

**MANAJEMEN INTERAKSI DIGITAL WISATA EMBUNG KLEDUNG
TEMANGGUNG MELALUI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA
TAHUN 2021**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**SABILA PUTRI ANNAFI
20180530180**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
ILMU KOMUNIKASI**

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabila Putri Annafi

NIM : 20180530180

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan, bahwa skripsi dengan judul “Manajemen Interaksi Digital Wisata Embung Kledung Melalui Media Sosial Instagram pada Tahun 2021” adalah hasil karya saya sendiri, seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar dan jelas. Penelitian ini benar-benar telah dilakukan dan dapat di pertanggung jawabkan. Apabila skripsi saya dikemudian hari terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis,



Sabila Putri Annafi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah mengajarkan makna kehidupan dari banyak sisi, baik kehidupan dunia maupun akhirat. Saya persembahkan juga kepada sahabat-sahabat saya yang tak terhitung banyaknya sudah membantu saya, dan selalu mengingatkan akan hal-hal yang baik.

Saya persembahkan juga skripsi ini kepada Almamater, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan Pendidikan dan menanamkan nilai-nilai islami. Terakhir, saya persembahkan skripsi ini kepada diri saya sendiri.

MOTTO

“Bermimpilah, karena Tuhan akan memeluk mimpi-mimpimu.”

Arai – buku sang Pemimpi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah menguatkan keinginan saya dengan Kekuatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Manajemen Interaksi Digital Wisata Embung Kledung Temanggung melalui Media Sosial *Instagram* pada Tahun 2021”.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana manajemen interaksi yang telah dilakukan oleh pengelola *Instagram* Embung Kledung pada tahun 2021. Pada pembuatan skripsi ini ada beberapa lika liku yang dihadapi oleh penulis namun alhamdulillah berakhir dengan baik.

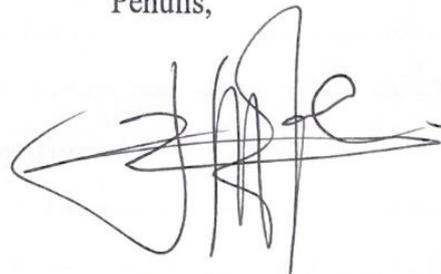
Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya do'a, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Aly Aulia dan Mas Erwan Sudiwijaya selaku dosen pembimbing atas bimbingannya selama beberapa semester ini.
2. Dosen penguji atas masukan dan sarannya.
3. Orang tua saya, adik-adik saya, juga keluarga besar saya yang selalu mendukung saya.
4. Hariza dan Nada yang selalu memberikan dorongan serta semangat.
5. Puspa, April, Keluarga Cemara dan semua teman-teman kuliah yang telah membantu saya dalam banyak hal selama masa perkuliahan ini.
6. Serta semua pihak yang belum saya sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis juga menyadari masih ada banyak hal yang kurang dalam penulisan ini.

Yogyakarta, 3 Januari 2023

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sabila Putri Annafi', written in a cursive style.

Sabila Putri Annafi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	10
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Penulisan	27
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	29
A. Sejarah Singkat Embung Kledung.....	29
B. Profil <i>Instagram</i> Embung Kledung	31
C. Lokasi	32
D. Visi dan Misi	32
E. Struktur Organisasi	32
F. Segmentasi	33
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	34
A. Sajian Data.....	34
B. Pembahasan.....	46

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABLE

Table 1. Komentar tahun 2021 pada postingan di <i>Instagram</i> @wisata_embung_kledung.....	5
Table 2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun <i>Instagram</i> Embung Kledung.....	3
Gambar 2. Komentar tahun 2021 pada postingan di <i>Instagram</i> @wisata_embung_kledung.....	4
Gambar 3. Alur Kegiatan dalam Melakukan Analisis Data : Model Alir.....	24
Gambar 4. Logo Embung Kledung.....	29
Gambar 5. Profil <i>Instagram</i> Embung Kledung.....	31
Gambar 6. Komentar saran di salah satu postingan <i>Instagram</i>	36
Gambar 7. Insight salah satu postingan <i>Instagram</i> Embung Kledung memperlihatkan pemandangan embung dan gunung.....	38
Gambar 8. Insight postingan <i>Instagram</i> Embung Kledung tidak memperlihatkan pemandangan embung dan gunung.....	39
Gambar 9. Kanal komentar postingan @wisata_embung_kledung tanggal 4 Mei 2021.....	40
Gambar 10. Postingan <i>Instastory</i> yang menggunakan fitur polling	41
Gambar 11. Postingan @wisata_embung_kledung yang me-repost postingan milik salah satu videografer @jefripradewa	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Daftar Pertanyaan.....	59
Transkrip Wawancara.....	61