jaffray30 November.

Merlina, Novi, Evawani Elysa Lubis, and M Si. 2017. “*Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*” 4, no. 2.

Prasetya Widodo, Ardianto. “*Pemanfaatan Media Social Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Malang*” 8.

Hidayatullah, M. F., Rafidah, N. N., Masruroh, N., & Mauliyah, N. I. (2023). *Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan TikTok Pada Butik DOT.* *Id. Human Falah*, 10(1), 127-135.,”.

Ismayanti.

Kita, Media, and Atmoko Dwi Bambang. “*Bambang Dwi Atmoko Instagram Handbook.*”.

Kristiyono, Jokhanan. 2015. “*Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat.*” *Scriptura* 5, no. 1 (October 1): 23–30. <https://doi.org/10.9744/scriptura.5.1.23-30>.

majid. A. *Analisis Data Penelitian Kualitatif.* Penerbit Aksara Timur.2017.



Muhammad Rizqi Arifuddin dan Irwansyah. "Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial." *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*.

Mulyono - 2021 - Fotografi Instagram Studi Literatur.Pdf,".

Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Cet. 1. Jakarta : Bumi Aksara, 1993.

Nalijatul Hasanah Ma'ruf and Rini Rinawati. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Dokumentasi Visual Studio Kolektifan.

Nugraha Dimas, and Rini Rinawati. "Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Perilaku Cyberbullying pada Siswa SMA di Kota Bandung" 7, no. 2 (2021).

Rahmi Fauziah, IA Ratnamulyani, and AA Kusumadinata. "Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial." *Jurnal Komunikatio*. 2018 4, no. 1.

Ravi Oktafriansyah, Tantri Yazid, and Anuar Rasyid. "Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Beserta Youtuber Dalam Memperkenalkan Objek Wisata Tepian Mahligai." September 30, 2022 15, no. 2.

Regina Luttrell, *Social Media: How to Engage, Share and Connect* (London: Rowman& Littlefield Publishers., 2015).

Rokhmat Subagiyo. *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep Dan Penerapan*. Jakarta: Alim"s Publishing, 2017.

Rustono, Farady Marta, Joshua Fernando, and Ruth Florencia Simanjuntak. "Eksplikasi Kualitas Konten Peran Keluarga Pada Instagram @Kemenpppa." 2019-12-29 4, no. *Journal of Communication*. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v4i2.3702>.

Sari, A.C. dkk. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 2018 3, no. 2.

Sari, Ari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. "Komunikasi Dan Media Sosial,".

SEPTAH, S. "Reaksi Simbolik Korban Cyberbullying Di Instagram Dan Facebook." Doctoral Dissertation, Fakultas Ilmu Budaya, 2019.

Setiadi, A. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika* 2016 16.

Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 16, no. 2 (2016).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

Siti Muslichatul Mahmudah and Muthia Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan." 2020 2.

Arifati, Bambang, Yanus Purwansyah Sriyanto, and Desi Nur Fatimah. *Penggunaan New Media Instagram Oleh Batik Girli Lumajang Dalam Memasarkan Produk Kain Batik Tulis Tahun 2020,* 2020.

Ruqiyah, Kiki Resky Ramdhani, and Andi Fauziah Yahya. "Strategi komunikasi pemasaran digital subway indonesia melalui reels instagram @subway.indonesia." *Jurnal Komunikasi Profesional* 6, no. 1 (February 14, 2022): 68–78. <https://doi.org/10.25139/jkp.v6i1.4456>.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung Alfabeta 2015.

Wahyuni et al. "The Adoption of Social Media Marketing in South Africa Banks." *European Business Review*,

Ulfa Defitria, Bayu Priyambadha, and Denny Sagita Rusdianto. "Pembangunan Aplikasi Social Geotagging Destinasi Wisata Berbasis Android." (*Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*.

Widodo, H. P and Yazak, E. M. "Strategi Komunikasi Pemasaran Peternak Lovebird Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan." *Reformasi* 2018 8, no. 1.

Wilsa ramadhani. "Pemanfaatan Media Sosial Youtube Dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budayadan Promosi Pariwisata Kraton Jogja." PhD Thesis, Universitas Islam Riau, 2021.

Yusuf Zafer Can UĞURHAN. "Fenomene ve Sponsorlu İçeriğe İlişkin Güvenin Marka Farkındalığı Üzerindeki Etkisinde Parasosyal İlişkinin Aracı Rolü: Youtube Özelinde Bir İnceleme." : : 25.06.2020.

Zahrotul Umami. "Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, No. 2 (2015).

ZULFIANA ULFA. "Strategi Promosi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Lombok Tengah Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan." Undergraduate, Universitas\_Muhammadiyah\_Mataram, 2020.

<https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> di akses pada Senin, 23 juni 2023 pukul 20.45 wib.

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

## LAMPIRAN

### DOKUMENTASI



**Lampiran 1.1** Ruang tunggu kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi.



**Lampiran 1.2** Wawancara dengan Drs. Azhar, M.M selaku Kepala dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi dan sekalinstagramus Penanggung Jawab akun Instagram @pariwisata.kuansing.

**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.



**Lampiran 1.3** wawancara dengan admin Instagram dinas kebudayaan dan pariwisata kuansing





## Lampiran 2

- 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.



UIN SUSKA RIAU

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

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004  
Telpon (0761) 562051. Faksimili (0761) 562052  
web: <https://fdk.uin.suska.ac.id> E-mail: [fdk@uin-suska.ac.id](mailto:fdk@uin-suska.ac.id)

Nomor : B- 4985/Un 04/F. IV. 3/PP 00 9/11/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 (satu) Exp  
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 07 November 2023

Kepada Yth,  
**Kepala Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Provinsi Riau**  
Di  
Pekanbaru

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: NEPEN WAN PUTRA
N I M	: 11740315291
Semester	: XIII (Tiga Belas)
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:  
**"Pemanfaatan Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya di Kabupaten Kuantan Singingi".**

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :  
**"Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi."**  
Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Dr. H. Arwan, M.Ag  
NIP. 19660225 199303 1 002

Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan

- 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.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/60479  
TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/2023 Tanggal 7 November 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

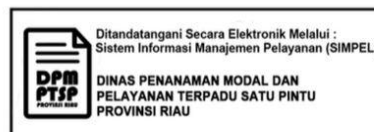
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : NEPEN WAN PUTRA  |
| 2. NIM / KTP         | : 11740315291  |
| 3. Program Studi     | : ILMU KOMUNIKASI  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PEMANFAATAN INSTAGRAM DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI |
| 7. Lokasi Penelitian | : DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN KUANTAN SINGINGI   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 16 November 2023



**Tembusan :**  
**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kuantan Singingi  
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Telukkuantan
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



### Lampiran 3

#### Transkrip wawancara

**Informan** : Drs. Azhar, M.M

**Jabatan** : Kepala Dinas

**Waktu** : 13 November 2023

Siapa penanggung jawab berjalanya media sosial ini sebagai media promosi wisata dan budaya di kabupaten kuantan singingi pak?

Kadis “akun dinas kebudayaan dan pariwisata itu kan namanya akun pariwisata.kuansing penanggungnya langsung kepala dinas artinya saya sebagai kepala dinas kebudayaan dan pariwisata drs azhar mm sebagai penanggung jawab dari pengelolaan akun ini, nanti di kelola oleh admin adalah pegawai dari dinas kenudayaan dan pariwisata”

Mengapa dinas kebudayaan dan pariwisata memilih memakai media sosial instagram sebagai salah satu media promosi wisata dan budaya di kabupaten kuantan singingi ?

- Kadis “ sebetulnya media promosi medsos dari tidak hanya instagam, instagram itu adalah salah satu dari medsos atau pun media sosial sarana promosi dari kebudayaan dan pariwisatakabupaten kuantan singingi ada beberapa seperti facebook dan instagram tapi memang kita lebu intens untuk mempromosikan kegiatan kegiatan kebudayaan dan pariwisata di akun instagram nah kenapa harus memilih akun instagram karna memang instagram ini kita tahu kawasan jangkauan nya tidak hanya Indonesia saja kawasan jangkauan nya inter nasional menembus beberapa belahan negara maka kita pakai akun instagram ini harapan kita adalah pariwisata kuansing tidak hanya di kenal di Indonesia saja tetapi juga di kenal oleh masyarakat yang ada di berbagai belahan dunia karna tujuan dari pariwisata itu adalah bagaimana orang baik dari Indonesia sendiri maupun luar negeri bisa datang dan menikmati pariwisata yang ada di kabupaten kuantan singingi, itu lah alasan mengapa kita memilih instagram sebagai salah satu sarana media promosi kebudayaan dan pariwisata kabupaten kuantan simgimgi”

- 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. Apa saja feedback yang di dapat dari masyarakat dengan menggunakan media sosial instagram ini ?
- “Kadis“ ada beberapa feedback yang kita dapat, yang jelas dengan media instagram ini ada komunikasi timbal balik secara tidak langsung ada beberapa masukan yang di berikan orang melalui komentar komentar,masukan masukan ini menjadi pertimbangan dinas pariwisata dalam menentukan kebijakan untuk program2 berikutnya, jadi kita menjaring aspirasi masyarakat memlalui beberapa kegiatan bersama bapak bupati kuantan singingi ke berbagai desa atau kecamatan di samping itu juga melalui media sosial instagram kan di instagram itu juga banyak masukan masukan di kolom komentar baik dari warga kuantan singingi maupun dari luar kuantan singingi itulah feedback yang kita dapat dari media sosial instagram dinas kebayaan dan pariwisata”
4. Bagaimana proses muncul nya ide dalam promosi wisata dan budaya di media Instagram ini pak ?
- “saya dan admin instagram sering bertukar pikiran untuk membuat bagaimana strategi yang cocok untuk menarik penonton di akun itu, dulu kata admin dia punya akun footage kuansing namanya katanya dia sering mempost video cinematic dan foto yang menarik di feed instagramnya, katanya kalo gambarnya bagus orang akan lebih tertarik, nah disitulah terbentuk nya kayak mana nya strategi untuk menentukan promosi, ya itu tadilah beberapa hal terbentuknya konten- konten itu”
5. Apakah Instagram dinas kebudayaan dan pariwisata sudah memanfaatkan menu feed yang di sediakan Instagram dengan maksimal ?
- “sebenarnya akun ini baru aktif sejak tahun 2022 sampai sekarang dalam 2 tahun terakhir ini lah saya memberikan intruksi kepada admin agar lebih giat dalam memposting foto dan video reels kan ada tu sekarang fitur baru yang namanya reels, makanya saya suruh

admin untuk upload yang intens di akun ini agar progres promosi kita berjalan dengan baik dan buktinya dengan begitu peningkatan pada views dan followers pada akun ini cepat sekali dalam 2 tahun terakhir dan jumlah kunjungan dan rasa ingin tahu orang tentang budaya kita bertambah banyak”

Selanjutnya pak sejak kapan media sosial instagram ini di jadikan media promosi wisata dan budaya ?

- Kadis “ sebetul nya media instagram ini sebelum 2022 sudah di manfaatkan karna akun ini sudah ada sebelum 2022,saya masuk kesini tahun 2022 tetapi ketika kita masuk jujur saja barulah intens kita menggunakan instagram ini artinya ketika kita masuk folowers kita hanya sekitar 500 orang berartikan selama ini tidak begitu di manfaatkan sebagai media untuk promosi buktinya folowers nya sedikit dalam rentang waktu 1 tahun itu kemrin terakhir kalau ngak salah 16800 followers itu menunjukkan bahwa termasuk intens nya kita lihat dari berapa banya kegiatan atau pariwisata yang kita upload di akun instagram itu sendiri, jadi memang boleh di katakan intens nya sejak tahun 2022 ”

Selanjutnya pak sebagai kepala dinas kebudayaan dan pariwisata menurut bapak apa keuntungan yang di dapat dengan menjadikan media sosial instagram dengan menjadikan sebagai salah satu media untuk mempromosikan wisata dan budaya ?

- Kadis “ Banyak keuntungan yang kita peroleh, itu tadi pertama kita bisa memperkenalkan pariwisata kuantan singingi keluar, dari orang tak tahu menjadi tahu,dari awal nya followers nya hanya orang kuansing sekarang sudah dari berbagai kabupaten yang ada di Indonesia bahkan ada yang dari luar negri, itu di buktikan dari beberapa kometar dan dm, karna saya bagian dari pengelolah saya juga bisa mengakses akun instagram pariwisata.kuasing makanya saya tahu ada yang dm, dan waktu itu ada orang yang dm menggunakan bahasa india, pusing juga saya akhir nya

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.

saya translate lah di google baru saya paham apa yang mereka sampaikan di dm itu, mereka memberimaksudkan dan mereka juga membandingkan dg pacu sampan yang ada di daerah mereka tapi ada perbedaannya, kalau kita di sinikan mempunyai tukang tari (anak Joki) kalau mereka tidak, jadi memang manfaatnya sangat besar sekali akun instagram pariwisata ini lebih luas jangkauannya promosinya dan lebih cepat dari pada kita mempromosikan melalui berita kalau melalui berita kadang tak lewat dia, orang harus menvari di google dulu harus sercing dulu, apa berita yang mau di cari, itu kalau orang kenal kuansing kan tak semua orang kenal kuansing tetapi kalau melalui instagram itu sama lah kita kadang ngak kenal sama orang tahu tahu lewat di beranda kita kan seperti reels kan kalau kita suka kita like lalu kita cari informasinya seperti itu juga akun pariwisata kita itu saya tengok orang lebih banyak menjadi followers instagram pariwisata itu dari reels dari pada feed/foto yang kita upload berteman melalui reels kan ada keterangannya di situ kan mungkin kalo ngak ada reels ngak sampai ke mereka apalagi kalau media itu dalam bentuk berita atau web akan lebih lambat lagi sampainya ke orang orang “

8. Selanjutnya pak apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan peran instagram yang digunakan dalam menarik minat followers di instagram ini, berhasil di lihat dari apa pak ?

- Kadis “ kita melihat keberhasilan kita itu dari kometar dan jumlah tontonan, dan interaksi dari follower masuk masuk, dan dari mana asal mereka yang komen, pada awalnya yang kometar di akun ini orang kuansing saja saya tengok, tetapi begitu kita intens menggunakan media instagram sebagai media promosi pariwisata kita lihat lah kometar kometar orang “ saya dari sumedang” saya dari Kalimantan, kan ada tu yang mengaku dan menjelaskan di kometar kometar seperti itu dan dari situ kita juga menilai bahwa dari situ kita sudah berhasil mempromosikan pariwisata kuansing, yang kedua kan sakarang pacu jalur sudah viral, yang di kenal dengan bocil bocil penari, itu terkenal karna

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

promosi promosi di media sosial baik itu instagram,maupun tiktok kita juga punya tiktok ya, kalau tak melalui media media itu mana bisa dia viral orang tak kenal, kemarin kita wawancara dg orang kementerian dia juga tahu ada bocil yang sudah viral pastikan dia tahu kalau tak dari instagram dari tiktok yang pasti lah dari antara 2 itu jadi ukuran keberhasilan kita itu dari seberapa banyak orang yang menonton dan berkomentar baik itu dari kuantan singingi maupun dari luar kuantan singingi yang sekama ini tak ada kita dapatkan dan yang kedua seberapa banyak orang tahu dari tradisi budaya kita, kenapa dinundang ke trans tv bocil kita itu karna mereka nonton instagram, jadi itu juga merupakan standar atau indikator penilaian kita atas keberhasilan kita mempromosikan pariwisata itu melalui instagram “

Selanjutnya pak kendala dalam menggunakan instagram apa saja yang di temukan pak ?

- Kadis “ aa kadang kadang kalau instagram itukan kita tak bisa bercerita terlalu banyak, kalau kita cerita terlalu banyak kadang orang tak mau baca orang lebih suka melihat visual video yang ada di reels orang lebih bisa memahami pesan yang kita sampaikan itu melalui gambar dan keterangan yang singkat padat padahal kita ingin menjelaskan ini pristiwa ini loh, gambar ini pristiwa ini tentu butuh penjelasan yang panjang tapi kalau melalui instagram kita memberikan penjelasan yang terlalu panjang orang tak akan baca,beda dengan kita kalau mengeluarkan nya di berita tapi kan masing2 media itu mempunyai kekurangan dan kelebihan”

10. Tambahkan satu pertanyaan pak, mengapa lebih sering memposting tradisi pacu jalur di akun instagram dari pada pariwisata atau budaya yang lainnya pak ?

- Kadis “promosi yang di sampai kan di akun instagram itu sesuai dengan situasi dan kondisi ketika masa pacu jalur, maka pacu jalurlah yang intens kita naikan tapi ketika kita ada kegiatan lain aamaka kegiatan yang sedang kita lakukan lah yang kita Promosikan, kita memang pariwisata di kuansing

ini lebih banyak pacu jalur nya dari bulan february kita sudah mulai pacu sampai besok desember ini jadi karena itu lh pacu jalur lebih sering di posting dari pada yang lain tapi tidak berarti yang lain itu tidak penting, maka Sya bilang sama admin setelah pacu jalur kita postingn lagi yang pariwisata budaya, seperti sepakrago tinggi, silek pangian dan banyak lagi.

**Informan : Dandi Munawar Lutfi S.Sn.**

**Jabatan : Admin Instagram DISBUDPAR KUANSING**

**Waktu : 13 November 2023**

1. Bagaimana menurut Anda perkembangan instgram saat ini?  
menurut saya perkembangan yang sangat luar biasa untuk instgram pada 2023 ini mulai dari pengguna aktif instgram dan juga Instagram selalu memunculkan fitur fitur yang menarik untuk penggunanya itu sendiri
2. Apa dengan menggunakan Instagram dapat menjadikan pekerjaan anda lebih mudah seperti apa contoh nya?
  - tentu, karena instgram merupakan media sosial yang sangan populer dikalangan masyarakat serta banyak memiliki fitur menarik yang dapat memudahka kita untuk melakukan promosi dan bisa langsung menjangkau pasar global.
3. Konten seperti apa yang sering di sebarakan atau di uptude di konten instgram @pariwisata.kuansing  
hmmmm konten yang tentunya berisi tentang budaya, wisata dan kesenian yang berada di kuansing
4. Apa dengan menggunakan media sosial instgram dapat mengembangkan admin @pariwisata.kuansing mengapa demikian?
  - sangat, karna kita berinovasi dengan ide ide baru dan itu dapat mengembangkan kinerja pekerjaan kita
5. Bagaimana menentukan waktu untuk memosting informasi ke sosial media instgram @pariwisata.kuansing



- 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.

- banyak dari masyarakat kita atau pun di luar yang aktif di instagram pada waktu luang yaitu seperti jam pulang kerja atau pulang sekolah, jadi kita melihat dari momen itu yaitu pada pukul 4 sore – 10 malam.
6. Bagaimana cara mengevaluasi kinerja akun instagram @pariwisata.kuansing?
    - hmm, saya selaku admin pariwisata kuansing selalu membandingkan dari konten konten lain dan juga dari komenter atau dm dari followesr yang kritik atau masukan dari konten yang di posting.
  7. Apakah anda sudah memanfaatkan fitur fitur menarik yang telah di berikan Instagram ?
    - kalua semua fitur mungkin belum tetapi fitur fitur penting di Instagram sudah kita gunakan dengan semestinya seperti fitur feed video reels
  8. Bagaimana awal mula munculnya ide promosi wisata dan budaya di media Instagram dinas kebudayaan dan pariwisata kabuapeten kuantan singingi ?
    - “awal mulanya dari hasil diskusi dengan kadis kami lebih mengunggulkan tampilan visual yang menarik dari konten konten yang kami upload di feed instagram kami, ya sebenarnya saya juga hobi fotografi bang jadi pekerjaan saya ini juga sesuai dengan hobi saya, terkadang saya juga mintak bantuan penialaian dari teman-teman komunitas fotografy saya untuk menilai video atau foto yang saya edit sebelum di upload di akun itu,kalaa kata mereka sudah bagus baru lah saya posting bang”
  9. Apakah anda telah memanfaatkan menu feed dengan maksimal ?
    - “ sekarang sudah enak akun itu bang, saya selalu puas dengan hasil konten yang saya upload soal nya tontonan dan followers nya sekarang sudah lumayan banyak ngak nentu sih bang berapa konten yang saya upload dalam seminggu tu tapi memang sudah aktif kali sekarang bang, dan salah satu startegi saya selalu mengampload konten pada jam jam 4 sore sampai jam 10 malam bang, karena kan

- 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.

jam jam segitu para pengguna Instagram udah banyak yang kosong tu waktunya di situ lah saya mengambil kesempatan untuk upload konten konten nya, dan alhamdulillah nya tahun ini ramai sekali masyarakat berdatangan ke taluk untuk menikmati pacu jalur”

10. Apakah anda telah maksimal dalam menggunakan fitur hashtag pada postingan akun tersebut ?

hmm kalau hashtag kami masih kurang dalam menggunakan nya bang bukan kuarang sih tapi baru menggunakan lah lebih tepat nya karena dulu belum ada hashtag yang banyak gitu kalo di untuk di kuansing tapi semenjak pacu jalur viral ni kan udah banyak aja tu, sejak itulah kami juga memakai hashstag di dalam postingan kami bang, tapi memang ya kalau memakai hashtag konten kita lebih cepat di temukan pengguna lain

11. apakah anda telah maksimal dalam memanfaatkan fitur caption dalam postingan akun tersebut ?

- kalau caption kami selalu menggunakan nya bang soalnya kan kita ni mau mempromosikan atau memperkenalkan budaya dan pariwisata, jadi saya berpikir di situ bagaimana ni narasi caption yang bagus suapaya konten yang saya upload itu bisa lebih menarik di bantu dengan caption tapi biasa nya saya juga hanya menjelaskan tentang apa dan peristiwa apa itu bang, dan saya biasa nya juga sering menampilkan penjelasan penjelasan di video nya langsung ya agar saling mendukung, kadang kan orang malas juga tu membaca bar caption nya, jadi supaya lebih akurat ya saya tampilkan juga di video dan foto yang saya upload berupa penjelasa sedikit

12. Bagaimana dengan fitur Geolokasi/lokasi apakah sudah digunakan dengan maksimal ?

fitur lokasi ya, kita jarang juga sih menggunakan fitur langsung yang di hadirkan oleh Instagram, kita lebih sering membuat nya di bagian caption bang, karena kadang lokasi yang kita mau buat itu tidak ada secara detailnya langsung di instagram tu, jadi kitab berinisiatif

**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.

menambahkan lokasinya di caption tapi sebenarnya kalo kita mencantumkan yang telah tertera di instagram itu akan membuat pengguna lain lebih mudah sih untuk menemukan bermacam-macam postingan yang menyangkut dengan lokasi itu, maksudnya adalah keuntungan buat postingan kalo memakai fitur yang langsung dari instagram

13. Mengapa lebih sering memposting budaya pacu jalur dari pada budaya lainnya?

Kalau itu memang kami akui tetapi itu karena tradisi pacu jalur merupakan icon kabupaten ini dan juga pacu jalur ini juga sering dilakukan dalam satu tahun kalender itu, makanya kami sering memposting tentang pacu jalur, tapi da kok postingan akun pariwisata kuasing berupa tempat wisata dan budaya local lainnya iya memang lebih sedikit.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**NEPEN WAN PUTRA**, Dilahirkan di Tanjung pada tanggal 4 Juni 1999. Anak pertama dari tiga bersaudara ini adalah putra dari pasangan bapak Asrial dan ibu Asniati dan saat ini penulis tinggal jln. Taman Karya Kelurahan Tuah Karya dan keluarga penulis tinggal di Desa Tanjung Jln Serma ahmad Samin Hulu Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

Penulis menempuh pendidikan mulai dari SD Negeri 007 Tanjung Kabupaten Kuantan Singingi dan tamat pada tahun 2011, melanjutkan ke Ponpes KH Ahmad Dahlan teluk kuantan dan menamatkan pada tahun 2014, lalu menyelesaikan pendidikan di MA YPKM Lubuk Jambi, Kabupaten Kuantan Singingi pada tahun 2017.

Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi serta mengambil Konsentrasi Broadcasting. Penulis menyelesaikan kuliah Strata Satu (S1) pada tahun 2024. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan, akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **Pemanfaatan Instagram oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Sebagai Media Promosi Wisata dan Budaya Lokal**