

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PANTAI MELASTI
SEBAGAI *BRAND INDENTITY***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

00000041259

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PANTAI MELASTI
SEBAGAI *BRAND IDENTITY***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

00000041259

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041259

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul: **ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PANTAI MELASTI SEBAGAI *BRAND IDENTITY***

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 Oktober 2024



Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PANTAI MELASTI SEBAGAI
*BRAND IDENTITY***

Oleh

Nama : Sang Bagus Putu Acarya Wiyana
NIM : 00000041259
Program Studi : Strategi Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 9 Oktober 2024

Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

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

NIDN : 0313088403

Penguji

Irwan Fakhrudin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN : 0331077503

Pembimbing

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.,

NIDN : 0314128502

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizki Bangun Anugrah, S.Sos.,
M.Si,

NIDN : 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama
NIM : 00000041259
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Analisis Konten Instagram Pantai Melasti
Sebagai *Brand Identity*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 1 Oktober 2024



(Sang Bagus Putu Acarya W.P)

* Pilih salah satu

** 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 tugas akhir ini dengan judul : “Analisis Konten Instagram Pantai Melasti Sebagai *Brand Identity*”, ditulis untuk memenuhi persyaratan meraih gelar Sarjana Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, M.S.i., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizki Bangun Anugrah, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, Bapak Dr Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si. sebagai ketua siding dan Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. sebagai penguji yang memberikan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga dan Gina yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 2 Oktober 2024



Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

ANALISIS KONTEN INSTAGRAM PANTAI MELASTI SEBAGAI *BRAND IDENTITY*

Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis konten Instagram Pantai Melasti sebagai identitas merek, dengan fokus pada bagaimana konten yang dikelola oleh tim Kriya Patraning Mahottama membangun citra dan daya tarik pantai tersebut. Melalui pendekatan teori identitas merek, penelitian ini mengeksplorasi berbagai elemen yang ditampilkan dalam unggahan Instagram, termasuk keindahan alam Pantai Melasti, pertunjukan tarian Kecak yang menonjolkan budaya lokal, dan informasi penting terkait destinasi wisata. Konten visual yang menarik, disertai dengan narasi yang kuat, berperan dalam menciptakan koneksi emosional dengan audiens, yang sangat penting dalam menarik perhatian pengunjung. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi platform yang krusial dalam strategi pemasaran destinasi wisata. Penelitian ini menunjukkan bagaimana Instagram berfungsi sebagai alat efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan Pantai Melasti, meningkatkan visibilitas merek, serta memperkuat citra brand di benak pengunjung. Dengan penggunaan fitur-fitur seperti Instagram Reels dan Story, tim pengelola mampu menyampaikan informasi terkini dan menarik perhatian audiens dengan cara yang dinamis. Hasil analisis menunjukkan bahwa kombinasi konten berkualitas tinggi dan strategi komunikasi yang terarah tidak hanya meningkatkan *brand identity* Pantai Melasti tetapi juga menarik lebih banyak wisatawan, sehingga menjadikannya salah satu destinasi wisata terpopuler di Bali. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan lebih dalam mengenai peran media sosial dalam membangun identitas merek, serta memberikan rekomendasi untuk pengelola destinasi wisata lainnya dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.

Kata kunci: Analisis Konten, Brand Identity, Destinasi Wisata

ANALYSIS OF INSTAGRAM CONTENT OF MELASTI BEACH AS BRAND IDENTITY

Sang Bagus Putu Acarya Wiyanata Pama

ABSTRACT

This research aims to analyze the Instagram content of Melasti Beach as a brand identity, focusing on how the content managed by the Kriya Patraning Mahottama team builds the beach's image and appeal. Using brand identity theory, the study explores various elements displayed on Instagram posts, including the natural beauty of Melasti Beach, traditional Kecak dance performances, and other relevant information. Engaging visual content, coupled with a strong narrative, plays a vital role in creating emotional connections with the audience, crucial in drawing visitor interest. In today's digital era, social media has become a critical platform for tourism marketing strategies. This research demonstrates how Instagram serves as an effective tool to introduce and promote Melasti Beach, increasing brand visibility and strengthening brand perception in the minds of visitors. Through features such as Instagram Reels and Story, the management team effectively delivers real-time information and captures the audience's attention dynamically. The findings reveal that a combination of high-quality content and targeted communication strategies not only enhances Melasti Beach's brand identity but also attracts more tourists, positioning it as one of Bali's most popular destinations. This research is expected to provide deeper insights into the role of social media in building brand identity, as well as offer recommendations for other tourism managers on how to leverage digital platforms to promote their products and

Keywords: *Content Analysis, Brand Identity, Tourism Destination*

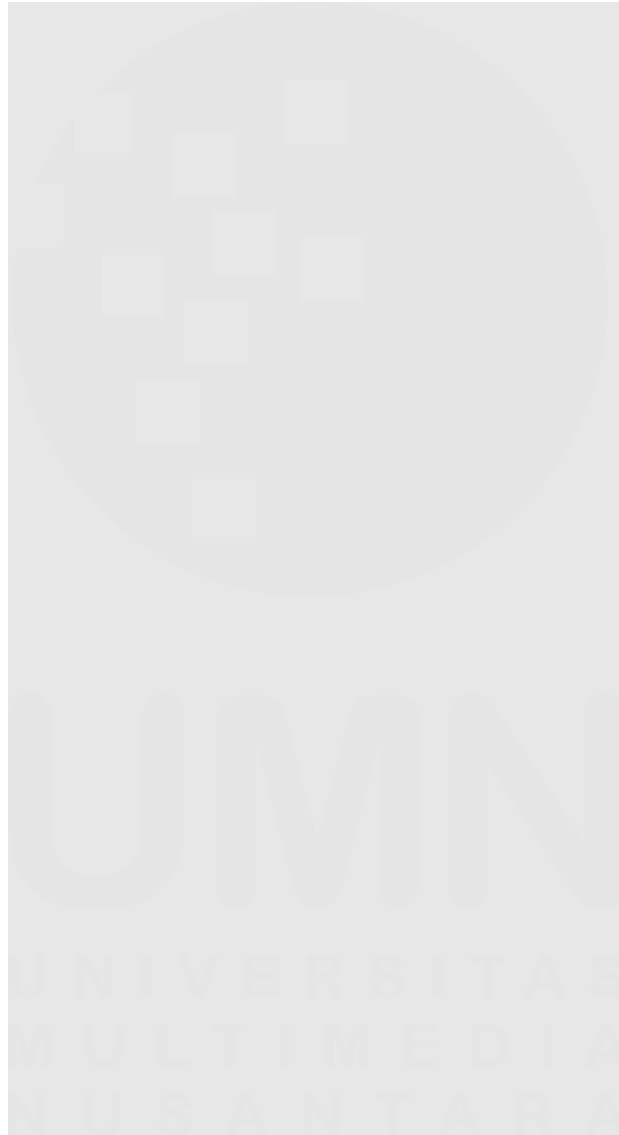
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	6
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	21
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	15
2.2.1 Brand Identity.....	15
2.2.2 Sosial Media.....	17
2.2.3 Sosial Media Instagram.....	20
2.3 Alur Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian.....	23
3.4 Unit Analisis (Analisis Isi).....	23

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.6	Keabsahan Data.....	25
3.7	Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Objek Penelitian.....	29
4.2	Hasil Penelitian.....	31
4.3	Pembahasan.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
5.2.1	Saran Akademis.....	54
5.2.2	Saran Praktis.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2 Alur Penelitian.....	21



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Instagram @melastibeach.official.....	29
Gambar 4.2 Story Instagram @melastibeach.official	30
Gambar 4.3 Highlight Instagram @melastibeach.official	31
Gambar 4.4 Postingan Instagram @melastibeach.official.....	34
Gambar 4.5 Logo Instagram @melastibeach.official.....	36
Gambar 4.6 Postingan Instagram @melastibeach.official.....	36
Gambar 4.7 Postingan Instagram @melastibeach.official.....	37
Gambar 4.7 Postingan Instagram @melastibeach.official.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Bimbingan Skripsi.....	57
Lampiran 2 Daftar Panduan Wawancara	58
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	60
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	83
Lampiran 5 Lembar Pengecekan <i>Plagirism</i> Turnitin.....	84
Lampiran 6 <i>Curriculum Vitae</i>	85