

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HARIAN JOGJA
DALAM MENGENALKAN NILAI LUHUR BUDAYA
MASYARAKAT JOGJA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

**ERVIAN IZZA KURNIA
21.96.2426**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HARIAN JOGJA
DALAM MENGENALKAN NILAI LUHUR BUDAYA
MASYARAKAT JOGJA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**ERVIAN IZZA KURNIA
21.96.2426**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI


**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HARIAN JOGJA
DALAM MENGENALKAN NILAI LUHUR BUDAYA
MASYARAKAT JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ervian Izza Kurnia
21.96.2426

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 10 November 2024

Dosen Pembimbing,



Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A
190302448/2109059003

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HARIAN JOGJA
DALAM MENGENALKAN NILAI LUHUR BUDAYA
MASYARAKAT JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ervian Izza Kurnia
21.96.2426

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 13 November 2024

Nama Penguji

Estiningsih, SE, MM
NIK. 190302443

Devi Wening Astari, M.I.Kom
NIK. 190302655

Zahrotus Sa'Idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. NIDN
190302125/0524067901

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang ber-tandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 27 November 2024



Ervian Izza Kurnia

21.96.2426

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas berkat Rahmat dan hidayah Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Karya ini penulis sembahkan untuk;

Kedua Orang Tua Tersayang Papa “A.Rofii” dan Mama “Nur Khasanah”
,Keluarga Tercinta Kakak Adek dan untuk diri saya sendiri

Almamater Tercinta Program Sarjana Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Keluarga besar Ilmu Komunikasi khususnya Angkatan 2021 Universitas
Amikom Yogyakarta.

Terima kasih atas semua doa dan dukungan yang selalu kalian berikan.
kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang kucintai.

Dengan ketulusan hati,

Ervian Izza Kurnia

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Optimalisasi Media Sosial Instagram Harian Jogja Dalam Mengenalkan Nilai Luhur Budaya Masyarakat Jogja”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program S1 Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses skripsi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Zahrotus Sai'dah, M.A., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan arahan, saran, masukan, dan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih dengan sabar membantu dari awal sampai akhir membimbing penyelesaian skripsi penulis.
4. Seluruh Dosen pengajar program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu kepada penulis dengan tulus.
5. Kedua Orang Tua yaitu Papa A.Rofii dan Mama Nur Khasanah serta Kakak tersayang Heliyani Nur Islam dan Galih Setiyo serta Adek tercinta Elsa Prisma Ramadhani yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
6. Pihak Instansi Harian Jogja yang telah memberikan ijin sebagai objek penelitian Skripsi dan memberikan ijin magang di Divisi *Content Creator Social Media Planner*, sehingga penulis mencoba hal baru dan memiliki banyak sekali ilmu yang bermanfaat saat menjalani magang. Terimakasih banyak atas rekan-rekan karyawan di Harian Jogja terutama yang bersedia menjadi narasumber penelitian Penulis.

7. Teman-teman seperjuangan tercinta dari semester awal sampai akhir, terimakasih sudah selalu memberikan dukungan, semangat dan saling bertukar pendapat dan keluh kesah cerita saat pengerjaan skripsi. Terimakasih sudah mau susah senang bersama dan selalu menemani penulis mengerjakan skripsi.
8. Apresiasi yang tinggi kepada diri sendiri yang sudah berjuang sejauh ini untuk menyelesaikan skripsi. Terima kasih sudah mau berusaha dan menyakinkan diri agar tidak menyerah.

Yogyakarta, 27 November 2024

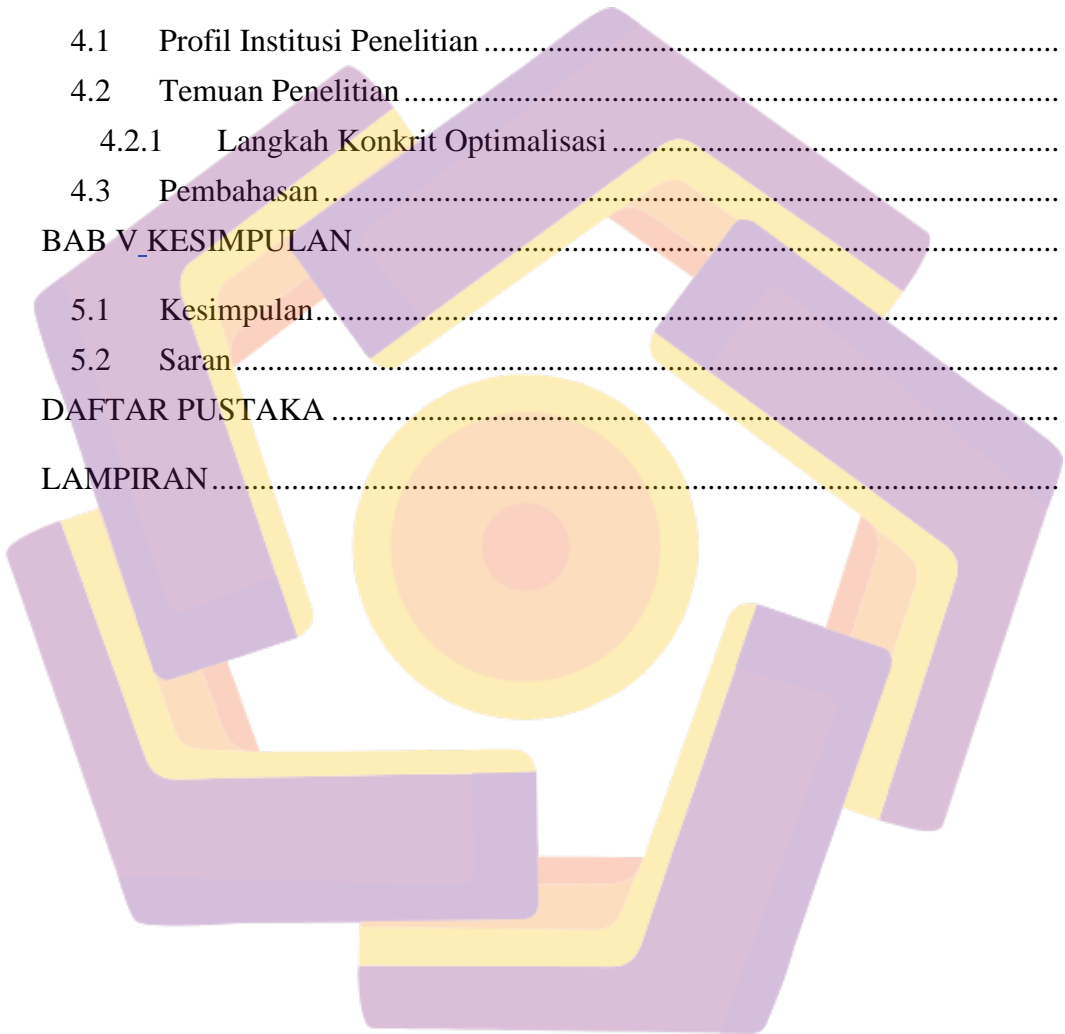


Ervian Izza Kurnia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Pembahasan	7
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Konseptual dan Teori	12
2.2.1 Nilai Luhur Budaya.....	13
2.2.2 Teori Konstruksi Sosial Media Massa	18
2.3 Kerangka Berpikir	24
BAB III_METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Subjek Penelitian	26

3.3	Objek Penelitian	27
3.4	Sumber Data	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	32
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Profil Institusi Penelitian	34
4.2	Temuan Penelitian	35
4.2.1	Langkah Konkrit Optimalisasi	36
4.3	Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		90

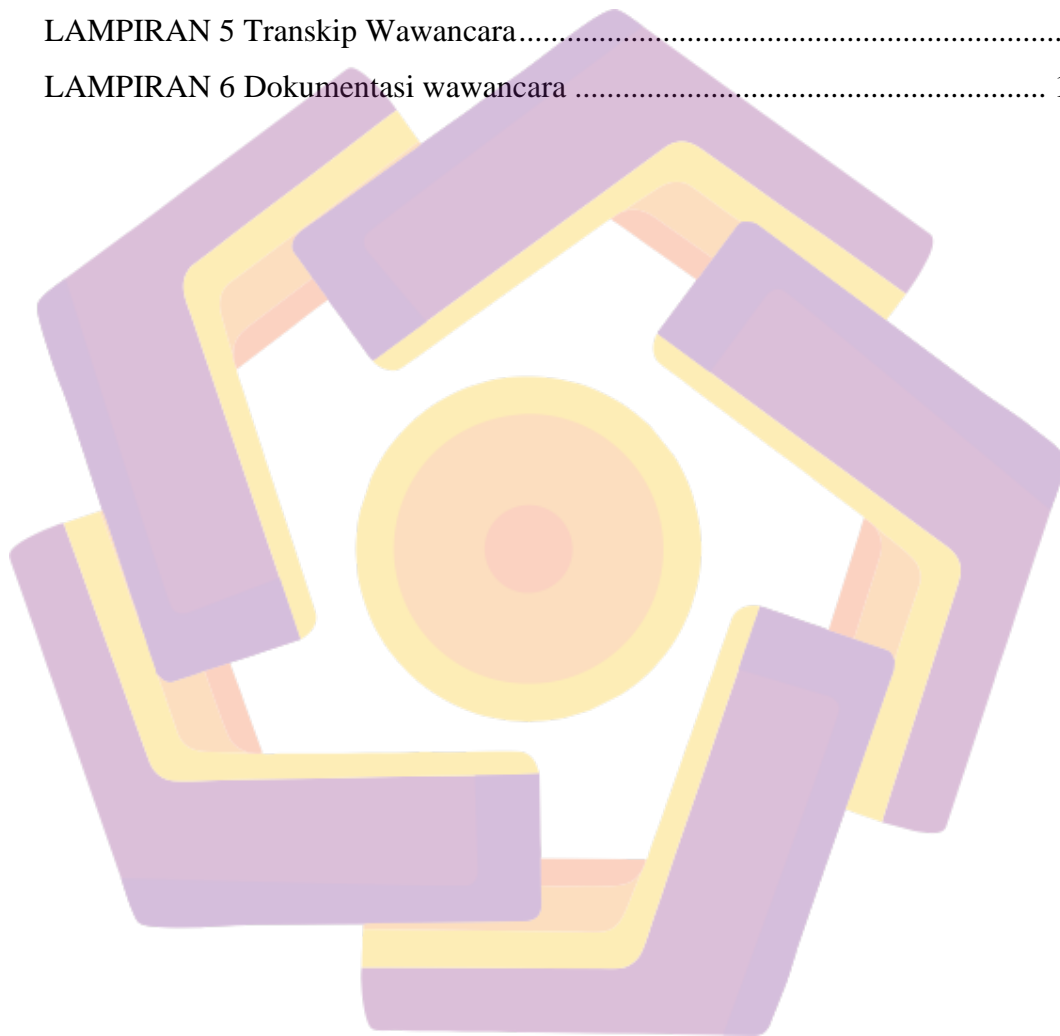


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4. 1 Logo Harian Jogja	34
Gambar 4. 2 Penggunaan <i>Hashtag</i> Instagram @harianjogja	37
Gambar 4. 3 Konten Tradisi Besar Tahunan Hajad Dalem Labuhan	41
Gambar 4. 4 <i>Caption</i> Informatif Postingan Konten @harianjogja	44
Gambar 4. 5 Konten Terkait Penyederhanaan Bahasa Aksara Jawa	47
Gambar 4. 6 Template <i>Feed</i> Instagram @harianjogja dan <i>Stock Photography</i>	50
Gambar 4. 7 Konten <i>Reels Visual Storytelling</i> @harianjogja.....	54
Gambar 4. 8 Ilustrasi Canva dan Font Khas Harian Jogja	55
Gambar 4. 9 Halaman Profil Instagram @harianjogja.....	60
Gambar 4. 10 Proyek Video Sumbu Filosofi	63
Gambar 4. 11 Konten isu isu lokal Yogyakarta	67
Gambar 4. 12 <i>Reels</i> Konten Tradisi Budaya Jogja di Instagram	70
Gambar 4. 13 Interaksi Audiens Di Kolom Komentar Postingan Instagram.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Surat Izin Penelitian dari Amikom.....	91
LAMPIRAN 2 Surat Balasan Penelitian dari Harian Jogja	92
LAMPIRAN 3 Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing.....	93
LAMPIRAN 4 Daftar Pertanyaan Wawancara	94
LAMPIRAN 5 Transkrip Wawancara.....	97
LAMPIRAN 6 Dokumentasi wawancara	115



ABSTRAK

Sebagai media lokal yang memiliki komitmen kuat untuk melestarikan warisan lokal, Harian Jogja memiliki peran penting dalam membentuk identitas budaya Yogyakarta sesuai visi dan misinya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Harian Jogja, sebagai media lokal, memanfaatkan media sosial Instagram dalam upaya melestarikan dan mengenalkan nilai-nilai budaya Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengambilan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial media massa yang menjelaskan bagaimana media, termasuk Instagram mengoptimalkan nilai luhur budaya masyarakat Jogja dalam membentuk dan memperkuat realitas sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram dapat digunakan secara optimal dalam mengenalkan dan melestarikan nilai-nilai luhur budaya, seperti yang dilakukan Harian Jogja dalam mengenalkan budaya Yogyakarta. Harian Jogja mampu merancang konten yang menarik, menyebarkan nilai-nilai budaya, membentuk realitas sosial, serta berinteraksi aktif dengan audiens. Langkah konkrit yang digunakan meliputi pemilihan tema relevan, penggunaan hashtag, kolaborasi, serta konsistensi dan diversifikasi konten. Penelitian ini memberikan inspirasi bagi media lokal lain untuk memanfaatkan platform digital dalam memperkuat identitas budaya masyarakat.

Kata Kunci: Harian Jogja, Media Sosial Instagram, Pelestarian Budaya, Identitas Budaya Yogyakarta

ABSTRACT

As a local media with a strong commitment to preserve local heritage, Harian Jogja has an important role in shaping Yogyakarta's cultural identity according to its vision and mission. This research aims to understand how Harian Jogja, as a local media, utilizes Instagram social media in an effort to preserve and introduce Yogyakarta's cultural values. The research method used is descriptive qualitative with data collection using interview, observation, and documentation methods. This research uses mass media social construction theory which explains how the media, including Instagram, optimizes the noble cultural values of the Jogja community in shaping and strengthening social reality. The results show that social media, especially Instagram, can be used optimally in introducing and preserving cultural noble values, as done by Harian Jogja in introducing Yogyakarta culture. Harian Jogja is able to design interesting content, spread cultural values, shape social reality, and actively interact with the audience. The concrete steps used include selecting relevant themes, using hashtags, collaboration, as well as consistency and diversification of content. This research provides inspiration for other local media to utilize digital platforms to strengthen the community's cultural identity.

Keywords: Jogja Daily, Instagram Social Media, Cultural Preservation, Yogyakarta Cultural Identity