

**IMPLEMENTASI *THE CIRCULAR MODEL OF SOME* PADA
PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK
MENDORONG PROMOSI PARIWISATA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Tiara Andini
NIM. 21.96.2313

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

**IMPLEMENTASI *THE CIRCULAR MODEL OF SOME* PADA
PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK
MENDORONG PROMOSI PARIWISATA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Tiara Andini
NIM. 21.96.2313

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME PADA
PENGLOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK
MENDORONG PROMOSI PARIWISATA

yang dipelajari dan disusun oleh

Tiara Andini
NIM - 21.96.2313

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada (17 Februari 2025)

Dosen Pembimbing


Riski Darmawati, S.Sos., M.A.
NIK. 190502475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI THE CIRCULAR MODEL OF SOME PADA
PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK
MENDORONG PROMOSI PARIWISATA**

yang dipersiapkan dan disusun

Tiara Andini
NIM : 21.96.2313

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 17 Februari 2025

Nama Penguji

Kartika Sari Yudiantygar, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302444

Basyidah Javanti Vajaya, S.E., M.Hum
NIK. 190302266

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(17 Februari 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan di 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 tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta,



Tiara Anjini

NIM.21.96.2313

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng., selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Riski Damastuti, M.A. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dengan segenap hati, memberikan arahan skripsi, dan memotivasi saya selama proses pembuatan skripsi.
5. Dinas Pariwisata DIY selaku pihak Instansi, Benny Saptianto dan Muhammad Rohman selaku pengelola akun instagram @visitingjogja yang dengan kemurahan hatinya memberikan kesempatan dan memperbolehkan saya untuk melaksanakan penelitian pada Instansi tersebut.
6. Cinta pertama dan panutan penulis, Ayahanda Andi Suwono. Terima kasih telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan cita-

cita serta doa, motivasi dan semua nafkah yang telah diberikan kepada penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

7. Pintu surga penulis, Ibunda Misnawati. Terima kasih atas segala doa yang Ibu panjatkan, ridho dan dukungan serta rasa kasih sayang yang tiada henti diberikan kepadaku. Terima kasih atas dukungan dan motivasi dengan penuh keikhlasan, semoga ini menjadi langkah awal penulis untuk membuat Ayahanda dan Ibunda bangga.
8. Kepada kakak dan adik penulis, Deoranda dan Selly Monica. Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta setia meluangkan waktunya untuk membantu penyusunan skripsi ini.
9. Kepada Rendy Fitranata, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, membersamai penulis, mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat serta mendoakan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman, terima kasih yang selalu memberikan dukungan dan semoga kami sukses dengan karir masing-masing.
11. Terakhir, kepada diri sendiri Tiara Andini yang sudah menyelesaikan tanggung jawab serta mampu mengendalikan diri untuk terus menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri.

Yogyakarta, [17 Februari, 2025]



Tiara Andini

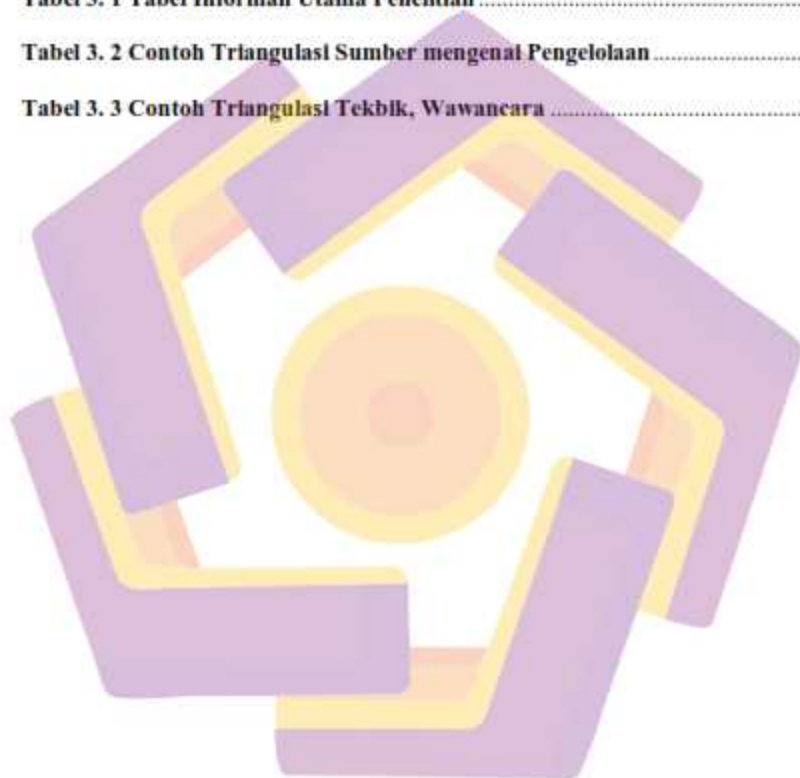
DAFTAR ISI

IMPLEMENTASI <i>THE CIRCULAR MODEL OF SOME</i> PADA PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK MENDORONG PROMOSI PARIWISATA	i
IMPLEMENTASI <i>THE CIRCULAR MODEL OF SOME</i> PADA PENGELOLAAN AKUN INSTAGRAM @VISITINGJOGJA UNTUK MENDORONG PROMOSI PARIWISATA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>The Circular Model of SOME</i>	11
2.2 Sosial Media	14
2.3 Sosial Media Instagram	17
2.4 Promosi Pariwisata	21
2.5 Penelitian Terdahulu	31
2.6 Kerangka Konsep	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Pendekatan Penelitian	41

3.3 Metode Penelitian	42
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	43
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	46
3.6 Jenis Data Primer dan Data Sekunder	46
3.7 Teknik Pengumpulan Data	47
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.9 Teknik Keabsahan Peneliti	52
BAB IV	55
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Profil Perusahaan	55
4.1.2 Susunan Organisasi Dinas Pariwisata DIY	57
4.2 TEMUAN PENELITIAN	58
4.2.1 Implementasi <i>The Circular Model of SOME</i> pada <i>@visitingjogja</i>	58
4.3 PEMBAHASAN	99
4.3.1 Tahap <i>Share</i> Membagikan Konten Promosi yang Relevan dalam Membangun Kepercayaan	99
4.3.2 Tahap <i>Optimize</i> Membangun Dialog Interaktif untuk Mengoptimalkan Pengelolaan Akun <i>@visitingjogja</i>	102
4.3.3 Tahap <i>Manage</i> Memanfaatkan Fitur <i>Profesional Dashboard</i> untuk Mengelola akun <i>@visitingjogja</i>	105
4.3.4 Tahap <i>Engage</i> Meningkatkan Interaksi dengan Kolaborasi <i>Influencer</i> dan <i>Giveaway</i> yang Menarik	108
BAB V	111
PENUTUP	111
5.1 KESIMPULAN	111
5.2 SARAN	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4. 1 Tabel Informan Utama Penelitian	71
Tabel 3. 1 Tabel Informan Utama Penelitian	43
Tabel 3. 2 Contoh Triangulasi Sumber mengenai Pengelolaan	53
Tabel 3. 3 Contoh Triangulasi Tekbik, Wawancara	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan	4
Gambar 2. 1 Klasifikasi Media Sosial menurut Andreas Kaplan	16
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	39
Gambar 3. 1 Analisis Matriks Miles dan Huberman	50
Gambar 4. 1 Logo Dinas Pariwisata DIY	55
Gambar 4.1. 1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Yogyakarta	57
Gambar 4.1. 2 Followers Akun Instagram @visitingjogja	60
Gambar 4.1. 3 Engagement Akun Instagram @visitingjogja	64
Gambar 4.1. 4 Unggahan Foto dan Video (reels) Promosi	68
Gambar 4.1. 5 Unggahan Foto Promosi	69
Gambar 4.1. 6 Unggahan Reels Akun @visitingjogja	75
Gambar 4.1. 7 Unggahan Interaksi Instagram Stories	77
Gambar 4.1. 8 Followers Akun Instagram @visitingjogja	96
Gambar 4.1. 9 Respon Followers Akun @visitingjogja	81
Gambar 4.1. 10 Copywriting Akun @visitingjogja	85
Gambar 4.1. 11 Fitur Like Akun @visitingjogja	87
Gambar 4.1. 12 Unggahan Giveaway Akun Instagram @visitingjogja	91
Gambar 4.1. 13 Unggahan Kolaborasi Akun Instagram @visitingjogja	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. 1 SURAT IZIN PENELITIAN.....	123
LAMPIRAN 1. 2 SURAT BALASAN SIP.....	124
LAMPIRAN 1. 3 TRANSKRIP WAWANCARA.....	125
LAMPIRAN 1. 4 TURNITIN.....	180



ABSTRACT

Tourism is a non-oil and gas sector that has great potential and has a large contribution to the economy of a country. Therefore, the government should implement innovation in order to optimize the tourism sector in Indonesia. This study focuses on discussing the Implementation of The Circular Model of SOME in the Management of the Instagram Account @visitingjogja to Encourage Tourism Promotion, one of the digital innovations of the DIY government as an effort to encourage tourism promotion in DIY through the official social media of the DIY Tourism Office, namely Instagram @visitingjogja which contains various information about DIY tourism. This study uses a qualitative approach and case study research method to analyze the Implementation of The Circular Model of SOME in the Management of the Instagram Account @visitingjogja to Encourage Tourism Promotion. The data obtained were analyzed using The Circular Model of SOME. The results of this study indicate that the @visitingjogja account which is used as a communication medium for DIY tourism promotion has implemented The Circular Model of SOME in the management of its Instagram social media. The DIY Tourism Office and Visiting Jogja have shared relevant promotional content, built interactive dialogues, optimized the functions and advantages of Instagram itself, such as professional dashboard features, comprehensive Instagram account management, and maintained public relations through collaboration and interesting giveaways.

Keywords: Tourism Promotion, Social Media, Visiting Jogja, The Circular Model of SOME, Special Region of Yogyakarta.

ABSTRAK

Pariwisata adalah sektor non migas yang sangat potensial dan memiliki andil besar terhadap perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, pemerintah sudah seharusnya menerapkan inovasi dalam rangka mengoptimalkan sektor pariwisata di Indonesia. Pada penelitian ini fokus membahas Implementasi *The Circular Model of SOME* pada Pengelolaan Akun Instagram @visitingjogja untuk Mendorong Promosi Pariwisata, salah satu inovasi digital pemerintah DIY sebagai upaya untuk mendorong promosi pariwisata di DIY melalui sosial media resmi dari Dinas Pariwisata DIY yaitu instagram @visitingjogja yang terdapat berbagai macam informasi mengenai kepariwisataan DIY. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus untuk menganalisis Implementasi *The Circular Model of SOME* pada Pengelolaan Akun Instagram @visitingjogja untuk Mendorong Promosi Pariwisata. Data yang diperoleh di analisis menggunakan *The Circular Model of SOME*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun @visitingjogja yang digunakan sebagai media komunikasi promosi kepariwisataan DIY sudah menerapkan *The Circular Model of SOME* dalam pengelolaan sosial media instagramnya. Dinas Pariwisata DIY dan Visiting Jogja sudah membagikan konten promosi yang relevan, membangun dialog interaktif, mengoptimalkan fungsi serta keunggulan yang dimiliki instagram itu sendiri seperti fitur *profesional dashboard*, pengelolaan akun instagram secara komprehensif, tetap menjaga hubungan publik melalui kolaborasi dan *giveaway* yang menarik.

Kata Kunci : Promosi Pariwisata, Sosial Media, Visiting Jogja, *The Circular Model of SOME*, Daerah Istimewa Yogyakarta.