

**PERAN AKUN INSTAGRAM @KEBUNBINATANGSURABAYA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN
MINAT PENGUNJUNG KEBUN BINATANG
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

RITMAWATI DWI SEPTIA WULANDARI
NPM. 1643010156

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2022**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Ritmawati Dwi Septia Wulandari
NPM : 1643010156
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Akun Instagram @kebunbinatangsurabaya Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Kebun Binatang Surabaya

Dengan ini menyatakan :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 16 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Ritmawati Dwi Septia W)

LEMBAR PERSETUJUAN

PERAN AKUN INSTAGRAM @KEBUNBINATANGSURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA

Disusun Oleh :



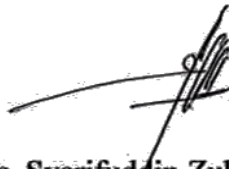
Ritmawati Dwi Septia Wulandari

NPM : 1643010156

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Drs. Syarifuddin Zuhri, M.Si

NIP. 197006122021211002

Mengetahui

DEKAN FAKSIP



Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS. CHRA

NIP. 195907011987031001

**Peran Akun Instagram @kebunbinatangsurabaya Sebagai Media Promosi Dalam
Meningkatkan Minat Penjunjung Kebun Bunatang Surabaya**

Oleh :

Ritmawati Dwi Septia Wulandari
1643010156

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 20 Desember 2022

Pembimbing



Drs Saifuddin Zuhri, MSi
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji,

1. Ketua



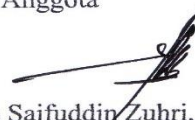
Aulia Rahmawati, PhD
NPT. 3 8207 0602 161

2. Sekretaris



Ade Kusuma, M.MED.KOM
NIP.198501082018 0320001

3. Anggota



Drs Saifuddin Zuhri, MSi
NIP.197006122021211002



Dr. Drs Ec. Gendat Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan berjudul PERAN AKUN INSTAGRAM @KEBUNBINATANG-SURABAYA DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA. Penyusunan penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, masukan serta dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula penulis mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak. Terima kasih sebesar – besarnya penulis ucapkan kepada :

1. Kedua Orang Tua yang telah melahirkan saya selalu ada untuk saya setiap waktu. Terima kasih untuk segala dukungan yang telah diberikan selama ini.
2. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA., selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Yuli Candrasari, Dr., S.Sos, M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan kepada saya selaku penulis.
5. Kepada teman saya Faradelia Ramadhani yang selalu mensupport dan ada selalu dibelakang saya, saya ucapkan Terimakasih untuk Segalanya.
6. Kepada Teman saya Sugiarti, Aviv, Bangkit, Haru, Mia Teman seperjuangan saya selalu ada untuk dan memberikan support agar saya selalu lebih maju.

7. Kepada Surya Calon suami saya yang membantu menguatkan dalam segala hal saya ucapkan banyak Terimakasih atas dukungan dan Doanya selama ini.
8. Kepada adik saya Shakilla yang selalu membawa semangat dalam hidup saya Terimakasih banyak sahakillaaa

Surabaya, 6 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Instagram.....	11
2.2.1.1 Pengertian Instagram	11
2.2.1.2 Filtur – filtur yang ada di Instagram	11
2.2.1.3 Kelebihan Instagram	14
2.2.2. Promosi Sosial Media	14
2.2.2.1 Definisi Promosi	14
2.2.3. Minat	16
2.2.4. Teori A.I.S.A.S	18
2.3. Kerangka berpikir	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22

3.1. Metode Penelitian	22
3.2. Definisi Konseptual	23
3.3. Lokasi Penelitian	23
3.4. Sumber Data	24
3.4.1. Data primer	24
3.4.2. Data sekunder.....	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	29
4.1.1. Sejarah Kebun Binatang Surabaya.....	29
4.1.2. Struktur Organisasi	30
4.2. Penyajian Data	30
4.3. Analisis data.....	36
4.4. Pembahasan	43
4.4.1. Peran media social Instagram sebagai media promosi	43
4.4.2. Peran Media Soisal Instagram dalam Meningkatkan Minat Pengunjung.....	46
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
--------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	55
Lampiran 2 Dokumentasi.....	86
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	91

PERAN AKUN INSTAGRAM @KEBUNBINATANGSURABAYA SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG KEBUN BINATANG SURABAYA

Abstrak

Saat ini Media menjadi salah satu senjata dalam merepresentasikan kembali tempat sebuah tempat pariwisata. Promosi yang tepat sangat dibutuhkan agar nantinya setelah pandemi ini selesai dapat membangun kegiatan ekonomi pariwisata dengan cepat. Media yang dimaksud disini adalah Media sosial instagram bentuk jejaring sosial yang dapat membagikan foto dan video, instagram juga dapat digunakan sebagai media promosi salah satunya yaitu promosi wisata. Dalam penelitian ini, penulis meneliti peran akun instagram @kebunbinatangsurabaya sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung kebun binatang Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah peran instagram oleh akun @kebunbinatangsurabaya sebagai media promosi dalam meningkatkan minat pengunjung kebun binatang Surabaya menggunakan teori AISAS agar dapat mengetahui apakah strategi marketing yang dilakukan oleh pengelola akun instagram kebun binatang Surabaya efektif.

Hasil dari penelitian ini adalah Pengelola akun instagram akun @kebunbinatangsurabaya sudah melakukan langkah-langkah kegiatan promosi dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti post foto feed, Instagram story, Reels, Hastag, mention, dan juga geotag. Serta untuk teori AISAS yang sesuai dengan respon informan pengunjung kebun binatang Surabaya yaitu dengan memunculkan *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Dari hasil penelitian menemukan dengan adanya sosial media instagram @kebunbinatangsurabaya berperan dalam meningkatkan penjualan tiket, memberikan informasi, edukasi, hiburan. Serta dapat menarik perhatian masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan social yang diadakan oleh Kebun Binatang Surabaya

Kata Kunci : Promosi, Peran, Minat, teori AISAS, Instagram

**THE ROLE OF THE INSTAGRAM ACCOUNT
@KEBUNBINATANGSURABAYA AS MEDIA PROMOTION IN
INCREASING VISITORS' INTEREST SURABAYA ZOO**

Abstract

Currently, the media has become one of the weapons in re-representing places a tourist spot. Proper promotion is needed so that later after this pandemic is over can build tourism economic activities quickly. The media referred to here is Instagram social media, a form of social networking can share photos and videos, Instagram can also be used as a medium One of the promotions is tourism promotion. In this study, the authors examine the role instagram account @kebunbinatangsurabaya as a media promotion in increasing the interest of visitors to the Surabaya zoo. The purpose of this research is to find out how the role of Instagram by @kebunbinatangsurabaya account as a promotional medium to increase interest visitors to the Surabaya zoo use the AISAS theory in order to find out what is the marketing strategy carried out by the manager of the garden Instagram account Surabaya animals are effective.

The result of this research is the manager of the Instagram account @kebunbinatangsurabaya has taken steps for promotional activities by utilizing the features instagram such as post photo feeds, Instagram stories, Reels, Hastags, mentions, and also geotagged. As well as for the AISAS theory which is in accordance with the responses of garden visitor informants Surabaya animals, namely by bringing up Attention, Interest, Search, Action, and Share. The results can be said to be quite optimal because of the utilization of the features Instagram itself is used by the Instagram account manager @kebunbinatangsurabaya to the fullest.

Keywords: Promotion, Role, Interest, AISAS theory, Instagram