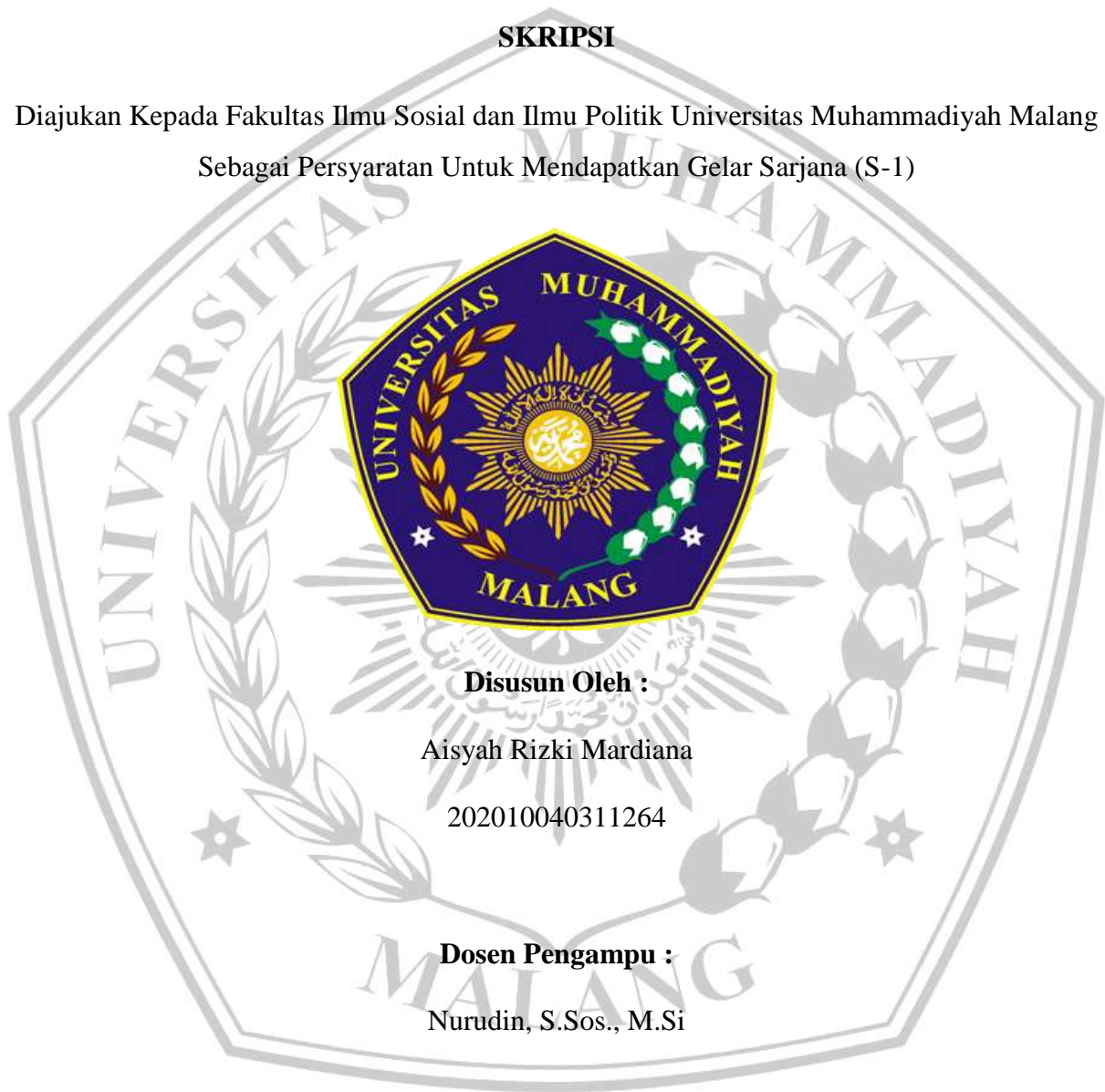


**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PERSUASIF LOKASI HIDDEN GEM
DAN INSTAGRAMABLE**

(Studi Analisis Isi Pada Akun @mlggoodplace)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh :

Aisyah Rizki Mardiana

202010040311264

Dosen Pengampu :

Nurudin, S.Sos., M.Si

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

2023/2024

JUDUL SKRIPSI

Instagram Sebagai Media Informasi Persuasif Lokasi Hidden Gem dan Instagramable (Studi Analisis Isi Pada Akun @mlggoodplace)

Diajukan Oleh :

AISYAH RIZKI MARDIANA

202010040311264

Telah disetujui
Rabu / 24 April 2024

Pembimbing I



Nurudin, S.Sos. M. Si

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Aisyah Rizki Mardiana

202010040311264

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

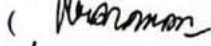
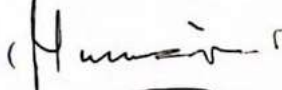

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S I) Ilmu Komunikasi

Rabu, 24 April 2024

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Zen Amiruddin, M.Med.Kom ()
2. M. Himawan Sutanto, M.Si ()
3. Nurudin, S.Sos., M.Si ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Nurudin, S.IP., M.Hub.Int.



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Aisyah Rizki Mardiana

NIM : 202010040311264

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 :

Instagram Sebagai Media Informasi Persuasif Lokasi Hidden Gem dan Instagramable (Studi Analisis Isi Pada Akun @mlggoodplace)

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, 26 Februari 2024

Yang Menyatakan,


METERAI
TEMPEL
PCF3/AJGX802260308
Aisyah Rizki Mardiana



Kampus I

Jl. Babung 1 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 551 253 (Malam)
F: +62 341 552 413

Kampus II

Jl. Dendungan Susanti No 188 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 551 159 (Pagi)
F: +62 341 542 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
T: +62 341 504 318 (Hunting)
F: +62 341 402 435
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
 Plagiasi

Nama : Aisyah Rizki Mardiana

NIM : 202010090311264

Hasil Plagiasi : 15/3 20/3 21/3 24/3 26/3

BAB I	25	21	19	
BAB II	23	18		
BAB III	35	28	24	19

6

BAB IV	4			
BAB V	1			
BAB VI	12			

15/3

Malang, 26 Maret 2024
 Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



ABSTRAK

Aisyah Rizki Mardiana, NIM 202010040311264, INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PERSUASIF LOKASI HIDDEN GEM DAN INSTAGRAMABLE (Studi Analisis Isi Pada Akun @mlggoodplace).

Dosen Pembimbing: Nurudin, S.Sos., M. Si.

Kata Kunci : Media sosial, Instagram, Informasi Persuasif

Penggunaan media sosial kini menjadi suatu hal yang banyak diminati oleh masyarakat luas, salah satunya yaitu pada platform Instagram. Media sosial Instagram tidak hanya dapat dijadikan sebagai media hiburan semata, namun juga dapat digunakan untuk media promosi atau membagikan informasi yang bersifat persuasif. Seperti yang terdapat pada akun @mlggoodplace, dimana akun tersebut menjadi salah satu akun yang menyajikan informasi persuasif di Instagram khususnya terkait lokasi *Hidden gem* dan Instagramable. Dalam akun tersebut jumlah pengikut telah mencapai 61,9RB dan 1.263 postingan (data per 30 Januari 2023).

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Selain itu, penelitian ini juga memilih untuk menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi serta teknik analisis data menggunakan metode analisis isi terhadap sisi visualisasi karakteristik isi konten postingan informasi persuasif yang terdapat pada akun @mlggoodplace. Sementara itu, basis teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori *New Media* yang diperkenalkan oleh Pierre Levy, yang mendefinisikan terkait bahwa pada masa kini penyampaian informasi dapat dengan mudah dilakukan melalui teknologi digital.

Pada hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat 11 konten postingan yang mengandung informasi persuasif dalam penelitian ini yang berisi informasi iklan, informasi promosi, dan informasi penawaran produk. Disamping itu, jika ditinjau berdasarkan frekuensi pesannya konten postingan yang banyak dimuat terdapat pada kategori informasi penawaran produk dengan total 7 postingan yang meliputi sajian rekomendasi kafe atau restoran yang *Hidden gem* dan Instagramable. Dalam hal tersebut juga dapat menjadi bukti dari teori *New Media* yang mana memiliki keterkaitan dengan proses penyebaran informasi rekomendasi tempat nongkrong (hangout) terbaik di Malang Raya melalui media sosial Instagram.

Penulis



Aisyah Rizki Mardiana
NIM: 202010040311264

Dosen Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si
NIP: 10397060341

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Instagram Sebagai Media Informasi Persuasif Lokasi Hidden gem dan Instagramable (Studi Analisis Isi Pada Akun @mlggoodplace)” sebagai suatu syarat yang harus ditempuh guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Tentunya dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini, peneliti mendapati banyak kesan dan manfaat dimana peneliti tidak hanya mendapatkan ilmu namun juga mendapatkan pelajaran bahwa tiada keberhasilan jika tidak dibarengi dengan adanya usaha dan kerja keras. Keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari adanya peran dari berbagai pihak yang telah berkenan memberikan bantuan, bimbingan, semangat, dan dukungan baik secara moril maupun materil kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa syukur dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran dan keteguhan hati kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik tanpa melalaikan perintah-Nya.
2. Orang tua tercinta, Bapak Slamet Ansori dan Ibu Suyanti yang tiada henti memberikan dukungan, doa, dan kebutuhan materi juga non materinya sehingga peneliti selalu termotivasi selama proses pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
3. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Bapak Dr. Nazarudin, M.Si.
4. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik, Bapak Dr. Muslimin Machmud, M.Si., Ph.D.

5. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ,
Bapak M. Himawan Susanto, M.Si.
6. Bapak Nurudin, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu serta pemahaman kepada peneliti dan juga memberikan bimbingan atau arahan kepada peneliti terhadap penelitian tugas akhir skripsi ini.
7. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
8. Terimakasih peneliti ucapkan kepada semua pihak yang telah berkenan untuk terlibat dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berusaha sepenuh hati serta berjuang menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Peneliti menyadari dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini masih banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Untuk itu, peneliti menerima saran dan koreksi dari pihak manapun guna penyempurnaan skripsi ini.

Malang, 30 Januari 2024

Aisyah Rizki Mardiana

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas	iii
Lembar Plagiasi	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Media Sosial	6
2.1.1 Pengertian Media Sosial	6
2.1.2 Dampak Media Sosial	7
2.1.3 Penggunaan Media Sosial	8
2.1.4 Jenis Media Sosial	9
2.2 Instagram	11

2.2.1	Pengertian Instagram	11
2.2.2	Fitur Pada Instagram	13
2.2.3	Perkembangan Instagram	15
2.2.4	Instagram sebagai Media Informasi	20
2.3	Informasi Persuasif	21
2.4	Lokasi <i>Hidden gem</i>	27
2.5	Instagramable	27
2.6	Analisis Isi	28
2.6.1	Pengertian Analisis Isi	28
2.6.2	Tujuan Analisis Isi	29
2.7	Basis Teori	30
2.7.1	Teori <i>New Media</i>	30
2.8	Penelitian Terdahulu	32
BAB III		35
METODE PENELITIAN		35
3.1	Pendekatan Penelitian	35
3.2	Tipe dan Dasar Penelitian	35
3.2.1	Tipe Penelitian	35
3.2.2	Dasar Penelitian	36
3.3	Batasan Penelitian	36
3.4	Sumber Penelitian	36
3.4.1	Sumber Data Primer	36
3.4.2	Sumber Data Sekunder	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Teknik Analisis Data	38
BAB IV		43
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		43

4.1	Gambaran Umum Akun Instagram @mlggoodplace	43
BAB V		47
PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA		47
5.1	Penyajian dan Analisis Data	47
5.1.1	Informasi Promosi	49
5.1.2	Informasi Penawaran Produk	54
5.1.3	Informasi Iklan	64
5.2	Analisis Data	65
5.3	Pembahasan dan Hasil Penelitian	68
5.4	Hasil Temuan	70
5.4.1	Isi postingan sesuai dengan realitas yang terjadi	70
5.4.2	Menggunakan konten atau video yang menarik dalam memuat informasi penting	71
BAB VI		73
PENUTUP		73
6.1	Kesimpulan	73
6.2	Saran	74
6.2.1	Saran Akademis	74
6.2.2	Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, G. Y. (2018). *Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis*. Jurnal Al Hadharah. 17(33) 32-48
- Asfar, A M. (2019). *Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)*. Universitas Muhammadiyah Bone
- Atunriani. (2024). *Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi pada Akun @Yukngaji.id)*. Universitas Muhammadiyah Malang
- Barzam. (2017, Desember 5). *9 Jenis Informasi Edukatif, Persuasif, dan Rekreatif*. Diambil kembali dari Official Website of Pakar Komunikasi: [9 Jenis Informasi Edukatif, Persuasif, dan Rekreatif - PakarKomunikasi.com](http://PakarKomunikasi.com)
- Burhan, B. (2010). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cindy Sya'bania, F. D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*. *Jurnal Inovasi*, 32-41.
- Dewi Naningsih, S. E. (2022). *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Muslimahdaily.com Melalui Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi pada Akun Instagram @Muslimahdailycom)*. *Ilmu Komunikasi 2022*, 122-129.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenamedia Group
- Erlita, Faizah. (2017, April 1). *Malang Kota Indah*. Diambil kembali dari Official Website atmaGO: [malang.kotaindah | AtmaGo](http://malang.kotaindah.id)
- Febianti, Y. N. (2015). *Penawaran Dalam Ekonomi Mikro*. Jurnal Edunomic. 3(1) 159-167.
- Haryani, D. S., & Selvi. F. (2021). *Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Chacha Flowers*. *Jurnal Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang*. 4(1). 12-20

Hardianto, M., Agus. Z. R., & Jasma. S. (2021). *Manajemen Pemberdayaan Bidang Ekonomi di Masjid Baitul Atieq*. *Journal of Lifelong Learning*. 4(2). 126-132

Husnul, K.(2018). *Posisi dan Peran Media dalam Kehidupan Masyarakat*. *Jurnal Tasamuh*. 16(1). 119-136

Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam Penelitian Bahasa*. Solo: Cakra Books

Malang, Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Malang*. Diambil kembali dari Official Website Badan Pusat Statistik Kota Malang:
<https://malangkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>

Muliadi, Wendy., & Muhammad Irsday Raspati. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Orang Tua Murid Yayasan Taam Aisyah Bandung). *Jurnal Sekretari dan Manajemen*. 3(2). 218-226

Mardyanah. S. (2021). *Analisis Isi Klaus Krippendorff Pada Pemberitaan Rancangan Undang-Undang Omnibuslaw Cipta Kerja di Detik.com*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Panjaitan, Sri Wahyuni. (2016). *Analisa Konsep Desain Interior Terhadap Segmentasi pada Pengunjung Sebuah Kafe*. *Jurnal Proporsi*. 2(1). 23-34

Prayoga, A. N., & Primadani, A. (2021). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespaoooy*. Universitas Telkom

Pratiwi, Narita., & Maria Regina Widhiasti. (2022). *Tren Ngopi di Jakarta: Analisis Rekomendasi Kedai Kopi Pada Akun Instagram*. *Jurnal Satwatika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*. 6(2). 218-231

Refilia, D. S. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk Bank Republik Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 4(1). 11-18

Rusli, N. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Sarnita, Sadya. (2023, Februari 23). *Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023*. Diambil kembali dari Official Website DataIndonesia.id: [Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023](#)

Shafadilla, Denisa. (2022). *Analisis Resepsi Khayalak Terhadap Fenomena Hidden Gem Wisata Pantai di Paranggupito, Wonogiri (Studi Deskriptif Kualitatif pada Followers Akun Instagram @explore_wonogiri)*. Universitas Sebelas Maret Surakarta

Soraya, I. (2019). *Modul Dasar-Dasar Periklanan*. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.

Ulita, N. (2019). *Tinjauan Warna Pada Visual Branding Warung Kopi Lokal*. Universitas. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 4(2). 205-223.

Wiji Purwanta. (n.d.). *Harga Keseimbangan Pasar*.

Wulandari, A., Hersananda, S. P., & Putri, A. P (2019). *Memaknai Gaya Hidup Masyarakat Urban dalam Berfoto Instagrammable pada Museum Seni Kontemporer*. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat, dan Keamanan*. 1(2). 50-65

Wulandari, D. (2019). *Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasan Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur*. Metro: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.