



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.

NOMOR SKRIPSI
7109/KOM-D/SD-S1/2025

**ANALISIS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM
@MINANGLIPP SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DI SUMATRA BARAT**

(Studi Kasus: Program Ota Tampek Wisata)



**UIN SUSKA RIAU
SKRIPSI**

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

Oleh:

FIKRI ALFREDA AZARIA
NIM.12040311577

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

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.

**Analisis Penggunaan Akun instagram @Minanglipp Sebagai Media Promosi
Pariwisata Di Sumatra Barat (Studi Kasus: Program Ota Tampek Wisata)**

Disusun Oleh :



Fikri Alfreda Azaria
NIM: 12040311577

Telah Disetujui Oleh Pembimbing Pada Tanggal : 28 November 2024

Mengetahui,
Pembimbing



Yantos, S.IP, M.Si
NIP.19710122 200701 1 016

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



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة والاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt 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	: Fikri Alfreda Azaria
NIM	: 12040311577
Judul	: Analisis Penggunaan Akun @Minanglipp Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Sumatra Barat (Studi Kasus : Program Ota Tampek Wisata)

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

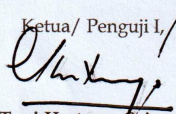
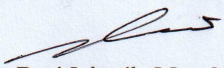
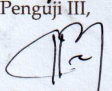
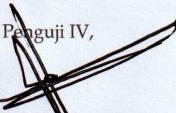
Hari	: Senin
Tanggal	: 16 Desember 2024

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



Pekanbaru, 20 Januari 2025
 Kepala Badan
 Prof. Dr. Masduki, M.Ag
 NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,  Dr. Toni Hartono, S.Ag., M.Si NIP. 19780605 200701 1 024	Sekretaris/ Penguji II,  Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc NIP. 19810914 202321 2 019
Penguji III,  Artis, S.Ag, M.I.Kom NIP. 19680607 200701 1 047	Penguji IV,  Suardi, S.Sos, M.I.Kom NIP. 19780912 201411 1 003



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.

Pekanbaru, 28 November 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 : Fikri Alfreda Azaria
 NIM : 12040311577
 Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Akun instagram @Minanglipp Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Sumatra Barat (Studi Kasus: Program Ota Tampek Wisata)

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,

Yantos, S.IP, M.Si
NIP.19710122 200701 1 016

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 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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fikri Alfreda Azaria
 NIM : 12040311577
 Tempat/Tgl.Lahir : Pekanbaru, 20 Januari 2003
 Jurusan/Semester : Ilmu Komunikasi/IX
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Lulus Munaqasah : 26 Desember 2024
 Judul Skripsi : ANALISIS PENGGUNAAN AKUN @MINANGLIPP
 SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI
 SUMATRA BARAT (STUDI KASUS: OTA
 TAMPEK WISATA)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 21 Januari 2025
 Yang membuat pernyataan



FIKRI ALFREDA AZARIA

NIM : 12040311577



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.



**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 : Fikri Alfreda Azaria
NIM : 12040311577
Judul : Analisis Penggunaan Akun @Minanglippi Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Sumatra Barat (Studi Kasus : Program Ota Tampek Wisata)

Telah Diseminarkan Pada:
Hari : Senin
Tanggal : 27 November 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, 27 November 2023
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19920512 202321 2 048

Penguji II,

Rusyda Fauzana, S.S., M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011

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.

ABSTRAK

Nama : FIKRI ALFREDA AZARIA
Jurusan : Ilmu komunikasi
NIM : 12040311577
Judul : ANALISIS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @MINANGLIPP SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI SUMATRA BARAT (Studi Kasus: Program Ota Tampek Wisata)

Media social merupakan platform yang menyediakan sarana kolaborasi yang mampu mempererat hubungan dan menciptakan kohesi sosial antar pengguna tanpa batasan jarak, ruang dan waktu. Media social kini memegang peranan penting dalam masyarakat, karena media sosial adalah salah satu alat untuk berkomunikasi dan saling berinteraksi dan memberi kabar kepada orang lain. tujuan utama akun minanglipp dalam mempromosikan makan, budaya, dan pariwisata yang ada di Sumatra barat dari berbagai sisi, untuk memikat wisatawan dalam atau luar kota. Penelitian ini menggunakan metode penlitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan obsevasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian ini yaitu Ota tampek wisata merupakan salah satu program minanglipp yang mempromosikan pariwisata di Sumatra Barat, mulai dari wisata alam, wisata kuliner, dan wisata religi. Akun minanglipp ini sudah melekat dimasyarakat memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga akun minanglipp ini terus berproses dan produksi setiap hari nya memberikan informasi aktual dan terpercaya untuk kalangan wisatawan lokal mau pun mancanegara. konten ota tampek wisata diterima baik di masyarakat atau pun wisatawan. Faktor penghambat Kesulitannya di keterbatasan produk wisata atau kuliner minangkabau, yg mana jika kita sudah mereview hampir semua kuliner dan wisata, otomatis kita mengulang review tempat wisata/kuliner yg pernah kita kunjungi dengan membangun narasi yang berbeda agar menarik.

Kata Kunci: Instagram, Minanglipp, Ota Tampek 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.

ABSTRACT

Name : FIKRI ALFREDA AZARIA

Major : Communication science

NIM : 12040311577

Title : COMMUNICATION STRATEGY OF PASAMAN SAIYO ARTS START IN IMPROVING PRESERVATION TRADITIONAL ART OF MINANGKABAU IN LUBUK SIKAPING DISTRICT, PASAMAN DISTRICT

Social media is a platform that provides a means of collaboration that is able to strengthen relationships and create social cohesion between users without the limitations of distance, space and time. Social media now plays an important role in society, because social media is a tool for communicating, interacting with each other and providing news. to other people. The main aim of the Minanglipp account is to promote food, culture and tourism in West Sumatra from various sides, to attract tourists in or out of town. This research uses qualitative research methods with data collection techniques using observation, documentation and interviews. The results of this research are that Ota Tampek Wisata is one of Minanglipp's programs that promotes tourism in West Sumatra, starting from nature tourism, culinary tourism and religious tourism. This Minanglipp account has been embedded in the community and has high credibility so that the Minanglipp account continues to be processed and produced every day, providing actual and reliable information for local and foreign tourists. Tourism content is well received by the public and tourists alike. Inhibiting factors The difficulty lies in the limited Minangkabau tourism or culinary products, where if we have reviewed almost all the culinary and tourist attractions, we automatically repeat reviews of the tourist/culinary places we have visited by building a different narrative to make it interesting.

Keywords: Instagram, Minanglipp, Ota Tampek 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.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil‘alamin, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wata‘ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk menuliskan huruf demi huruf dalam skripsi ini. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan umat manusia yakni Nabi Muhammad Shallahu ‘Alaihi Wasallam yang telah membawa umat manusia keluar dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmupengetahuan dan menjadi contoh dengan berakhlak mulia.

Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Peranan Orang Tua Kepada Remaja Dalam Etika Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Mts Baiturrahman Desa Beringin Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulis, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum mencapai kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Terimakasih sebesar-besar nya kepada Kedua Orang tuaku **Ayah** yang telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil serta cinta dan dukungan yang tanpa batas. pintu surgaku, dan Terimakasih atas semua doa dan dan keridhoan yang diberikan kepada penulis.

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.

Penyusunan skripsi ini memerlukan proses dan tidak lepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus secara langsung dan tidak langsung kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Imron Rosidi, S.Pd., MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku PLT Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif

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.

Kasim Riau.

9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Bapak Yantos. S.IP.,M.SI, selaku pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, yang telah membimbing dan mengajarkan penulis,yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan dan saran sehingga dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
12. Ibu Julis Suriani, M.I.Kom selaku Penasehat Akademik penelitiselama proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau.
13. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas IslamNegeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu- persatu. Terimakasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan, semoga menjadi bekal bagipenulis dan menjadi ladang pahala bagiBapak dan Ibu sekalian.
14. Kakak Sepupu saya, Indah,Sian,Diana,Rinda yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga sampai tahap ini.
15. Kepada Nabila Suci Khumairoh, Frika Amar Pohan, Rachmi Desfa Armanda, Zakarya Anwar, Jimmy Harieshandy, sahabat terbaik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

yang selalu mendukung dan memotivasi selama proses pengerjaan skripsi ini, dan Sahabat” saya yang telah banyak memberikan dukungan serta do’a agar penulis tetap terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

16. Kepada teman-teman Broadcasting N atas dukungan dan keberamaannya pada masa perkuliahan ini.

17. Kepada seluruh informan yang telah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian serta kesediaannya meluangkan waktu untuk penelitian ini.

18. Terakhir Diri saya sendiri apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan Ini adalah pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri. Semoga penelitian skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca, akademisi maupun praktisi dan dapat dijadikan khazanah keilmuan di masa mendatang.

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Penegasan Istilah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 PengertianInstagram.....	15
2.2.2 Pengertian Sosial Media.....	17
2.2.3 Teori New Media	20
2.2.4 Pengertian Promosi	22
2.2.4 Pengertian Pariwisata.....	25
2.2.5 Sumatra Barat.....	28
2.2.6 Akun @Minanglipp	34
2.3 Konsep Oprasional	35
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.3 Jenis Penelitian.....	38
3.4 Sumber Data Penelitian.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Validitas data	41

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.

3.7 Teknik Anlisis Data	42
BAB IV	44
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	44
BAB V	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata)	46
5.2.1 Program Ota Tampek Sumatra Barat	49
5.2.2 Hasil dan Pembahasan Berkaitan Dengan Indikator Penelitian	54
5.3 Pembahasan Penggunaan Akun Instagram @Minanglipp Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Sumatra Barat (Studi Kasus: Program Ota Tampek Wisata).....	76
Program Ota Tampek Sumatra Barat	80
BAB VI	86
PENUTUP	86
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Informan Penelitian.....	49
--------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR 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.

LAMPIRAN.....	85
---------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, teknologi berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan dibidang teknologi dan informasi ini semakin maju dan memudahkan komunikasi antar manusia. Misalnya online atau media baru dapat menyampaikan pesan dengan mudah kepada penerim apesan. Media social kini berkembang sangat pesat dan banyak digunakan sebagai media interaksi social online diInternet. Pengguna media social dapat digunakan untuk saling berkomunikasi, berbagi, berinteraksi, berjejaring, dan berbagi aktivitas lainnya dengan menggunakan teknologi atau aplikasi berbasis web dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contoh jejaring social dengan pengguna terbanyak adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, TikTok, dan Instagram. (Nurrahman, 2019)

Media social merupakan platform yang menyediakan sarana kolaborasi yang mampu mempererat hubungan dan menciptakan kohesi sosial antar pengguna tanpa batasan jarak, ruang dan waktu. Media social kini memegang peranan penting dalam masyarakat, karena media sosial adalah salah satu alat untuk berkomunikasi dan saling berinteraksi dan memberi kabar kepada orang lain. Tidak hanya untuk memberi kabar tentang keberadaan saja, lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, ber kirim foto, ruang untuk saling

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.

tukar pendapat dan lain sebagainya. Namun, layaknya pedang bermata dua, penggunaan media social perlu dilakukan dengan bijak (Setiadi, 2016). Anak muda saat ini diharuskan untuk bisa mengetahui berbagai macam sosial media agar tidak ketinggalan oleh era digital. Salah satunya instagram, instagram saat ini sangat populer di kalangan anak muda zaman sekarang. Instagram adalah media sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video dan menerapkan filter digital, juga membagikannya diberbagai situs media social termasuk Instagram. (Saputra, 2018)

Instagram, pengguna dapat mengunggah foto dan video. Fiturnya juga beragam, pengguna biasa mengedit foto dengan berbagai filter, penanda lokasi, dan tagar. Pengguna dapat mengelola dokumen yang diunggah yang ingin mereka bagikan secara public atau hanya untuk pelanggan yang disetujui. Setiap pengguna Instagram dapat menelusuri konten berbasis gambar dari pengguna lain menggunakan fitur tagar dan tag lokasi.

Selain itu, pengguna dapat mengungkapkan pendapatnya tentang konten yang diunggah dengan menandai hati untuk menyukai foto dan mengikuti pengguna lain untuk menambahkan dokumen yang diunggah keberandaan pengguna (Nugraha Y. H., 2021). Instagram menjadi aplikasi yang menjanjikan dari berbagai aspek, seperti untuk akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, online shop, dan promosi. Disini peneliti memberikan contoh yaitu akun instagram minanglippi, minanglippi menggunakan instagram untuk meningkatkan budaya dan ciri khas minangkabau melalui media sosial instagram. Maka media sosial sangat berpengaruh dengan pengguna media sosial terus menghasilkan volume pencarian tagar terkait

perjalanan sebanyak 1 juta setiap minggu. Menurut penelitian terkini, media sosial menjadi bagian penting dari operasi strategis perusahaan pariwisata selama pandemi, dan konsumsi meningkat hingga 72%

Sumatra barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatra dengan ibu kota Padang. Provinsi Sumatera Barat terletak sepanjang pesisir barat Sumatra bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai.

Minanglipp adalah media digital akun publik untuk anak-anak muda yang memiliki jiwa yang kreatif. Minanglip juga termasuk salah satu akun hiburan yang berfokus untuk mengangkat tema minang dengan konten-konten hiburan yang ada di minangkabau untuk meningkatkan rasa kecintaan *followers* pada budaya minangkabau. Minanglipp memiliki pengikut 783k pengikut, 132 mengikuti, dan 24k unduhan per oktober 2023. Minanglipp awalnya akun milik pribadi yang di kelola oleh rico saptahadi salah satu influencer foodies di Sumatra barat, dan pada tahun 2022 minanglipp resmi berada dibawah naungan PT. Witbox creative media agency. Sekarang minanglipp di kelola oleh PT. Witbox Creative Media Agency sebagai akun referensi minangkabau. Dari banyaknya pengikut minanglipp dapat dipastikan minanglipp adalah salah satu akun terbesar di sumatra barat.

Minanglipp juga akun media sosial yang bergerak di bidang hiburan bertemakan minangkabau berbasis instagram yang pertama di Sumatera Barat sejak tahun 2015. Minanglipp pada awalnya dibuat dengan aplikasi lipp pada akhir tahun 2015 dimana aplikasi lipp sudah menyediakan video-video yang memudahkan pengguna media sosial untuk mengisi suara dan mencocokkannya. Minanglip

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.

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.

memiliki beberapa program unggulan yaitu *Ruang raso,ota pareman, pangadu pangadak, minang mendunia dan ota tampek wisata*. Peneliti merujuk pada satu program yaitu *ota tampek wisata*.

Ota tampek wisata adalah salah satu program minanglipp yang mempromosikan pariwisata di Sumatra Barat, mulai dari wisata alam, wisata kuliner, dan wisata religi. Program *Ota tampek wisata* memiliki kaitan dengan pemerintah kota padang melalui Badan Promosi Pariwisata Daerah Sumatra Barat, BPPD Sumatra Barat adalah lembaga yang berada di bawah naungan Dinas Pariwisata Sumatra Barat. Minanglipp memiliki sangat banyak prestasi, selain minanglipp adalah akun publik terbesar di Sumatra barat, minanglipp juga menghasilkan influencer-influencer terkenal seperti ayuwisya, praz teguh, angelcry, jonan_55 dan masih banyak lagi.

Dari hasil pengamatan peneliti, program ota tampek wisata ini memiliki potensi untuk memberikan informasi wisata yang ada di Sumatra Barat dengan viewers 80rb-3jt di akun minanglipp, program ota tampek wisata yang bekerjasama dengan pemerintah daerahnya ini belum dikatakan optimal dikarenakan konten yang masih sedikit sementara peminat konten banyak. Program ota tampek Wisata ini dapat menjadi referensi wisata dalam negeri dan luar negeri maka dengan ini peneliti merasa perlu di prioritaskan lagi program ota tampek Wisata sehingga dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Sumatra barat.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti/menganalisis apa saja yang menjadi tujuan utama akun minanglipp dalam mempromosikan makan, budaya, dan pariwisata yang ada di Sumatra barat dari

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.

berbagai sisi, untuk memikat wisatawan dalam atau luar kota. Maka dalam penelitian ini berjudul “ANALISIS PENGGUNAAN AKUN INSTAGRAM @MINANGLIPP SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI SUMATRA BARAT”

1.2 Penegasan Istilah

Penegasan istilah merupakan pedoman untuk penelitian, agar tidak terjadi kesalahan pemahaman dalam memahami kajian ini, adapun penegasan yang peneliti jabarkan adalah sebagai berikut :

1. Instagram adalah media social untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video dan menerapkan filter digital juga membagikannya diberbagai situs media social termasuk Instagram.
2. Mempromosikan promosi merupakan salah satu kegiatan dalam bentuk pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan untuk mengangkat suatu produk, barang atau jasa dengan tujuan untuk memberitahukan atau menawarkan produk.
3. Pariwisata kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan secara menyeluruh dari tempat tinggal ketempat tujuan wisata (*destination*) dan kembali ketempat asal (*origin*) dapat menciptakan suatu pengalaman menyeluruh bagi penyusun kegiatan berwisata tersebut.
4. Minanglipp adalah media digital akun publik untuk anak-anak muda yang memiliki jiwa yang kreatif. Minanglipp juga akun media sosial yang bergerak di bidang hiburan bertemakan minangkabau berbasis instagram yang pertama di Sumatera Barat sejak tahun 2015. Minanglipp pada awalnya dibuat dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

aplikasi lipp pada akhir tahun 2015 dimana aplikasi lipp sudah menyediakan video-video yang memudahkan pengguna media sosial untuk mengisi suara dan mencocokkannya. Minanglipp adalah akun publik yang berada di naungan PT. Witbox Creative Media Agency sebagai akun *reference of minangkabau*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana analisis penggunaan akun Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata)?
2. Apakah yang menjadi faktor penghambat dalam produksi konten menarik @Minanglipp dalam (studi kasus: ota tampek wisata)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Agar peneliti mengetahui bagaimana penggunaan akun instagram pada akun @Minanglipp dalam mempromosikan pariwisata di Sumatra Barat.
2. Agar peneliti mengetahui apa yang menjadi factor menghambat dalam produksi konten yang menarik.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah:

1. Kegunaan teoritis

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.

- a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1
- b. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi para pengkaji ilmu komunikasi khususnya di bidang broadcasting yang berminat meneliti permasalahan yang sama.
2. Kegunaan praktis
 - a. Memberikan masukan bagi analisis penggunaan akun Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata)
 - b. Untuk memberi manfaat dan wawasan bagi para pelaksana komunikasi agar mengetahui secara mendalam bagaimana analisis penggunaan akun Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata)

1.6 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran pokok dari rencana pembahasan ini, penulis membagi sistematika penulisan dalam lima bab yang akan dirincikan dalam beberapa sub-bab dengan sistematika penulisan dalam skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian terdahulu, landasan teori dan kerangka pikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

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 ini berisi design penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Teknik Analisa data untuk menghasilkan penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi profil objek penelitian, dari mulai sejarah, visi dan misi serta hal-hal yang berkaitan dengan akun Minanglipp.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang di peroleh peneliti dan juga saran-saran yang di ajukan kepada objek penelitian untuk baha penelitian selanjutnya.

LAMPIRAN**DAFTAR ISI**

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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dari jurnal terkait dengan masalah analisis penggunaan akun instagram @minanglipp sebagai media promosi pariwisata di sumatra barat. sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Citra Rani Angga Riswari Dan Didik Sugeng Widiarto dalam jurnal (2020) Universitas Pejuang RI Makasar dengan judul “Pemanfaatan Instagram Pada Akun @Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Wisata Daerah”. Jenis penelitian digunakan dalam penelitian ini ialah teknik kualitatif deskriptif melalui pengumpulan data. Penelitian ini umumnya membahas tentang tahapan pemanfaatan media instagram akun @jelajahblitar, yaitu: pesan, komunikatif, komunikasi, dan saluran, dan media pariwisata blitar melalui akun @jelajahblitar ini membuat pariwisata blitar lebih banyak di kenal masyarakat (Riswari, 2020). Perbedaan dengan penelitian ini tidak membahas tahapan pemanfaatan media sosial tetapi membahas program dari akun minanglipp secara khusus.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Yudhi Eka Nugraha Dan Kresna dami dalam jurnal (2021) Politeknik Negri Kupang dengan judul “ Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi kasus Pada Akun Instagram @Pantailimansemau)” jenis penelitian digunakan dalam penelitian

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.

ini ialah deskriptif kualitatif melalui teknik pengumpulan data. Penelitian ini umumnya membahas tentang menjadikan Instagram sebagai salah satu media periklanan online dengan menggunakan akun Instagram @pantailiman semau yang dibuat oleh peneliti agar Pantai Liman lebih dikenal oleh masyarakat umum. Promosi Pantai Limanm (Nugraha Y. E., 2021). Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis membahas seluruh wisata yang ada di sumatra barat tidak hanya wisata pantai .

Penelitian yang dilakukan oleh Aprinal Eko Saputra Dan Rini Eka Sari dalam jurnal (2018) Universitas Politeknik Negri Padang dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Motivasi Kunjungan Wisata Ke Pulau Sirandah Padang” jenis penelitian yang digunakan dalam penelitan ini adalah deskriptif kuantitatif melalui teknik penyebaran quisoner sedangkan data lainnya dengan observasi. Pada umumnya membahas tentang seberapa besar pengaruh media sosial instagram terhadap motivasi kunjungan wisata ke pulau sirandah padang (Saputra, 2018). Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada metode penelitiannya, yang mana penelitian ini memakai metode penelitian deskriptif kualitatif yang akan mendeskripsikan program akun minanglipp (ote tampek)

Penelitian yang dilakukan oleh Ani Wijayanti (2021) Universitas Bina Saran Informatika Yogyakarta, indonesia dengan judul “Efektifitas Instagram Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Di Daerah Yogyakarta” jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan melakukan survei 200 responden. Pada umumnya jurnal ini

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.

membahas tentang dinas pariwisata provinsi daerah istimewa yogyakarta menggunakan Instagram sebagai media pemasaran dan periklanan yang paling efektif dan efisien dibandingkan media social lainnya. Penggunaan Instagram mempertimbangkan berbagai fungsi yang tersedia serta sarana komunikasi yang efektif antara pelancong dan pengelola dan antara pelancong itu sendiri (Wijayanti, 2021). Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada metode penelitiannya, yang mana penelitian ini memakai metode penelitian deskriptif kualitatif yang akan mendeskripsikan program akun minanglipp (otetampek)

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Setiadi Amik Bsi Karawang, karawang, dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi” jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pada umumnya jurnal ini membahas tentang berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, kehadiran media sosial bahkan dampak dalam cara berkomunikasi di segala bidang (Setiadi, 2016). Perbedaan dalam penelitian ini tidak membahas efektifitas komunikasi kepada masyarakat melainkan membahas program yang akan menjadi informasi wisatawan dalam dan luar negeri.

Penelitian yang dilakukan oleh Rozana Eka Putri, padang dengan judul “Pengembangan Wisata Kota Padang Sebagai Destinasi Wisata Di Sumatra Barat” jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini deskriptif kualitatif pada umumnya jurnal ini membahas tentang bagaimana pengembangan wisata di kota padang terus berkembang di berbagai macam aspek (Putri,

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.

Pengembangan wisata kota Padang sebagai destinasi wisata kota di Sumatera Barat, 2017). Perbedaan dalam penelitian ini adalah tidak membahas usaha perkembangan wisata di kota padang saja, melainkan memberikan informasi menarik seputar wisata sumatra barat.

Penelitian yang dilakukan oleh Wenday Dwi Novi Kurniawati, Universitas Muhammadiyah surakarta dengan judul “pemanfaatan instagram oleh komunitas wisata grobogan dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah” jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, pada umumnya jurnal ini membahas tentang bagaimana memanfaatkan instagram sebagai media promosi potensi pariwisata daerah oleh komunitas wisata yang ada di grobogan(Kurniawati, 2017).Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis tidak membahas komunitas wisata, melainkan membahas bagaimana program ota tampek wisat dalam akun instagram minanglipp.

8. Penelitian yang dilakukan oleh rolan nurrahman dan yuliat, universitas bengkulu dengan judul “efektifitas sosial media instagram @visitbengkulu sebagai mediapromosi pariwisata bengkulu” jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode penyebaran kuisioner, pada umumnya jurnal ini untuk mengetahui instagram @visitbengkulu berpengaruh sebagai media promosi bagi pariwisata yang ada diprovinsi bengkulu dan seberapa pengaruhnya *followers* dari @visitbengkulu untuk bisa berkunjung kepariwisata yang ada diProvinsi Bengkulu (Nurrahman, Efektivitas Media Sosial Instagram@ Visitbengkulu Sebagai Media Promosi Pariwisata Provinsi Bengkulu, 2019).Perbedaan dalam

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.

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

penelitian ini terdapat pada metode penelitiannya, yang mana penelitian ini memakai metode penelitian deskriptif kualitatif yang akan mendeskripsikan program akun minanglippi (ote tampek)

Penelitian dilakukan oleh Argiyan Dwi Pritama, Gustin Setyaningsi dan Tri Mardan dengan judul penelitian adalah Pelatihan Produksi Video untuk Konten Promosi Online di Industri Kecil Menengan (IKM) Kabupaten Pekalongan menggunakan metode yang digunakan adalah pelatihan pembuatan video menggunakan prinsip sinematografi yang baik untuk memproduksi konten video guna mempromosikan suatu produk maupun usahanya dan kemudian akan dipublikasikan disosial media, selain itu metode lainnya yang digunakan adalah dengan ceramah, demonstrasi, praktek dan evaluasi. Penelitian pelaku IKM harus selalu melakukan inovasi dan kreatif supaya mampu bersaing, salah satunya adalah mampu membuat konten video promosi untuk selanjutnya sebarluaskan dan di publikasi di media online atau sosial media.. Selain itu sasaran juga akan dilatih menggunakan kamera, melakukan pengambilan gambar, menulis naskah produksi, mengedit video menggunakan sftware editing video, dan diberi arahan untuk proses publikasi konten yang sudah dibuat agar tepat sasaran melalui sosial media(Pritama, 2020).Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian penulis membahas program konten sebagai promosi, sedangkan penelitian terdahulu ini membahas tentang pelatihan produksi vidio atau produksi konten sebagai acuan promosi online yang menarik

10. Penelitian yang dilakukan oleh Leila Ariyani Sofia, Achmad Syamsu Hidayat,

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.

Muhammad Adnan Zain, dengan judul penelitian Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata Pantai Asmara Metode kegiatan PKM yang diterapkan adalah (1) penyuluhan dan diskusi, (2) pelatihan dan pendampingan, dan (3) evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penyuluhan telah memberikan perubahan sikap dan pengetahuan khalayak sasaran (kelompok mitra) terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi wisata Pantai Asmara dari kurang menjadi cukup banyak mengetahui. Proses adopsi dan difusi iptek promosi produk jasa wisata oleh anggota kelompok mitra ke anggota masyarakat lainnya sudah tergolong cukup (bernilai 60 – 80 dengan rata-rata 68). Pokdarwis Pantai Asmara telah mampu mempersiapkan dan menyusun konten akun promosi produk jasa dalam format sederhana sesuai pengetahuan dan kemampuan kelompok (Sofia, 2020). Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya membahas media sosial instagram tidak membahas media secara keseluruhan

Beberapa peneliti terdahulu tersebut juga memiliki perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Padang tepatnya di PT. Witbox Creative Media agency. Kemudian objek akan diteliti pada penelitian ini adalah program *ota tampek wisata* konten pariwisata di akun @minanglipp, waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada bulan September 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu media berbagi yang memberikan fasilitas bagi para pengguna untuk berbagi dengan menggunakan media gambar/poto, video. Instagram memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengunggah foto atau video dengan tambahan caption (keterangan). Inilah yang menjadi salah satu penyebab digunakannya Instagram sebagai media promosi. Terdapat lima fitur utama Instagram, yaitu home page, komentar, explore, profil, dan news feed (Atmoko, 2018). Terdapat pula beberapa fitur Instagram yang menambah makna dalam informasi yang terdapat pada foto atau video yang diunggah oleh pemilik akun Instagram, yaitu judul foto, hastag, dan geotag atau lokasi. Lalu terdapat pula sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna Instagram, yaitu follow (mengikuti), like (menyukai), komentar, dan mentions (Budiargo, 2015)

Instagram kini dipilih sebagai media untuk melakukan promosi pariwisata. Hal ini dapat dilihat pada penelitian Araujo et al (2014) yang menemukan fakta bahwa terdapat 76,1% pengguna Instagram mengunggah foto tempat berwisata yang telah dikunjungi ke akun mereka. Kegiatan ini dapat dilihat dan menarik perhatian pengguna Instagram lain (followers) yang mengikuti akun tersebut yang pada tahap selanjutnya membuat followers berkeinginan untuk melakukan pengalaman wisata yang sama. Puncaknya followers merealisasikannya atau dengan kata lain berwisata juga ke tempat yang sama (Pratiwi, 2020).

Instagram adalah aplikasi berbagi foto media social yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan media social termasuk Instagram. Fitur unik di Instagram adalah

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.

memotong foto menjadi kotak sehingga terlihat seperti hasil dari kamera Kodak Instamatic dan Polaroid(Mattern, 2016).

Unduhan yang di unggah di instagram dapat dilihat dan di tampilkan di *feed* instagram yang bisa di lihat oleh para followers instagram. Istilah following dan followers digunakan untuk sistem pertemanan, dimana following adalah orang yang kamu ikuti,dan followers adalah akun yang mengikutimu. Pengguna instagram dapat berinteraksi dengan cara berkomentar atau menyukai pada unggahan-unggahan yang ada di beranda(Pradhana, 2019)

Keunggulan lainnya media sosial Instagram sebagai media informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan ialah pada instagram juga bisa dihubungkan dengan akun media sosial lainnya sehingga dengan satu kali post di instagram, foto tersebut bisa kita share juga ke akun media sosial lain seperti twitter dan juga facebook. Ditunjang juga dengan penggunaan hastag pada setiap postingan di instagram, layaknya sebuah *keyword* pada *search engine*, fungsi dari hashtag pada instagram tidak jauh berbeda dari media sosial twitter, 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(Atmoko Dwi, 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.

2.2.2 Pengertian Sosial Media

Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia juga menciptakan peluang dalam hal strategi perusahaan. Jika sebelumnya, iklan di media massa menjadi media yang paling digemari untuk alat promosi perusahaan. Belakangan ini, sudah banyak juga perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai cara mereka menjalin komunikasi dengan para khalayaknya. Media sosial bisa menjadisarana untuk memudahkan interaksi dengan kemudahan seperti penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah. Media sosial merupakan perkembangan teknologi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi secara langsung dalam beberapa bentuk (Mulyanto, 2009). Media sosial menurut (Kotler, 2010) merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendorong kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik

Salah satu jenis media sosial populer yang mendukung dalam mengunggah dan berbagi gambar adalah instagram. Sebagai media sosial dengan bentuk jejaring sosial berbagi foto/video, instagram juga digunakan oleh perusahaan sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya.

Media Sosial adalah sarana dan prasarana atau saluran komunikasi interaksi

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.

sosial media yang tersedia di media “Internet”. Sosial Media atau dalam Bahasa Indonesia disebut media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah (Rahadi, 2017).

Menurut Keller (2016: 34) mengungkapkan bahwa “media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa. Menciptakan konten kreatif untuk menarik konsumen pada bidang pemasaran online sungguhlah penting, beragam macam merek berlomba lomba bersaing untuk menciptakan konten kreatif yang menarik. Kandungan di dalam konten yang disajikan itu sangatlah penting, karena dalam bidang pemasaran online arti dari konten adalah informasi yang dapat disampaikan melalui media atau produk elektronik pesan untuk audiens (Putri dan Paramitha 2021: 86) Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital.

Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan, dan laporan. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Janner, 2010). Menurut Cambridge Dictionary dalam (Mahmudah, 2020) salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku” (*the articles or parts contained in a magazine or book*). Dalam Business Dictionary, konten memiliki arti:

- a. Teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apa pun. Konten adalah informasi dan komunikasi: jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan, dan cara penyajiannya.
- b. Esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami

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.

atau diterima oleh audiens yang dituju.

- c. Lem ‘yang membuat situs web’ lengket ‘membuat pengunjung kembali, dan membuat mereka tidak pergi.

Indikator Konten Media Sosial dalam Instagram Menurut(Kingsnorth, 2016)

merumuskan terdapat 7 indikator dari konten, konten yang bagus dan hebat harus memiliki semua hal berikut:

1. Credible (Kredibel)

Salah satu cara pasti untuk mematikan audiens adalah dengan menyajikan konten yang kurang kredibel. Singkatnya, mereka harus mempercayainya. Kredibilitas yang di tunjukkan melalui profil serta memasukan sejumlah fakta sehingga dapat meyakinkan konten tersebut autentik.

2. Shareable (Dibagikan)

Konten yang bagus dan hebat hanya menjadi hebat jika banyak yang mengkonsumsi konten tersebut, atau lebih tepatnya jika banyak dan mudah untuk dibagikan kepada orang lain.

3. Useful or fun (Berguna dan Menyenangkan)

Konten yang bermanfaat atau menyenangkan akan sangat berpengaruh bagi para target konsumen

4. Interesting (Menarik)

Bagaimana kita mendefinisikan suatu konten itu menarikatau tidak?

Karena hal itu cukup subjektif, ukuran yangbaik adalah apakah ketika konten tersebut cukup menarik untuk menjadi luar biasa, yaitu layak

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.

untuk dikomentari.

5. Relevant (Kerterkaitan)

Relevansi mungkin merupakan pilar konten yang paling penting. Karena kita tidak akan dapat mulai membuat konten sampai kita benar benar memahami dan memiliki keterkaitan dengan konsumen.

6. Different (Berbeda)

Konten yang bagus itu harus berbeda. Dengan memikirkan ide yang bagus serta unik itu yang akan menjadikan konten menampilkan sesuatu yang berbeda.

7. On Brand (Melekat Pada Merek)

Untuk menghasilkan konten yang banyak disenangi, salah satunya juga harus terdapat sebuah merek yang melekat dibenak para konsumen.

2.2.3 Teori New Media

Teori media baru adalah teori sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat World Wide Web (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif. Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari Penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.(Feroza, 2020)

New Media adalah media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif , berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet (Mondry, 2008). New Media (media online) yang diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital (Martin, 2009)

Menurut Everett M. Rogers dalam (Muthia, 2024)terbagi media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan(Nainggolan, 2018).

Menurut R Cahyo Prabowo dalam (Parsaorantua, 2017)mengenai media baru adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui jaringan internet serta informasinya selalu terbaru dan kilat serta lebih efisien ringkas memberikan

informasi kepada masyarakat/ khalayak umum. Media baru atau New Media sangat berbeda dengan media konvensional seperti radio, televisi, media cetak, media massa dan lain – lain.

2.2.4 Pengertian Promosi

Dalam (Ardhi, 2013) Promosi adalah proses mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang suatu perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial. Tidak peduli seberapa berbakatnya seseorang atau betapa pun unggulnya sebuah produk, kesuksesan tidak akan pernah diperoleh tanpa penguasaan ketrampilan komunikasi. Sedangkan tujuan promosi yaitu untuk membantu tercapainya tujuan pemasaran dan tujuan perusahaan secara lebih luas. Perusahaan dapat mendasarkan program-program promosinya pada satu atau lebih tujuan berikut:

1. Memberikan informasi.
2. Meningkatkan penjualan.
3. Menstabilkan penjualan.
4. Memposisikan produk.
5. Membentuk citra produk.

Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Thoyyibah, 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.

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

Promosi merupakan rangkaian usaha dari pemilik brand atau merek untuk menginformasikan mengenai produk atau jasa yang dimiliki kepada target pasar serta mengajak orang untuk menggunakan barang jasa yang ditawarkannya. Dalam promosi, terdapat media-media yang dapat digunakan diantaranya media cetak konvensional (*leaflet, flyer, brosur, booklet, co-card, stiker*), media luar ruangan (*poster, spanduk, billboard, banner, umbul-umbul*), media online (*website, media sosial, web banner*), dan merchandise seperti yang dijelaskan dalam buku Merancang Media Promosi Unik dan Menarik Melalui promosi wisata Kabupaten Rembang yang gencar dan sistematis berdasarkan brand yang dibuat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat (Morrisan., 2010).

Promosi merupakan salah satu kegiatan dalam bentuk pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan. Promosi melalui jejaring social Instagram mulai bermunculan seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Hal ini menyebabkan iklan media social mulai banyak dilakukan oleh masyarakat baik secara individu maupun melalui kelompok dalam komunitas atau yang dikenal dengan komunitas virtual. Misalnya dengan menggunakan jejaring social Instagram, pengguna mengunggah foto-foto wisata dan kemudian unggahan tersebut menjadi viral di jejaring social pengguna dengan berbagai komentar dari pengguna lainnya. Pengguna lain yang melihat foto yang diunggah kemudian mencari informasi, dan jika mereka tertarik, mereka akhirnya akan mencoba mengakses tempat yang sama dimana foto yang diunggah itu dibagikan (Swastha, 2002).

Menurut Fandi Tjiptono dalam (Aaker, 1997), tujuan utama promosi adalah

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.

menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Menginformasikan (informing), dapat berupa:

- 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produ baru,
- 2) Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk,
- 3) Menyampaikan perubahan harga kepada pasar,
- 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk,
- 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan,
- 6) Meluruskan kesan yang keliru,
- 7) Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli,
- 8) Membangun citra perusahaan.

b. Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk:

- 1) Membentuk pilihan merek,
- 2) Mengalihkan pilihan merek tertentu,
- 3) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk,
- 4) Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga,
- 5) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga (salesman).

c. Mengingat (reminding), dapat terdiri atas:

- 1) mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat,
- 2) mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan

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) membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
- 4) menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Menelaah pemikiran-pemikiran diatas, maka dapat disimpulkan betapa pentingnya kegiatan promosi, karena kegiatan promosi merupakan suatu proses memperkenalkan keberadaan, karakteristik, dan keunggulan dari produk perusahaan, sehingga menimbulkan minat calon konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan, yang merupakan tujuan utama dari tindakan promosi. Promosi memiliki tujuan yang lebih luas. Tujuan-tujuan jangka panjang kegiatan promosi tersebut tidak atau belum akan secara langsung dan dalam jangka waktu singkat menampakkan hasil. Apabila program promosi jangka panjang dapat berhasil maka hasilnya akan lebih baik.

2.2.4 Pengertian Pariwisata

Secara etomologi istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap, dan “wisata” yang berarti perjalanan, bepergian. Secara umum pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk rekreasi atau liburan ke suatu tempat yang memiliki potensi dan dapat dinikmati. Menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009, pasal 1 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Ada beberapa pendapat ahli tentang pengertian pariwisata seperti:

Menurut (Sinaga, 2010), Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat

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.

ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata.

Sedangkan menurut (Meyers, 2009), Pariwisata ialah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan-tujuan lainnya

Sementara itu (Suwantoro, 2002), menegaskan bahwa pariwisata didefinisikan sebagai bentuk. Suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ke tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

Setelah membahas apa yang dimaksud dengan pariwisata dan orang yang melakukan perjalanan wisata, perlu adanya uraian bagaimana suatu destinasi dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Untuk dapat memberikan kenyamanan suatu destinasi harus terus dikelola dan dikembangkan. Di bawah ini beberapa teori yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata dan objek wisata, termasuk juga syarat objek wisata yang dapat dikembangkan.

Objek wisata atau lebih dikenal sebagai tujuan wisata pada dasarnya merupakan suatu daerah geografis yang berkedudukan pada satu atau lebih wilayah administrative yang didalamnya ada atraksi wisata, fasilitas umum, aksesibilitas serta masyarakat yang saling tergantung dalam menyempurnakan tujuan kepariwisataan (Muljadi, 2009).

Statistik Islamik University of Suqan Syar Kasim Riau

- kas
ter
me
tan
per

par
sal
yar
ma

- Statistik Islamik University of Suqan Syar Kasim Riau

menjadilebih berguna.

4. Penciptaan lapangan kerja bukan hanya terbatas dikota tapi juga meluas kepedesaan Hal itu bisa timbul karena sifat pariwisata yang fleksibel, maksudnya satu bentuk usaha yang bukan hanya bisa dilaksanakan di wilayah perkotaan tapi juga wilayah pedesaan terutama di desa yang telah memiliki potensi wisata dan dijadikannya sebuah desa wisata. Hal itu akan mendukung persebaran lapangan pekerjaan dan konsentrasi penduduk kewilayah lain(Dita, 2009).

2.2.5 Sumatra Barat

Sumatra barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatra dengan ibu kota Padang. Provinsi Sumatera Barat terletak sepanjang pesisir barat Sumatra bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, provinsi dengan wilayah seluas 42.012,89 km² ini berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Sumatera Barat adalah rumah bagi etnis Minangkabau dan Mentawai, walaupun wilayah adat Minangkabau sendiri lebih luas dari wilayah administratif Provinsi Sumatera Barat saat ini. Pada akhir tahun 2023, provinsi ini memiliki penduduk sebanyak 5.750.326 jiwa, dengan mayoritas beragama Islam. Sumatera Barat terdiri dari 12 kabupaten dan 7 kota dengan pembagian wilayah administratif sesudah kecamatan di seluruh kabupaten (kecuali Kabupaten Kepulauan Mentawai) dinamakan sebagai nagari.

Sumatera Barat terletak di pesisir barat di bagian tengah pulau Sumatra yang terdiri dari dataran rendah di pantai barat dan dataran tinggi vulkanik yang dibentuk oleh Bukit Barisan. Provinsi ini memiliki daratan seluas 42.297,30 km² yang setara dengan 2,17% luas Indonesia. Dari luas tersebut, lebih dari 45,17% merupakan

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.

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

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

kawasan yang masih ditutupi hutan lindung. Garis pantai provinsi ini seluruhnya bersentuhan dengan Samudra Hindia sepanjang 2.420.357 km dengan luas perairan laut 186.580 km². Kepulauan Mentawai yang terletak di Samudra Hindia termasuk dalam provinsi ini.(Hashiddiqi, 2023)

Seperti daerah lainnya di Indonesia, iklim Sumatera Barat secara umum bersifat tropis dengan suhu udara yang cukup tinggi, yaitu antara 22,6 °C sampai 31,5 °C. Provinsi ini juga dilalui oleh Garis khatulistiwa, tepatnya di Bonjol, Pasaman. Di provinsi ini berhulu sejumlah sungai besar yang bermuara ke pantai timur Sumatra seperti Batang Hari, Siak, Inderagiri (disebut sebagai Batang Kuantan di bagian hulunya), dan Kampar. Sementara sungai-sungai yang bermuara ke pesisir barat adalah Batang Anai, Batang Arau, dan Batang Tarusan.

Terdapat 29 gunung yang tersebar di 7 kabupaten dan kota di Sumatera Barat, dengan Gunung Kerinci di kabupaten Solok Selatan sebagai gunung tertinggi, yang mencapai ketinggian 3.085 m. Selain Gunung Kerinci, Sumatera Barat juga memiliki gunung aktif lainnya, seperti Gunung Marapi, Gunung Tandikat, dan Gunung Talang. Selain gunung, Sumatera Barat juga memiliki banyak danau. Danau terluas adalah Singkarak di kabupaten Solok dan kabupaten Tanah Datar, disusul Maninjau di kabupaten Agam. Dengan luas mencapai 130,1 km², Singkarak juga menjadi danau terluas kedua di Sumatra dan kesebelas di Indonesia. Danau lainnya terdapat di kabupaten Solok yaitu Danau Talang dan Danau Kembar (dikelompokkan dari Danau Di atas dan Danau Dibawah).(Endriko, 2023)

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah rawan gempa di Indonesia. Hal ini disebabkan karena letaknya yang berada pada jalur patahan Semangko, tepat 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.

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

antara pertemuan dua lempeng benua besar, yaitu Eurasia dan Indo-Australia. Oleh karenanya, wilayah ini sering mengalami gempa bumi. Gempa bumi besar yang terjadi akhir-akhir ini di Sumatera Barat di antaranya adalah Gempa bumi 30 September 2009 dan Gempa bumi Kepulauan Mentawai 2010.(Karim, 2011)

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya dengan sumber keanekaragaman hayati. Sebagian besar wilayah Sumatera Barat masih terdapat hutan tropis alami dan dilindungi. Berbagai spesies langka masih dapat dijumpai, misalnya *Rafflesia arnoldii* (bunga terbesar di dunia), harimau sumatera, siamang, tapir, rusa, beruang, dan berbagai jenis burung dan kupu-kupu.

Terdapat dua Taman Nasional di provinsi ini, yaitu Taman Nasional Siberut yang terdapat di pulau Siberut (Kabupaten Kepulauan Mentawai) dan Taman Nasional Kerinci Seblat. Taman nasional terakhir ini wilayahnya membentang di empat provinsi: Sumatera Barat, Jambi, Bengkulu, dan Sumatera Selatan.

Selain kedua Taman Nasional tersebut terdapat juga beberapa cagar alam lainnya, yaitu Cagar Alam Rimbo Panti, Cagar Alam Lembah Anai, Cagar Alam Batang Palupuh, Cagar Alam Air Putih di daerah Kelok Sembilan, Cagar Alam Lembah Harau, Cagar Alam Beringin Sakti dan Taman Raya Bung Hatta.

Sumber daya alam yang ada di Sumatera Barat adalah berupa batubara, batu besi, batu galena, timah hitam, seng, mangan, emas, batu kapur (semen), kelapa sawit, kakao, gambir dan hasil perikanan(Simarmata, 2020).

Perairan pantai barat dan Kepulauan Mentawai memiliki banyak kehidupan laut yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Nelayan dapat menangkap beragam jenis ikan di kawasan ini. Ikan kerapu, udang, rumput laut, kepiting, dan mutiara

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.

merupakan beberapa hasil perikanan laut andalan. Daerah pesisir pantai, terutama kawasan kepulauan, menghasilkan banyak kepala. Di daerah perbukitan dan pegunungan terdapat perkebunan karet, cengkih, dan lada. Kawasan pegunungan yang ditutupi hutan menghasilkan kayu. Medan yang berat karena banyaknya lereng perbukitan yang curam merupakan tantangan utama pengembangan sektor pertanian dan perkebunan di daerah ini.

Bahan galian juga banyak terdapat di daerah ini. Salah satu yang telah banyak memberi manfaat bagi daerah ini adalah batuan kapur sebagai bahan dasar industri semen. PT Semen Padang telah memanfaatkan kekayaan alam ini selama puluhan tahun. Batu kapur banyak terdapat di sekitar Padang, daerah sekitar Danau Singkarak, dan Padangpanjang. Di Padangpanjang, deposit batu kapur yang dapat dieksploitasi mencapai 43 juta ton. Bahan galian lainnya adalah batu bara di Sawahlunto serta obsidian dan batu andesit di Padang Pariaman. Sumber air yang melimpah juga telah banyak memberi manfaat bagi pembangunan daerah ini. Perairan danau Singkarak dan Maninjau telah lama dimanfaatkan sebagai pembangkit listrik tenaga air. Sumber air ini juga memiliki potensi besar untuk diolah dan dikemas menjadi air mineral (Amran, 2023).

Provinsi Sumatera Barat dipimpin oleh seorang gubernur yang dipilih dalam pemilihan secara langsung bersama dengan wakilnya untuk masa jabatan 5 tahun. Gubernur selain sebagai pemerintah daerah juga berperan sebagai perwakilan atau perpanjangan tangan pemerintah pusat di wilayah provinsi yang kewenangannya diatur dalam Undang-undang nomor 32 Tahun 2004 dan Peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2010. Sementara hubungan pemerintah provinsi dengan

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.

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

pemerintah kabupaten dan kota bukanlah sub-ordinat, masing-masing pemerintahan daerah tersebut mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan.

Sampai tahun 1979 satuan pemerintahan terkecil di Sumatera Barat adalah nagari, yang sudah ada sebelum kemerdekaan Indonesia. Dengan diberlakukannya Undang-undang nomor 5 tahun 1979 tentang pemerintahan desa, status nagari dihilangkan diganti dengan desa, dan beberapa jorong ditingkatkan statusnya menjadi desa. Kedudukan wali nagari juga dihapus dan administrasi pemerintahan dijalankan oleh para kepala desa. Namun sejak bergulirnya reformasi pemerintahan dan otonomi daerah, maka sejak pada tahun 2001, istilah "Nagari" kembali digunakan di provinsi ini.

Budaya politik yang hidup di pemerintahan desa Sumatera Barat semenjak kebijaksanaan penyeragaman (UU No.5 Tahun 1979) diberlakukan adalah budaya politik parokhial. kondisi ini terlihat melalui sistem kekuasaan, sistem pemilihan penguasa, syarat penguasa, dan peranan penguasa di pemerintahan desa. Sistem kekerabatan dalam membangun budaya politik partisipan mulai terjadi pergeseran, dalam hal tingkat kepekaan, bentuk toleransi dalam kekerabatan, dan peranan senioritas dalam kekerabatan. Artinya berkurangnya kebersamaan dalam sistem kekuasaan kekerabatan.

Pemerintahan nagari merupakan suatu struktur pemerintahan yang otonom, punya teritorial yang jelas dan menganut adat sebagai pengatur tata kehidupan anggotanya, sistem ini kemudian disesuaikan dengan konstitusi yang berlaku di Indonesia, sekarang pemerintah provinsi Sumatera Barat menetapkan pemerintah

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.

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

nagari sebagai pengelola otonomi daerah terendah untuk daerah kabupaten menggantikan istilah pemerintah desa yang digunakan sebelumnya. Sedangkan untuk nagari yang berada pada sistem pemerintahan kota masih sebagai lembaga adat belum menjadi bagian dari struktur pemerintahan daerah.

Peluang yang terjadi pada pemerintahan desa yaitu munculnya pertumbuhan ekonomi yang bersifat individualistik. Kondisi ini sebagai akibat ketergantungan pada pemerintah pusat, sehingga kurang kemandirian. Kondisi ini dapat memperlemah ketahanan wilayah bidang ekonomi itu sendiri. Namun, sekarang desa-desa Sumatera Barat telah mencoba membangun upaya mempermudah kebijaksanaan politik pemerintah desa atau sejak bertukar kembali menjadi nagari, yaitu mengubah struktur dan proses antarstruktur pemerintahan desa yang dibuat berdasarkan UU No. 5 tahun 1979 itu.

Nagari pada awalnya dipimpin secara bersama oleh para penghulu atau datuk di nagari tersebut, kemudian pada masa pemerintah Hindia Belanda dipilih salah seorang dari para penghulu tersebut untuk menjadi wali nagari. Kemudian dalam menjalankan pemerintahannya, wali nagari dibantu oleh beberapa orang kepala jorong atau wali jorong, namun sekarang dibantu oleh sekretaris nagari (setnag) dan beberapa pegawai negeri sipil (PNS) bergantung dengan kebutuhan masing-masing nagari. Wali nagari ini dipilih oleh anak nagari (penduduk nagari) secara demokratis dalam pemilihan langsung untuk 6 tahun masa jabatan.

Dalam sebuah nagari dibentuk Kerapatan Adat Nagari, yakni lembaga yang beranggotakan Tungku Tigo Sajaringan. Tungku Tigo Sajaringan merupakan perwakilan anak nagari yang terdiri dari Alim Ulama, Cadiak Pandai (kaum

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.

intelektual) dan Niniak Mamak para pemimpin suku dalam suatu nagari, sama dengan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dalam sistem administrasi desa. Keputusan keputusan penting yang akan diambil selalu dimusyawarahkan antara wali nagari dan Tungku Tigo Sajaringan di Balai Adat atau Balairung Sari Nagari.

Secara bertahap perekonomian Sumatera Barat mulai bergerak positif setelah mengalami tekanan akibat dampak gempa bumi tahun 2009 yang melanda kawasan tersebut. Dampak bencana ini terlihat pada triwulan IV-2009, di mana pertumbuhan ekonomi hanya mencapai 0,90%. Namun kini perekonomian Sumatera Barat telah membaik, dengan tingkat pertumbuhan di atas rata-rata nasional. Pada tahun 2012 ekonomi Sumatera Barat tumbuh sebesar 6,35%, lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 6,25%. Dan pada triwulan I-2013 perekonomian Sumatera Barat telah tumbuh mencapai 7,3%. Tingginya pertumbuhan ekonomi Sumatera Barat dalam tiga tahun terakhir, telah menurunkan tingkat kemiskinan di provinsi ini dari 8,99% (2011) menjadi 8% (2012). Untuk Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB), pada tahun 2012 provinsi ini memiliki PDRB mencapai Rp 110,104 triliun, dengan PDRB per kapita sebesar Rp 22,41 juta.(BPS, 2023)

2.2.6 Akun @Minanglipp

Akun minanglip ini adalah akun yang bersifat menginformasikan hal-hal yang terjadi Kawasan Sumatra Barat, pengelolaan akun ini ada di kota Padang. Akun minanglipp ini dibuat oleh perorangan tentunya orang Sumatra barat dan bukan akun pemerintah, akun dikelola dan dibesarkan oleh creator. Akun minanglipp ini sudah menjadi akun besar digunakan untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Sumatra barat, dengan konsep kekinian dan mengikuti tren zaman. Dalam

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.

pengelolaan dan konten akun minglipp mempunyai tim creator, akun minanglipp tidak hanya beroperasi di Instagram, minanglipp juga mempunyai akun youtube.

Akun minanglipp bertujuan untuk memperkenalkan budaya Minangkabau dari mulai, tarian, makanan, adat istiadat dan juga pariwisata Sumatra barat dengan beraneka ragam budaya nya sehingga budaya minang dapat kenali diseluruh Indonesia ataupun mancanegara. Akun minanglipp tidak hanya memberikan informasi, video dan gambar tentang pariwisata saja, tapi disini minanglipp juga membuka endors atau sering disebut sebagai promosi Bisnis kuliner yang ada di Sumatra barat, yang mana hal ini tentunya memberikan referensi makanan untuk orang Sumatra barat saja melainkan wisatawan yang sedang berwisata.

Dengan adanya akun minanglipp ini tentunya sangat membantu bagi wisatawan yang hendak berwisata ke tanah minang kabau, dengan berbagai referensi tempat liburan, petualangan dan lainnya. Dan tentunya akun ini juga membantu mempromosikan makan bagi pengusaha kuliner Sumatra barat.

2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional yang akan digunakan dalam penulisan penelitian ini guna mempermudah dalam penegasan teori judul skripsi analisis konten Instagram pada akun @minanglipp dalam promosi pariwisata di Kota Padang sebagai berikut:

Instagram adalah aplikasi berbagai foto media sosial yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya di berbagai layanannya media sosial termasuk Instagram.

Promosi merupakan rangkaian usaha dari pemilik brand atau merek untuk

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.

menginformasikan mengenai produk atau jasa yang dimiliki kepada target pasar serta mengajak orang untuk menggunakan barang jasa yang ditawarkannya.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata

@Minanglipp adalah media digital atau akun publik untuk dunsanak yang punya jiwa Muda dan Kreatif. Untuk saat ini, MinangLipp ada program Ruang Raso, Ota Preman, Pangadu Pangadak, Minang Mendunia.

5. Sumatra barat adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatra dengan ibu kota Padang

2.4 Kerangka Berpikir

Kerangka Berpikir merupakan suatu dasar penelitian yang merupakan cakupan penggabungan antara teori observasi fakta serta kajian pustaka untuk melakukan penelitian ini oleh karena itu kerangka berpikir dibuat memaparkan konsep penelitian.

**Penggunaan akun Instagram @Minanglipp Dalam
Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat**

Studi Kasus: Program Ote Tampek



New Media(Mondry, 2008)

1. berbasis teknologi
2. bersifat fleksibel serta interaktif
3. berfungsi secara publik maupun privat
4. menggunakan internet

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.



Konsep Indikator dalam Teori Konten Instagram Menurut
(Kingsnorth, 2016) yaitu:

1. Kredibilitas yang ditunjukkan melalui profil.
2. Konten yang mudah untuk dibagikan kepada orang lain
3. Berguna dan menyenangkan bagi target audiens
4. Menarik
5. Memiliki keterkaitan dengan audiens
6. Menampilkan sesuatu yang berbeda
7. Serta terdapat sebuah merek yang melekat



Tercapainya Konten Instagram Yang
Berkualitas Dan Menarik
Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatera
Barat

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menemukan fakta dan menginterpretasikan tentang “analisis Konten Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata)?

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini penelitian ini dilakukan di kota padang dan konten Minanglipp, waktu penelitian dilakukan dimilai oktober 2023 sampai juni 2024 aktu ini dilakukan dari mulai penelitian awal hingga akhir, untuk menunjang kebutuhan data. pengumpulan data dan penyelesaian penelitian.

Objek penelitian ini yaitu Konten Instagram Pada Akun @Minanglipp Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Sumatra Barat (studi kasus: ota tampek wisata) penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan tentang promosi pariwisata pada studi kasus: ota tampek Instagram @minanglipp.

Penulis tertarik dengan pariwisata yang ada di Sumatera Barat salah satu objek wisata yang sangat menarik di Indonesia dengan konten-konten yang menarik pariwisata di Sumatra Barat diharapkan semakin meningkat setiap tahunnya.

3.3 Jenis Penelitian

Jenis penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan fenomena atau

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.

kenyataan yang ada, baik bersifat alami maupun rekayasa manusia. Penelitian ini lebih memperhatikan mengenai kualitas, karakteristik, dan keterkaitan antar kegiatan (Ramdhan, 2021). Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi. Penelitian ini juga mengungkapkan sikap, pertentangan, hubungan serta pandangan yang terjadi pada sebuah lingkup responden (Roosinda, 2021).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu data yang dideskripsikan yang merupakan data kualitatif yang latarnya sebagai keutuhan yang diadakan manusia sebagai alat penelitian nah menurut arikunto penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami. Pada penelitian ini peneliti hanya mendeskripsikan menganalisis konten-konten Instagram yang dibuat oleh akun @minanglip metode ini sangat cocok digunakan untuk menganalisis penelitian penulis.

3.4 Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Menurut Husein Umar data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. data primer adalah Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber

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.

(Umar, 2013)

2. Data Sekunder

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supomo data sekunder adalah Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Contoh data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan berupa absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya (Sutinah, 2006).

INFORMAN PENELITIAN

Nama Informan	jumlah	keterangan
Rico Saptahadi	10 orang	1. Pendiri akun
Ahmad Hafizd		2. CEO PT WITBOX
Fajar mahdi ramadhan		3. Manager program
Mujib amar hakim		ota Tampek wisata
Masyarakat		4. Creator / staff
a. Havis		5. Masyarakat
b. Heru		
c. Diana		
d. Rian		
e. Rudi		

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada tahapan ini agar data yang diperoleh valid dan bisa dipertanggung jawabkan dengan memperoleh melalui:

Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan dan penyimpanan informasi terkait penelitian ini, dengan berupa Pengumpulan data yang digunakan 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.

dengan dokumentasi. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya (Arikunto, 2012). Pengumpulan data dengan menggunakan teknik Dokumentasi yaitu kumpulan dan melihat bahan-bahan penelitian melalui Instagram @minanglip secara lengkap guna mempermudah dalam penganalisisan penelitian ini.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara dilakukan secara, individu atau kelompok dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber penelitian yang nanti nya akan menjadi sumber informasi peneliti dalam penyelesaian penelitian (Semiawan, 2010)

3.6 Validitas data

Peneliti dalam melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia. Disini peneliti jawaban subjek di cross check dengan dokumen yang mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara (Bachri, 2010).

Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada., triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono, 2018). Penelitian ini tepat untuk menguji keabsahan data yang diperoleh peneliti dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik

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.

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 Saifuddin Kasim Riau

wawancara dan dokumentasi. hasil wawancara yang diperoleh mengenai penggunaan akun instagram minanglipp dalam mempermosikakan pariwisata sumatra barat pada program ota tampek wisata, dan kemudian dicek kembali dengan dokumentasi, sehingga hasil dari keduanya dengan hasil yang sama dan di anggap benar berdasarkan sumber-sumber pendukung pada penelitian ini .

3.7 Teknik Anlisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

1. Reduksi Data.

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Penyajian Data (Data Display).

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan.

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Gambaran umum lokasi penelitian

1. Akun @Minanglipp

Akun minanglipp ini adalah akun yang bersifat menginformasikan hal-hal yang terjadi Kawasan Sumatra Barat, pengelolaan akun ini ada di kota Padang. Akun minanglipp ini dibuat oleh perorangan tentunya orang Sumatra Barat dan bukan akun pemerintah, akun dikelola dan dibesarkan oleh creator. Akun minanglipp ini sudah menjadi akun besar digunakan untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Sumatra Barat, dengan konsep kekinian dan mengikuti tren zaman. Dalam pengelolaan dan konten akun minanglipp mempunyai tim creator, akun minanglipp tidak hanya beroperasi di Instagram, minanglipp juga mempunyai akun YouTube.

Akun minanglipp bertujuan untuk memperkenalkan budaya Minangkabau dari mulai, tarian, makanan, adat istiadat dan juga pariwisata Sumatra Barat dengan beraneka ragam budaya nya sehingga budaya minang dapat kenali diseluruh Indonesia ataupun mancanegara. Akun minanglipp tidak hanya memberikan informasi, video dan gambar tentang pariwisata saja, tapi disini minanglipp juga membuka endorse atau sering disebut sebagai promosi Bisnis kuliner yang ada di Sumatra Barat, yang mana hal ini tentunya memberikan referensi makanan untuk orang Sumatra Barat saja melainkan wisatawan yang sedang berwisata.

Dengan adanya akun minanglipp ini tentunya sangat membantu bagi wisatawan yang hendak berwisata ke tanah Minangkabau, dengan berbagai referensi tempat liburan, petualangan dan lainnya. Tentunya akun ini juga membantu

mempromosikan makan bagi pengusaha kuliner Sumatra barat.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Minanglipp juga akun media sosial yang bergerak di bidang hiburan bertemakan minangkabau berbasis instagram yang pertama di Sumatera Barat sejak tahun 2015. Akun isntagram @minanglipp ini merupakan akun media sosial dengan tujuan dan fungsi sebagai sarana media informasi dan promosi, maka dengan ini akun minanglipp ini salah satu akun informasi dan promosi berbagai hal seputar pariwisata sumatra barat sekitar.

Ota tampek wisata adalah salah satu program minanglipp yang mempromosikan pariwisata di Sumatra Barat, mulai dari wisata alam, wisata kuliner, dan wisata religi. Akun minanglipp ini sudah melekat dimasyarakat memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga akun minanglipp ini terus berproses dan produksi setiap hari nya memberikan informasi aktual dan terpercaya untuk kalangan wisatawan lokal mau pun mancanegara. konten ota tampek wisata diterima baik di masyarakat atau pun wisatawan.

Minanglipp telah merangkum dan mengemas konten wisata ota tampek ini sedemikian rupa sehingga dapat diterima baik konten-konten ota tampek wisata Minanglipp ini. Konten ota tampek wisata Minanglipp ini pastinya sangat berguna bagi para audiens, karna akun Minanglipp sendiri telah dipercaya di hampir seluruh masyarakat Minangkabau. informasi, gambar dan vidio menarik yang di kemas sehingga ota tampek menyenangkan audiens yang melihat atau pun audiens yang sedang mencari informasi. Konten ota tampek minanglipp ini menarik dengan

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.

pembawaan konten kreator yang asik serta membawa penonton dalam ajakan ke tempat tersebut.

Program ota tampek ini sangat terkait dengan wisatawan yang hendak berwisata ke Ssumtra Barat sekitarnya sebagai referensi tempat wisata yang di percaya untuk kalangan masyarakat minangkabau atau pun wisatawan luar. sebagai referensi tempat wisata yang di percaya untuk kalangan masyarakat minangkabau atau pun wisatawan luar. Merk yang melekat pada konten ota tampek wisata ini adalah “OTA TAMPEK WISATA WAKTUNYA PUTA-PUTA” audiens akan langsung mengetahuinya jika nampak slogan ini pasti sudah pasti ini postingan dari minanglipp.

faktor penghambat yang dialami oleh konten kreator dalam membuat ota tampek wisata sebagai konten pariwisata yang ada di Sumatra barat sekira

1. Mengemas konten konten minanglipp agar audience paham karena rata rata konten konten di minanglipp adalah berbahasa minang, maka proses produksi harus dikemas semenarik mungkin agar audience paham dengan konten konten yang disuguhkan oleh minanglipp
2. Kesulitannya di keterbatasan produk wisata atau kuliner minangkabau, yg mana jika kita sudah mereview hampir semua kuliner dan wisata, otomatis kita mengulang review tempat wisata/kuliner yg pernah kita kunjungi dengan membangun narasi yang berbeda agar menarik
3. Ada beberapa daerah Sumatra barat yang masih kentak dengan adat istiadat yang masyarakatnya tidak ingin di explore terlalu dalam mengenai budaya mereka

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. Ada beberapa wisata yang telah di nilai masyarakat sebagai tempat yang tidak recommended untuk dikunjungi dikarenakan masih banyaknya oknum oknum pemalakan disekitaran wisata tersebut contoh nya wisata pantai padang yang masih terkenal dengan kasus kasus pemalakan yang terjadi ditempat tersebut, oleh karena itu minanglipp sebagai media promosi pariwisata mendapatkan tanggapan yang tidak bagus di kolom komentar oleh followers followers nya.
5. Dan banyak hal yang tak terduga contohnya ketika kita sampai di salah satu tempat wisata tetapi cuaca tidak mendukung.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan pada Akun minanglipp ini maka saran peneliti yaitu, perlunya kerjasama lebih antara minanglipp dengan pemerintah setempat yang berhubungan dengan wisata Sumatra Barat agar Wisata-wisata yang ada di Sumatra Barat dapat ter explore dengan luas tidak hanya pada wisatawan lokal tapi wisatawan manca negara. Perlunya peningkatan kualitas tim atau juga menambahkan tim dari program ota tampek sehingga konten yang di hasil kan jauh lebih baik. Saran untuk masyarakat Sumatra Barat agar dapat bekerjasama dalam menjaga wisata-wisata yang ada di Sumatra Barat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1997). *Manajemen Ekuitas Merk*. Jakarta: Spektrum h. 248.
- Amran, R. (2023, 04 22). Potensi Sektor Kelautan dan Perikanan Sumatera Barat. *Dinas Kelautan dan Perikanan Sumatera Barat. Diarsipkan dari versi asli*.
- Ardhi, Y. (2013). *Merancang Media Promosi yang Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Atmoko, D. (2018). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Teknologi pendidikan* , 10.1: 46-62.
- BPS, B. P. (2023, 02 10). sumbar.bps.go.id.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Dita, P. D. (2009). *Pengantar Ilmu Kepariwisata* . Yogyakarta: CV Andi Offset 186–190.
- Endriko, F. (2023). *DETERMINAN PENYAKIT MALARIA DI SUMATERA BARAT DENGAN PENDEKATAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS TAHUN 2018-2022*. Diss. JIK-OCTOBER 7 NOMOR 2 TAHUN 2023.
- Feroza, C. S. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14.1: 32-41.
- Hashiddiqi, W. A. (2023). Penetapan Dan Penegasan Batas Desa Dengan Metode Kartometrik. *Jurnal Teknik, Komputer, Agroteknologi Dan Sains*, 2.1:18-27.
- Janner, S. (2010). *Rekayasa web*. Penerbit Andi.
- Karim, S. (2011). *Geografi Sumatera Barat dan Bencana Alam Gempa Bumi*.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Strategy*. Philadelphia: Kogan Page Limited.
- Kotler, P. K. (2010). *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America:: Pearson.

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.

- Kurniawati, W. D. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* , 8.5: 127-143.
- Mahmudah, S. M. (2020). Pengelolaan konten media sosial korporat pada instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2.1: 1-9.
- Martin, C. G. (2009). *Digital Cultures*. New York: Open University Press.
- Mattern, J. (2016). *Instagram*. ABDO.
- Meyers, K. (2009). *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Morrison. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muljadi. (2009). *Kepariwisata Dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyanto, A. (2009). *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muthia, C. H. (2024). Computer Mediated Communication Pada Content Creator Mageriin. id Dalam Menyampaikan Dakwah Pada Aplikasi Tiktok. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5.1: 171-184.
- Nainggolan, V. S. (2018). Peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial antar mahasiswa fakultas ilmu sosial dan politik UNSRAT Manado. *ACTA Diurna Komunikasi*, 7.4.
- Nugraha, Y. E. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ pantailimansemau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Managenet*, vol 4 No 1.
- Nugraha, Y. E. (2021). Upaya Promosi Pariwisata Pantai Liman Dengan Pemanfaatan Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun Instagram@ pantailimansemau). *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Managemen*, vol 4 No.1.
- Nurrahman, R. (2019). Efektivitas Media Sosial Instagram@ Visitbengkulu Sebagai Media Promosi Pariwisata Provinsi Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 3.1: 24-35.

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.
- Nurrahman, R. (2019). Efektivitas Media Sosial Instagram@Visitbengkulu Sebagai Media Promosi Pariwisata Provinsi Bengkulu. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 3.1: 24-35.
- Parsaorantua, P. H. (2017). Implementasi teknologi informasi dan komunikasi (studi tentang web e-government di kominfo kota manado). *Acta Diurna Komunikasi* , 6.3.
- Pradhana, T. A. (2019). Self-presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Surabaya*.
- Pratiwi, A. &. (2020). Instagram Sebagai Media Promosi Festival Pariwisata Kota Bogor (Studi Etnografi Virtual Pada Akun@ Cgmbogor_Fest). *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 117-145.
- Pritama, A. D. (2020). Pelatihan Produksi Video untuk Konten Promosi Online di Industri Kecil Menengan (IKM) Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 2.1.
- Putri, R. E. (2017). Pengembangan wisata kota Padang sebagai destinasi wisata kota di Sumatera Barat. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi* , 3.1.
- Putri, R. E. (2017). Pengembangan wisata kota Padang sebagai destinasi wisata kota di Sumatera Barat. *Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi* , 3.1 .
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Riswari, C. R. (2020). Pemanfaatan Instagram oleh akun@ Jelajahblitar dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah. *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1-9.
- Roosinda, F. W. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Zahir Publishing.
- Saputra, A. E. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Motivasi Kunjungan Wisata Ke Pulau Sirandah Padang. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 10.1 20-28.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Simarmata, R. J. (2020). Perancangan Sistem Informasi Kebudayaan Suku Padang Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8.3 .

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.

Sinaga, S. (2010). *Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah*. Medan: Tugas Akhir Program DIII Pariwisata Universitas Sumatera Utara.

Sofia, L. A. (2020). Optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi wisata pantai asmara. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary*, 5.2 .

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sutinah, B. S. (2006). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.

Suwantoro, G. (2002). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Swastha, B. a. (2002). *Manajemen pemasaran.* . Jakarta: Penerbit Liberty. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan.

Thoyyibah, T. W. (2022). Pelatihan Dan Pemanfaatan Fitur Google Business Untuk Promosi Lokasi Usaha Dan Menaikan Target Pemasaran Produk Umkm Warga Desa Dangdang, Kec. Cisauk Kab. Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intim (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat* , 2.2: 38-45.

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.

Wijayanti, A. (2021). Efektivitas Instagram dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2.1: 26-39.

Artikel

Padang.go.id (Monday, June 12, 2023)

<https://www.minanglipp.com/> (17 April 2022)

LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Staff Atau Konten Kreator Minanglipp

© Hak cipta

Hak Cipta Dilin

1. Dilarang me
- a. Pengutip
- 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.



Wawancara Kepada Masyarakat

© Hak cipta milik

Hak Cipta Dilindungi Undang

1. Dilarang mengutip seba
 - 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.



ity of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Lampiran Program Ota Tampek Wisata



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© H

Hak c

1. Di

a. f

b. Pengu

2. Dilar



ka Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

uh karya tuiis

n pendidikan,

am bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nyebutkan sumber:

n, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.