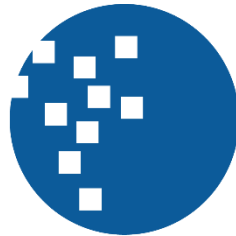


**STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG  
MENOREH DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

**INTAN PERMATA DEWI WINARTO**

**00000046768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG  
MENOREH DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**INTAN PERMATA DEWI WINARTO**

**00000046768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Intan Permata Dewi Winarto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000046768

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

**STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG MENOREH  
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Intan Permata Dewi Winarto)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul  
**STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG MENOREH  
DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

Oleh

Nama : Intan Permata Dewi Winarto

NIM : 00000046768

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

**Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.**

**NIDN 0313088403**

**Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.**

**NIDN 0327066402**

Pembimbing

**Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.**

**NIDN 0308117706**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Permata Dewi Winarto  
NIM : 00000046768  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Strategi Media Sosial Objek Wisata Tumpeng  
Menoreh dalam Menarik Minat Pengunjung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 19 Juni 2024

UMI



(Intan Permata Dewi Winarto)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

### **“STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG MENOREH DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Ibu Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Papa dan Mama saya yang telah membantu memberikan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Bobby Wijaya, Diana Octaviani Winarto, dan Camelia Kusuma Dewi Winarto selaku kakak peneliti yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa selama pengerjaan skripsi

8. Saylli Othamonica Winarto selaku adik peneliti dan Jonathan Wijaya selaku keponakan pertama yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa selama pengerjaan skripsi
9. Dekrita Putri Puspa Wijaya selaku teman perkuliahan yang selalu memberikan dukungan dari awal pengerjaan skripsi sampai dapat menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman CG 71 dan CG 43 yang telah memberikan doa di setiap proses pengerjaan skripsi dan memberikan dukungan serta semangat.
11. Teman-teman di masa perkuliahan yang telah memberikan semangat dan doa selama proses pengerjaan skripsi hingga selesai

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 Juni 2024



(Intan Permata Dewi Winarto)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# STRATEGI MEDIA SOSIAL OBJEK WISATA TUMPENG MENOREH DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG

Intan Permata Dewi Winarto

## ABSTRAK

Pesatnya pariwisata khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan di berbagai daerah, salah satunya daerah Kulon Progo yang memiliki objek wisata di puncak perbukitan menoreh dengan nama Tumpeng Menoreh. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi media sosial objek wisata Tumpeng Menoreh dalam menarik minat pengunjung. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi media sosial yang dianalisis menggunakan konsep Quesenberry (2019) yaitu SMART Objective dan SWOT Analysis, serta konsep Karyanto (2019) yaitu upaya meningkatkan pariwisata dengan pendekatan 3A yaitu aksesibilitas, amenitas, dan atraksi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan metode studi kasus. Data yang didapat dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam semi terstruktur yang kemudian diuji dengan validitas internal dengan metode *pattern matching*. Hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat kekurangan dari konsep yang diterapkan pada penelitian. Tumpeng Menoreh belum menggunakan konsep sepenuhnya pada Instagram @tumpengmenoreh. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kekuatan media sosial Instagram @tumpengmenoreh sangat berpengaruh pada minat pengunjung Tumpeng Menoreh khususnya bagi masyarakat luar Jawa.

**Kata kunci:** Strategi Media Sosial, Wisata Yogyakarta, Minat Pengunjung, Instagram

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



# ***SOCIAL MEDIA STRATEGY TOURISM OBJECT TUMPENG MENOREH IN ATTRACTING VISITOR INTEREST***

Intan Permata Dewi Winarto

## ***ABSTRACT***

*The rapid growth of tourism, especially in the Special Region of Yogyakarta, has increased in various areas, one of which is the Kulon Progo area which has a tourist attraction at the top of the Menoreh hills called Tumpeng Menoreh. This research is aimed at finding out the social media strategy of the Tumpeng Menoreh tourist attraction in attracting visitor interest. The concept used in this research is a social media strategy which is analyzed using the Quesenberry (2019) concept, namely SMART Objective and SWOT Analysis, as well as the Karyanto (2019) concept, namely Efforts to increase tourism with the 3A approach. This research is descriptive qualitative research with a case study method approach. The data obtained was collected using semi-structured in-depth interview techniques which were then tested for internal validity using the pattern matching method. As a result of the research that has been carried out, there are shortcomings in the concepts applied to the research. Tumpeng Menoreh has not fully used the concept on Instagram @tumpengmenoreh. The conclusion of this research is that the power of social media Instagram @tumpengmenoreh has a great influence on the interest of visitors to Tumpeng Menoreh, especially for people outside Java.*

***Keywords:*** *social media strategy, Yogyakarta tourism, Visitor Interest, Instagram*

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Keterbatasan Penelitian	51
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep	17
2.2.1 Social Media Marketing	17
2.2.2 Media Sosial	19

2.2.3	Komunikasi Pariwisata	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Alur Penelitian	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		24
3.1	Paradigma Penelitian	24
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	25
3.3	Metode Penelitian	26
3.4	Key Informan dan Informan (Studi Kasus)	27
3.4.1	Key Informan	27
3.4.2	Informan	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Keabsahan Data	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		34
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	34
4.1.1	Subjek Penelitian	34
4.1.2	Objek Penelitian	36
4.2	Hasil Penelitian	37
4.3	Pembahasan	48
<b>BAB V SIMPULAN</b>		52
5.1	Simpulan	52
5.2	Saran	53
5.2.1	Saran Akademis	53
5.2.2	Saran Praktis	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		54
<b>LAMPIRAN</b>		59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisata Kabupaten Kulon Progo 2022 .....	3
Tabel 2. 2 Tema Utama Artikel Jurnal.....	10
Tabel 3.2 Tema Utama: Media Sosial Instagram.....	11
Tabel 2.4 Tema Utama: Media Sosial Marketing .....	12
Tabel 2.5 Tema Utama: Komunikasi Pariwisata.....	13
Tabel 2.6 Tema Utama: Wisatawan Mancanegara .....	14
Tabel 2.7 Tema Utama: Media dalam Pariwisata .....	14
Tabel 3.1 Paradigma Pospositivism .....	30

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pariwisata DIY 2023 .....	1
Gambar 1.2 Objek Wisata Tumpeng Menoreh .....	3
Gambar 1.3 Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2024 .....	5
Gambar 1.4 Data Pengguna Instagram Februari 2024 .....	6
Gambar 1.5 Akun Resmi Instagram Tumpeng Menoreh .....	7
Gambar 2.1 Pemandangan di Tumpeng Menoreh.....	21
Gambar 2.2 Framework .....	23
Gambar 3.1 Proses Penelitian Studi Kasus .....	26
Gambar 3.2 Struktur Pengelolaan .....	29
Gambar 4.1 Objek Wisata Tumpeng Menoreh .....	35
Gambar 4.2 Akun instagram @tumpengmenoreh .....	37
Gambar 4.3 Contoh Konten A @tumpengmenoreh.....	41
Gambar 4.4 Contoh Konten B @tumpengmenoreh.....	41
Gambar 4.5 Contoh Konten C @tumpengmenoreh.....	42
Gambar 4.6 Contoh Konten D @tumpengmenoreh.....	43
Gambar 4.7 Tampilan Professional Desahboard Instagram.....	44
Gambar 4.8 Tampilan Professional menunjukan Insight.....	45
Gambar 4.9 Fasilitas Inklinator Tumpeng Menoreh.....	47

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	59
Lampiran 2 Guide Wawancara.....	109
Lampiran 3 Formulir Konsultasi Skripsi .....	112
Lampiran 4 Surat Persetujuan Wawancara.....	115
Lampiran 5 Turnitin .....	119
Lampiran 6 Dokumentasi.....	119

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA