

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN INSTAGRAM
DUTA WISATA CAK NING @CAKNINGSBY DALAM
MEMBANGUN CITRA DI KALANGAN MASYARAKAT
SURABAYA
SKRIPSI**



**OLEH
CHIKA ALIYAH MAYSARI
20043010124**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN INSTAGRAM DUTA
WISATA CAK NING @CAKNINGSBY DALAM MEMBANGUN CITRA
DI KALANGAN MASYARAKAT SURABAYA**

Disusun Oleh:



Chika Aliyah Maysari
NPM. 20043010124

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Hanca Nurhaqiqi, S.L.P., M.A
NIP. 199211202022032013

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratmoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN INSTAGRAM DUTA
WISATA CAK NING @CAKNINGSBY DALAM MEMBANGUN CITRA
DI KALANGAN MASYARAKAT SURABAYA**

Oleh:

Chika Aliyah Maysari
NPM. 20043010124

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 9 Juli 2024

PEMBIMBING



Hanna Nurhaqiqi, S.I.P., M.A
NIP. 199211202022032013

Tim Penguji,
Ketua

1.



Aulia Rahmawati, M.Si, Ph.D
NPT. 382070602161

2.

Sekretaris



Hanna Nurhaqiqi, S.I.P., M.A
NIP. 199211202022032013


3.

Anggota



Windri Saifudin, S.Sos, M.Med.Kom
NPT. 21119850518326

Mengetahui,
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chika Aliyah Maysari
NPM : 20043010124
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pengelolaan Instagram Duta Wisata
Cak Ning @Cakningsby dalam Membangun Citra di
Kalangan Masyarakat Surabaya

Dengan ini menyatakan:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik 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 dikemudian 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, 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



(Chika Aliyah Maysari)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengelolaan Instagram Duta Wisata Cak Ning @Cakningsby Dalam Membangun Citra Di Kalangan Masyarakat Surabaya”. Skripsi yang penulis lakukan merupakan sebagai tanggung jawab tugas akhir dan syarat kelulusan dalam perkuliahan.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis merasa bahwa banyak sekali rintangan atau hambatan yang terjadi. Setelah melalui perjalanan yang cukup panjang ini menciptakan penyusunan penelitian selesai sampai akhir. Akan tetapi, penulis masih merasa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis sangat berterima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam menyusun penelitian ini, mulai dari bimbingan, bantuan, doa, dan dukungan mulai dari awal hingga akhir.

Selanjutnya, izinkan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, S.Sos, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Hanna Nurhaqiqi, S.I.P. M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing dan mengarahkan penyusunan penelitian penulis.

4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur yang memberikan ilmu pengetahuan mulai awal masuk perkuliahan hingga akhir.
5. Ayah dan Mama atas segala doa, dukungan, materi, nasehat, pengorbanan, perhatian, dan kasih sayang yang sudah diberikan membuat penulis selalu bersyukur atas apa yang sudah didapatkan selama ini.
6. Mutiara, Alma, Sanin, Yasmin, Sevi, Lia dan teman-teman angkatan 2020 yang sudah membantu memberikan motivasi, tenaga, dan waktu kepada penulis.
7. Ardean Naufal Adyar yang telah menjadi *support system* dan telah meluangkan tenaga, waktu, dan lain lain untuk membantu penulis setiap saat.
8. Seluruh pihak Cak Ning Surabaya yang sudah memberikan izin dan melancarkan penyusunan penelitian ini sampai akhir.
9. Diri saya sendiri yang mampu bertahan dari berbagai rintangan, selalu semangat, dan tepat waktu dalam mengerjakan penelitian ini. Terimakasih karena tidak pernah pernah putus asa dalam keadaan apapun, sehingga dapat mempercayai diri saya dan dapat mengandalkan diri sendiri.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk seluruh pihak yang nantinya dapat menjadi referensi dan pengetahuan untuk melakukan penelitian. Aamiin.

Surabaya, 24 Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

CHIKA ALIYAH MAYSARI, 20043010124, STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN INSTAGRAM DUTA WISATA CAK NING @CAKNINGSBY DALAM MEMBANGUN CITRA DI KALANGAN MASYARAKAT SURABAYA

Cak Ning merupakan ajang duta wisata Kota Surabaya yang telah terselenggara sejak tahun 1981. Cak dan Ning memiliki tugas utama yaitu sebagai duta pariwisata Kota Surabaya. Tidak hanya memperhatikan penampilan saja, Cak dan Ning juga harus memiliki pengetahuan mendalam, perilaku yang baik, dan dapat menjadi contoh bagi masyarakat. Namun, seringkali masyarakat juga menunjukkan respon negatif untuk duta wisata ini. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pengelolaan Instagram duta wisata Cak Ning @cakningsby dalam membangun citra di kalangan masyarakat Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif serta analisis teori SOME hingga diperoleh hasil bahwa Cak Ning Surabaya berusaha membangun citra yang positif di masyarakat melalui Instagram dengan melakukan dan memperhatikan beberapa aspek dalam mengelola akun Instagram serta dalam berkegiatan.

Kata Kunci : Cak Ning Surabaya, Duta Wisata, Strategi Komunikasi, Citra.

ABSTRACT

**CHIKA ALIYAH MAYSARI, 20043010124, COMMUNICATION
STRATEGY FOR INSTAGRAM MANAGEMENT OF TOURISM
AMBASSADOR CAK NING @CAKNINGSBY IN BUILDING AN IMAGE
AMONG THE PEOPLE OF SURABAYA.**

Cak Ning is a tourism ambassador event in Surabaya that has been held since 1981. Cak and Ning have their main duties as the tourism ambassador of Surabaya City. Not only paying attention to appearances, Cak and Ning must also have in-depth knowledge, good behavior, and can be an example for the community. However, often people also show a negative response for these tourist ambassadors. The purpose of this study is to find out and describe how the Instagram management strategy of tourism ambassador Cak Ning @cakningsby is to build an image among the people of Surabaya. This study used qualitative research methods and descriptive approaches and analysis of SOME theory until the results were obtained that Cak Ning Surabaya tried to build a positive image in the community through Instagram by performing and paying attention to several aspects of managing Instagram accounts and activities.

Keyword : Cak Ning Surabaya, Tourism Ambassador, Communication Strategy, Branding.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Pustaka.....	17
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	17
2.2.2 Media Sosial.....	19
2.2.3 Duta Wisata.....	24
2.2.4 Citra.....	27
2.2.5 The Cicular Model of SOME.....	32
2.3 Kerangka Berpikir.....	40

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Definisi Konseptual	44
3.2.1 Citra	44
3.2.2 The Circular Model Of SOME	45
3.3 Lokasi Penelitian	47
3.4 Subjek atau Objek Penelitian.....	47
3.5 Teknik Penentuan Informan	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah Cak Ning Surabaya	52
4.1.2 Struktur Kepengurusan Cak Ning Surabaya	53
4.1.3 Instagram Cak Ning Surabaya	54
4.2 Identitas Informan	55
4.3 Hasil dan Pembahasan.....	60
4.3.1 Pembentukan Citra Cak Ning	60
4.3.2 Menentukan Target Pada Media Sosial	62
4.3.3 Mengaktivasi Media Sosial Instagram.....	65
4.3.4 Mengoptimalkan Interaksi dengan Audiens	71
4.3.5 Monitoring dan Manajemen Akun.....	80
4.3.6 Kolaborasi Konten dengan Stakeholder	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar Pada Postingan Bapak Eri Cahyadi.....	4
Gambar 1.2 Anggapan Masyarakat Tentang Cak Ning.....	5
Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	7
Gambar 1.4 Profil Akun Instagram Cak Ning.....	9
Gambar 2.5 Proses Pembentukan Citra.....	31
Gambar 2.6 Teori SOME.....	32
Gambar 2.7 Kerangka Berpikir Penelitian.....	42
Gambar 4.8 Akun instagram @cakningsby.....	54
Gambar 4.9 Jenis Konten Instagram Cak Ning.....	68
Gambar 4.10 Feeds Instagram Cak Ning 2019,2022,2023.....	69
Gambar 4.11 Insight Instagram @cakningsby.....	73
Gambar 4.12 Interaksi pada komentar akun @cakningsby.....	74
Gambar 4.13 Repost story akun @cakningsby.....	75
Gambar 4.14 Komentar Pada Akun @cakningsby.....	79
Gambar 4.15 Live Streaming Instagram Cak Ning.....	86
Gambar 4.16 Konten Kolaborasi dengan Dinas.....	89
Gambar 4.17 Konten Kolaborasi dengan Petinggi.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Pengikut Instagram Duta Wisata Kota di Jawa Timur.....	9
Tabel 2.1 Hasil Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Data Identitas Informan.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	101
Lampiran 2 Transkrip Informan 1.....	104
Lampiran 3 Transkrip Informan 2.....	113
Lampiran 4 Transkrip Informan 3.....	118
Lampiran 5 Transkrip Informan 4.....	124
Lampiran 6 Transkrip Informan 5.....	129
Lampiran 7 Transkrip Informan 6.....	133
Lampiran 8 Transkrip Informan 7.....	136
Lampiran 9 Transkrip Informan 8.....	139
Lampiran 10 Dokumentasi Wawancara.....	142
Lampiran 11 Riwayat Hidup.....	146
Lampiran 12 Lembar Bimbingan Skripsi.....	147