

201910040311171
Muhammad Nopriyanto
Prodi Ilmu Komunikasi

**WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT
PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN
(Analisis Framing Instagram Pada Akun @Kruinsta)**



Oleh :

MUHAMMAD NOPRIYANTO
201910040311171

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

201910040311171
Muhammad Nopriyanto
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN

**WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT
PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN
(Analisis Framing Instagram Pada Akun @Kruinsta)**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD NOPRIYANTO
201910040311171

Telah disetujui
Senin, 6 Juli 2026

Pembimbing I



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Nopriyanto
201910040311171

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 24 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Himawan Sutanto, M.Si. ()
2. Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom. ()
3. Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Joko Susilo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Nopriyanto
NIM : 201910040311171
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Sosial dan Politik
Judul Skripsi : WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR
BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM
UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I

Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 069

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

201910040311171
Muhammad Nopriyanto
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/XXVI



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Muhammad Nopriyanto
No. Induk Mahasiswa	: 201910040311171
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 3 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

201910040311171
Muhammad Nopriyanto
Prodi Ilmu Komunikasi

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/XXVI

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Muhammad Nopriyanto
NIM : 201910040311171
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 14 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 3 Juni 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Randung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Randungan Sudani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Muhammad Nopriyanto

NIM : 201910040311171

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 3 Juni 2026.

Yang Menyatakan,


METERAI TEMPEL
2030DAOX025197504

Muhammad Nopriyanto



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG



PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG
SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)

Oleh:

Nama : Muhammad Nopriyanto

NIM : 201910040311171

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 3 Juni 2026.

Pembimbing I/Promotor

Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si

NIP. 10397090342



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Muhammad Nopriyanto
NIM : 20191004031171

Hasil Plagiasi : 15/6 17/6

BAB I	28	19		
BAB II	33	8		
BAB III	59	58	48	18

BAB IV	8			
BAB V	9			
BAB VI				

Malang, 17 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,



Scanned with CamScanner

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Muhammad Nopriyanto
2. NIM : 201910040311171
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)
6. Pembimbing : Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
25/03/23	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
07/07/24	Acc judul WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)	
11/12/23	Konsultasi Bab I, II, III	
17/07/25	Konsultasi Bab IV	
25/11/25	Konsultasi Bab V	
09/1/26	Acc untuk Seminar Hasil	
22/5/26	Seminar Hasil	

Malang, 24 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Jumat, 22 Mei 2026
Pukul 14.30
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Muhammad Nopriyanto
NIM	201910040311171
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA ALAM UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @kruinsta)
Pembimbing	Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si
Dosen Penguji 1	M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 12
Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS /
TIDAK LULUS

Malang, 24 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si

M. Himawan Sutanto, S.Sos, M.Si

Mengetahui,
Kaprod/Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR AUDIENCE SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Teddy Rahmansyah	201910040311383	Ilmu Komunikasi
2	Angger Ryan Dhaka	201910040311401	Ilmu Komunikasi
3	Dimas Bhakti Purnomo	201910040311407	Ilmu Komunikasi
4	Muhammad Abiyyu Diffani	201910040311404	Ilmu komunikasi
5	Muhammad Alief Hilman G	201910040311347	Ilmu Komunikasi
6	Iffan Kurniawan	201910040311371	Ilmu Komunikasi
7	Rijal Kurniawan	201910040311385	Ilmu komunikasi
8	Amelia Dianovita	201910040311248	Ilmu Komunikasi
9	Aura Viani	201910040311063	Ilmu Komunikasi
10	Niken Putri	201910040311070	Ilmu Komunikasi
11	Gemilang Boy Aprilian	202110040311288	Ilmu Komunikasi
12	Faisal Hanief Burhani	201910040311400	Ilmu Komunikasi

Malang, 24 Mei 2026

Dosen Pembimbing,

Dr Joko Susilo, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Muhammad Nopriyanto, 20191004311171. Wisata Laut Labuhan Jukung di Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung Sebagai Pariwisata Alam Unggulan (Analisis Framing Instagram Pada Akun @Kruinsta). Skripsi, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang. Bibliografi: 17 Buku, 28 Jurnal. Dan 17 Sumber Lainnya.
Kata Kunci: Pariwisata, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Analisis Framing, @Kruinsta, Labuhan Jukung.

Penelitian ini berfokus pada efektivitas strategi komunikasi pemasaran pariwisata di era digital, khususnya pada objek Wisata Laut Labuhan Jukung di Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Mengingat peran strategis sektor pariwisata dalam pertumbuhan perekonomian daerah, pemanfaatan platform Instagram sebagai media promosi digital menjadi sangat krusial. Akun Instagram @Kruinsta dipilih sebagai subjek penelitian karena perannya yang aktif dalam mempromosikan destinasi wisata tersebut kepada khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana akun @Kruinsta melakukan pembingkai (*framing*) terhadap potensi wisata Labuhan Jukung melalui konten-konten yang diunggahnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menerapkan metode analisis framing model Robert Entman, yang membedah empat elemen utama: *define problems* (mendefinisikan masalah), *diagnose causes* (mendiagnosa penyebab), *make moral judgments* (membuat keputusan moral), dan *treatment recommendation* (menekankan penyelesaian). Data dikumpulkan melalui observasi mendalam terhadap konten foto, video, dan keterangan (*caption*) pada akun @Kruinsta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @Kruinsta secara konsisten membingkai Labuhan Jukung sebagai destinasi wisata alam yang eksotis dan ikonik. Pembingkai ini dilakukan dengan menonjolkan keindahan lanskap laut, aktivitas selancar, serta kearifan lokal. Strategi komunikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi visual, tetapi juga berhasil mengonstruksi realitas pariwisata yang menarik bagi pengikutnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mekanisme framing yang tepat—dengan menyelaraskan nilai estetika dan pesan edukatif—menjadi kunci sukses dalam membangun citra destinasi wisata di media sosial. Hasil ini memberikan kontribusi praktis bagi Dinas Pariwisata dan pengelola akun lokal dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisata di Kabupaten Pesisir Barat secara berkelanjutan.

Malang, 23 April 2026

Peneliti



Muhammad Nopriyanto

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, berkah dan hidayah-Nya yang senantiasa dicurahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “WISATA LAUT LABUHAN JUKUNG DI KABUPATEN PESISIR BARAT PROVINSI LAMPUNG SEBAGAI PARIWISATA UNGGULAN (Analisis Framing Instagram Pada Akun @Kruinst)” sebagai syarat mendapatkan gelar Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Joko Susilo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar mengarahkan, membimbing, dan memberikan masukan berharga kepada penulis dari awal perencanaan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang luar biasa selama masa perkuliahan.
3. Kedua orang tua tercinta, Mama dan Papa, yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun spiritual, curahan kasih sayang, serta doa yang tiada henti demi kemudahan dan kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi ini.
4. Kakak-kakak penulis tercinta, terima kasih atas segala dukungan, motivasi, dan perhatian yang selalu diberikan dalam setiap situasi.
5. Seluruh teman-teman seperjuangan yang telah menjadi sistem pendukung yang luar biasa, saling menyemangati, dan berjuang bersama hingga titik ini.
6. Diri saya sendiri. Terima kasih karena telah berjuang dengan hebat, bertahan dalam menghadapi setiap proses, serta tidak menyerah untuk menyelesaikan penelitian dan studi ini dari awal hingga akhir.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
LEMBAR AUDIENCE SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Media Sosial	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Media Sosial Sebagai Sarana Branding Destinasi Wisata.....	21
2.4 Komunikasi Visual dalam Media Sosial Instagram	22
2.5 Tren Digital Tourism di Indonesia	23
2.6 Komunikasi Pariwisata.....	25
2.7 Industri Pariwisata	25
2.8 Teori Framing.....	33
2.9 Wisata Laut Labuhan Jukung	38

2.10 Kerangka Berpikir	38
2.11 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian.....	42
3.2 Jenis Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	43
3.4 Fokus Penelitian	44
3.5 Metode Pengumpulan Data	44
3.6 Metode Analisis Data	46
3.7 Detail Metode Analisis Data Model Robert N. Entman.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.2 Deskripsi Data Penelitian	52
4.3 Analisis Framing Konten Instagram @kruinsta	56
4.4 Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Akun Instagram @kruinsta	53
Gambar 4.2 Tampilan Konten Wisata Laut Labuhan Jukung	57
Gambar 4.3 Dokumentasi Unggahan Instagram @kruinsta	58
Gambar 4.4 Analisis Visual Konten Instagram	59



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2002). Construction of a standard questionnaire for the theory of planned behavior. <http://www-unix.oit.umass.edu/~ajzen>. Accessed August 2009.
- Aini, N., Muslichah & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. 08(05), 38–52.
- Al Baqi, M. R. I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @efekkopi.id sebagai Media Komunikasi Pemasaran oleh Pihak Efek Kopi Terrace Pekanbaru (Skripsi). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. <https://repository.uinsuska.ac.id/80715/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>
- Bhakti, C. P. & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072
- Budiastuti, D. & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In Binus. www.mitrawacanamedia.com
- Darmawan, A., Kurnia, K. & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 44–56. <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>
- Dharmmesta, Bayu Swastha (1992). Riset Tentang Minat dan Perilaku Konsumen : Sebuah catatan dan tantangan bagi peneliti yang mengacu pada “Theory of Reasoned Action”
- Fahmi, I. (2012). Manajemen Investasi (M. Masykur (ed.); 1st ed.). Penerbit Salemba Empat.

Fauzi, F., Denick, A. B. & Asiati, D. I. (2019). Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data. Salemba Empat.

Firdhausa, F. & Apriani, R. (2021). Pengaruh platform media social terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di Pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), 96–103.

Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Universitas Ponorogo.

Grizzell, P. L. (2003). *Insights to Performance Excellence in Healthcare*. Wisconsin: Amer Society for Quality.

Gusmarizal. (2021). KEGUNAAN DAN KEPUASAN INSTAGRAM BAGI REMAJA SEBAGAI SUMBER INFORMASI LOKASI WISATA.

Hariyanto, E., Pandansari, T. & Hartikasari, annisa ilma. (2020). PASAR MODAL DAN KELEMBAGAANYA (M. Ahmadi (ed.); pertama). UM Purwokerto Press (Annggota APPTI).

Hilaliyah, N., Susyanti, J. & Wahono, B. (2019). ANALISIS TOLERANSI RISIKO, ALOKASI ASET DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PADA INVESTOR PEMULA.

Karima, L. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia). *Fakultas Ekonomi UII*, 1(1), 1–128.

Lara, G., Syaipudin, U. & Widiyanti, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 418–432. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1892>

Larasati, R. K. & Yudiantoro, D. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN , KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI , DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI PASAR MODAL (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). Jurnal Investasi, 8(2), 55–64.

Lind, D. A., Marchal, W. G. & Wathen, S. A. (2021). Basic Statistics in Business and Economics (ISE HED IRWIN STATISTICS). McGraw-Hill Education.

Listyani, T. T., Rois, M. & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS), 2(1), 49. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1524>

Maryuliana, Subroto, I. M. I. & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika, 1(2), 1–12.

Muhibbin Syah. (2012). Psikologi Belajar. Rajawali Pers.

Nandar, H., Rokan, M. K. & Ridwan, M. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa. 02.

Nisa, A. & Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. 2.

Nugroho, R. A., & Santosa, P. I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Ilmu Komunikasi, 19(1), 40-50

Ojk. (2022). Sp 26/dhms/ojk/v/2022.

OJK. (2017). Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /Seojk.07/2017. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Pajar, R. C. & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2), 1–16.

Pangestika, T. & Rusliati, E. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1524>

Paul J. Lavrakas. (2008). *Encyclopedia of SURVEY RESEARCH METHODS*. In *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย* (Vol. 4, Issue 1).

Pratiwi, R. & Amri, F. (2022). Pengaruh Sikap Finansial Dan Perilaku Finansial Terhadap Taraf Literasi Finansial Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 203. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i2.7350>

Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS* (T. A. Prabawati (ed.); 1st ed.). Penerbit ANDI.

Rr, N. : & Darajati, Y. R. (2022). “PENGARUH FINANCIAL LITERACY, RISK PERCEPTION, UANG SAKU, SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19” SKRIPSI Disusun oleh.

Savanah, A. N. & Takarini, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Keuangan Pada Mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2, 84–92.

Situmorang & Masri. (2014). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat.

Skinner, B. F. (1953). Science and Human Behavior. Free Press.

Skinner, B. F. (1974). About Behaviorism. Alfred A. Knopf.

Slameto. (2010). Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta.

Taufiqoh, E., Nur, D. & Junaidi. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham di Pasar Modal. E-Jra, 08(05), 1–13.

Uly, Y. A. (2020). Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Masih Tertinggal dari Singapura dan Malaysia. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/10/22/103000226/jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-masih-tertinggal-dari-singapura-dan?page=all>

Wahyudi, F., Arifin, R. & Hufron, M. (2018). Pengaruh Service Quality Galeri Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Feb Unisma Di Pasar Modal. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen , 7(2), 120–133. www.fe.unisma.ac.id

WIDHYASTO PRATOMO BHASKARA. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EFIKASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI PADA KEPUTUSAN INVESTASI PASAR KEUANGAN KELUARGA DI SURABAYA. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Anang Firmansyah. 2020. Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: Penerbit Qiara Media

Asmaradewi, Y. (2019). Peran Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Cafe Mas Bro

Arvanitha, S. (2019). Peranan Akun Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kompleks Puri Taman Sari Kecamatan Manggala Kota Makassar (Studi Kasus Usaha Yang Terdaftar Pada GoFood).

Dwipayana, Y. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Unggas Chiomart*. Skripsi. Universitas Djuanda, Bogor. Diakses dari <https://repository.unida.ac.id/3710/4/abstrak.pdf>

Hermastuti, A., & Rahmawati, D. E. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta Untuk Promosi Wisata. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(1). ISSN. 2442-6962

Hidayatullah, S. (2020). Memahami JenisJenis Media Sosial. [https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenismedia-sosial](https://marketingcraft.getcraft.com/id/articles/memahami-jenis-jenismedia-sosial).

Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.

Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., Syarief, M. A. D. Y., Saputra, M. R. W., MUlyani, U., Anggraini, W. A., Aryandanu, A. R., Firdaus, D., S, F. P., Putri, I. R., Sativa, O. D., Na'imah, R. N., Madu, V. V., Prakoso, D. S., Prayoga, T. R., Maulana, F. V. A., A, F. H., Andratika, J. I., ... Wulandari, E. R. P. (2020). Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0 (D. Nabila, O. Elvaretta, G. Zahira, & M. A. D. Y. Syarief (eds.)). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Panggabean, Andreas Daniel. (2024). "Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024." KBRN. Diakses pada 29 Mei 2024.

Permatasari, Y., Sultan, M. I., Akbar, M., & Amir, A. S. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pariwisata Malino di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. *Dialektika*, 9(1), 175-188. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v9i1.4047>.

Rahmau'dina, R. W., Fredico, M., & Pradana, B. C. S. A. (2024). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKTIF DI GRANDE GARDEN CAFE. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 4(03), 11–18. <https://doi.org/10.69957/relasi.v4i03.1613>

Sekar, D. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.

Siahaan, C., Salomo, & Adrian, D. (2022). Media sosial Instagram sebagai sarana berkomunikasi di lingkungan masyarakat. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5(8), 2843-2848. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tisa, M. (2019). Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Komunikasi Objek Wisata. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), Desember 2019. Retrieved from <https://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Tadbir>