

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi dan respon *followers* terhadap fitur di instagram @sri_gethuk sebagai media promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk Yogyakarta sebagai berikut:

1. Pengelola wisata Air Terjun Sri Gethuk tidak konsisten waktu dalam mengunggah foto atau video di instagram @sri_gethuk. Jarak postingan dengan postingan sebelumnya sekitar 5 sampai 6 hari yang menyebabkan *followers* @sri_gethuk jarang mendapatkan *update* terbaru di wisata Air Terjun Sri Gethuk.
2. Pengelola wisata Air Terjun Sri Gethuk belum maksimal dalam membuat kualitas dan konsep foto di *feed* instagram @sri_gethuk terlihat menarik dan bagus.
3. *Caption* diunggah di instagram @sri_gethuk kurang menarik atau tidak bervariasi sehingga membuat *followers* @sri_gethuk malas untuk membaca dan jarang memberikan *like* di unggahan instagram @sri_gethuk.
4. *Followers* instagram @sri_gethuk jarang memberikan *like* pada foto atau video yang diunggah di instagram @sri_gethuk karena kualitas foto di *feed* instagram @sri_gethuk yang kurang bagus dan terlihat

biasa saja, yang mengakibatkan unggahan tersebut tidak mendapatkan banyak *like* dari *followers*.

5. *Followers* instagram @sri_gethuk jarang memberikan *comment* diunggahannya instagram @sri_gethuk dikarenakan konten unggahan yang terlihat biasa saja dimata *followers* instagram @sri_gethuk.

B. Saran

1. Sebaiknya pengelola wisata Air Terjun Sri Gethuk melakukan pelatihan atau bekerja sama dengan bidang pendidikan ilmu IT.
2. Pengelola wisata Air Terjun Sri Gethuk perlu memahami lebih dalam lagi dalam memanfaatkan fitur-fitur yang digunakan dalam instagram @sri_gethuk.
3. Sebaiknya sebelum mengunggah foto harus sudah menyiapkan *caption* yang bisa menjelaskan gambar atau video yang diunggah.
4. Sebaiknya sebelum membuat *feed* dalam instagram sebaiknya membuat konsep terlebih dahulu seperti membuat *timeline*, agar konten yang diunggah terlihat rapi dan tertata karena *followers* akan tertarik dengan *feed* instagram yang bagus dan menarik.
5. Untuk kualitas foto atau video diunggahannya instagram @sri_gethuk sebaiknya foto atau video tersebut jangan direkam menggunakan kamera Hp biasa tetapi menggunakan kamera tersendiri yang berkualitas, sehingga menghasilkan kualitas foto atau video yang lebih berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Pendit, Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Puntoadi, Danis (2011) *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.326
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*. BANDUNG : ALFABETA. 231
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:ALFABETA. 225
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. .Bandung: ALFABETA. 91 dan 109
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. BANDUNG: ALFABETA. 241
- Yoeti, O,A (2012). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Undang-undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009

B. Jurnal dan Skripsi

- Amartin Lita Ayu (2018), hlm 18-20 PENGARUH AKUN INSTAGRAM @EXPLOREBANTEN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG (TRAVELING) KE TEMPAT WISATA DI BANTEN (SURVEY PADA FOLLOWERS @EXPLOREBANTEN). PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA SERANG – BANTEN. <https://eprints.untirta.ac.id/1106/1/LITTA%20AYU%20AMARTIN%20-%20Copy.pdf>

- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014, "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan" Science Private University, Amman, Jordan. Rev. Integr. Bus. Econ. Res Vol 3.
- BPS. (2021, 10 05). [REVISI per 09/11/2021] Agustus 2021: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 6,49 persen. Retrieved 01 12, 2022, from Pressrelease [REVISI per 09/11/2021] Agustus 2021: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 6,49 persen: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/11/05/1816/agustus-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-49-persen.html>
- Dinda Sekar Puspitarini ,Reni Nuraeni (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University. Jurnal Common | Volume 3 Nomor 1 | Juni 2019. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Fachriza, F. I., & Moelino, N. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild. Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis,1(2),139-148.
- Fajrina, H. N. (2016, June 27). Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia. Retrieved from www.cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/>
- Fatanti, M. N., & Suyadnya, I. W. (2015). Beyond User Gaze: How Instagram Creates Tourism Destination Brand? 2nd Global Conference on Bussines and Social Science 2015 (pp. 1089-1095). Bali: Procedia Social and Behavioral Science.
- Fauziah Rahmi, Atika Ike Ratnamulyani, dan Alamsyah Kusumadinata Ali (2018), Efektifitas Promosi Destinasi Wisata Rekreasi Gunung Pancar Melalui Postingan Instagram Media Sosial". Jurnal Komunikatio Volume 4Nomor 1, April 2018. <https://ojs.unida.ac.id/JK/article/view/1210/958>
- Gohil, D. N. (2015). Role and Impact of Social Media in Tourism: A Case Study on the Initiatives of Madhya Pradesh State Tourism. International Journal of Research in Economics and Social Sciences, 8-15.
- Sari Puspita, M. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam. PERSEPSI: Communication Journal Vol 3No. 1, 2020, 23-36 DOI: 10.30596/persepsi.v%vi%i.4428

- Howard, P. N. & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, Vol. 62, No. 2, 359-362.
https://www.researchgate.net/publication/233729903_Social_Media_and_Political_Change_Capacity_Constraint_and_Consequence
- Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53, 59-68.
https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media
- Petlyn Octaviane Irene (2022) hlm 2, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Wisata Wae Bobok di Manggarai Barat. Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Yogyakarta.
- Rahman Iik, Arif & Panuju Redi yang berjudul (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk *Fair N Pink* Melalui Media Sosial Instagram. Universitasdr.SoetomoSurabaya.
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/26/162>
- Ramadhan, Fadli Harisa (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
<https://www.neliti.com/publications/201101/pemanfaatan-media-sosial-instagram-akun-mrcreampuff-sebagai-promosi-dalam-mening>
- Simatupang, Yohanes Pardido (2021) hlm 7-10, Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Museum Tentara Nasional Indonesia Angkatan Darat Yogyakarta. Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata.
- Kurniawan, Wawan (2015) hlm 22-24, Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang
<https://www.google.com/search?q=Dampak+Sosial+Ekonomi+Pembangunan+Pariwisata+Umbul+Sidomukti+Kecamatan+Bandungan+Kabupaten+Semarang>.
- Dewi Untari1 , Dewi Endah Fajariana2 (2018) hlm 274, Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik) Volume 2 No. 2 September 2018 P-ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791 <file:///C:/Users/USER/Downloads/4387-12207-1-PB.pdf>
- Ai Azizah , Ika Mustika, Restu Bias Primndhika, (2020) hlm 231, Analisis Tindak Tutur Caption Dalam Instagram Ridwan Kamil, *PAROLE Jurnal*

Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (Volume 3 Nomor 3, Mei 2020 P
– ISSN 2614-624X E – ISSN 2614-6231
<file:///C:/Users/USER/Downloads/4840-13477-2-PB.pdf>

Esa Astrid K.L, Rahkman Ardi (2018) hlm 139, Pemburu “LIKE” : Efek Narsisme dan Kebutuhan Rekognisi Pada Pengguna Instagram, Jurnal Ecopsy, Volume 5 Nomor 3, Desember 2018
<http://dx.doi.org/10.20527/ecopsy.v5i3.5149>

Virginia Larasati, Elsie Oktivera (2019) hlm 35, Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Beli Produk Wardah, Jurnal Administrasi Kantor Vol.7 No. 1 Jun 2013 140. PISSN: 23376694 ISSN: 25279769
<http://www.ejournalbinainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1119/965>

Sari, D. R. (2019). Pengaruh Amenitas dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Margasatwa Semarang. Jurnal Gema Wisata, 15(2), 505-516
<https://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/PB/article/view/1937/1597>

Achmad Jamaludin, Zainul Arifin, Kadarismasn Hidayat (2015) hlm 4 Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 21 No. 1 April 2015| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=314239&val=6468&title=PENGARUH%20PROMOSI%20ONLINE%20DAN%20PERSEPSI%20HARGA%20TERHADAP%20KEPUTUSAN%20PEMBELIAN%20Survei%20Pada%20Pelanggan%20Aryka%20Shop%20di%20Kota%20Malang>

C. Internet

ETIKON (<https://eticon.co.id/cara-promosi-pariwisata/>), di akses pada 21 Desember 2022

<http://eprints.umm.ac.id/43019/5/BAB%204.pdf> di akses pada 02, Januari 2023

https://www.google.com/search?q=gambar+logo+instagram+oleh+systrom&sxsrf=ALiCzsbHA9OjZZ4DBaDoQV57EF0lm20Q1A:1672645115139&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiL_bDPsKj8AhVDHrcAHWypDIIsQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1242&bih=568&dpr=1.1#imgrc=zF5osPSdjBHdYM di akses pada 02, Januari 2023

<https://www.google.com/search?q=logo+instargram+ian+spalter&oq=logo+instargram+ian+spalter&aqs=chrome..69i57j0i22i30.9010j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#imgrc=> di akses pada 02, Januari 2023

Nativeindonesia (<https://www.nativeindonesia.com/air-terjun-sri-gethuk/>), di akses pada 21 Desember 2023

Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009, Tentang
Kepariwisataan

Citrahost, <https://www.citrahost.com/blog/instagram-sebagai-sarana-promosi/>,

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

A. Pertanyaan diajukan kepada admin instagram @sri_gethuk

1. Sejak kapan menggunakan instagram @sri_gethuk sebagai media promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk?
2. Mengapa memilih instagram sebagai media promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk?
3. Bagaimana konsep foto atau video yang ada di *feed* instagram @sri_gethuk?
4. Bagaimana mas membuat *caption* disetiap unggahan atau postingan di instagram @sri_gethuk agar dapat menarik bagi setiap orang yang membacanya?
5. Seberapa sering mas memposting foto atau video di instagram @sri_gethuk?
6. Apakah postingan di instagram @sri_gethuk banyak mendapatkan *comment* dari *followers*?
7. Apakah postingan di instagram @sri_gethuk banyak mendapatkan *like* dari *followers*?

B. Pertanyaan diajukan kepada staf marketing wisata Air Terjun Sri Gethuk

1. Sejak kapan menggunakan instagram sebagai media sarana promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk?
2. Mengapa wisata Air Terjun Sri Gethuk memilih instagram sebagai media sarana promosi?

3. Bagaimana dengan kualitas foto atau video yang di unggah di instagram @sri_gethuk?

C. Pertanyaan diajukan kepada pemandu wisata Air Terjun Sri Gethuk

1. Apakah instagram @sri_gethuk konsisten waktu dalam memposting foto atau video di instagram?

D. Pertanyaan yang diajukan kepada *followers* instagram @sri_gethuk

1. Apakah anda pengikut atau *followers* instagram @sri_gethuk?

2. Sudah berapa kali datang kesini?

3. Apakah anda memposting foto ketika datang kesini?

4. Apakah konsep foto di feed instagram @sri_gethuk rapi atau menarik tidak?

5. Bagaimana menurut anda tentang konten-konten (kualitas foto) yang diunggah di instagram @sri_gethuk?

6. Seberapa sering anda memberikan *like* pada postingan instagram @sri_gethuk?

7. Apakah anda pernah memberikan komentar atau *comment* pada postingan instagram @sri_gethuk?

8. Apakah *caption* yang ditulis diposting instagram @sri_gethuk menarik atau tidak?

9. Apakah instagram @sri_gethuk konsisten waktu dalam mengunggah postingan di instagram @sri_gethuk?

Transkrip Hasil Wawancara

Coding Informan

No	Nama	Jenis kelamin	Inisial	Pekerjaan
1.	Bapak Syaifudin	Laki-laki	SY	<i>Staf marketing</i>
2.	Bapak Agus	Laki-laki	AG	Admin IG @sri_gethuk
3.	Bapak Untung	Laki-laki	UN	Pemandu Wisata
4.	Mas Jhony	Laki-laki	JH	Followers Instagram @sri_gethuk
5.	Mbak Gagas	Perempuan	GA	<i>Followers Instagram</i> @sri_gethuk
6.	Mbak Sela	Perempuan	SE	<i>Followers Instagram</i> @sri_gethuk
7.	Mbak Yunita	Perempuan	YU	<i>Followers Instagram</i> @sri_gethuk

1. Informan 1

Nama Informan	AG
Kode Informan	AG07022023
Kode Peneliti	P07022023

Kode	Baris	Transkrip
P07022023		Sejak kapan menggunakan instagram sebagai media sarana promos wisata Air Terjun Sri Gethuk?
AG07022023		Kami menggunakan media sosial instagram @sri_gethuk sebagai media promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk sejak tahun 2017 mbak.
P07022023		Mengapa menggunakan Instagram @sri_gethuk sebagai media sarana promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk?
AG07022023		Kami menggunakan media sosial instagram @sri_gethuk sebagai sarana promosi kami karena yang pertama kami melihat dari segi kemudahan dalam menggunakan instagram yang dimana kita tidak perlu membeli aplikasi Instagram cukup di <i>download</i> saja setelah itu bisa dipakai kapan saja dan juga dilihat dari banyaknya orang dijamin sekarang yang menggunakan instagram, yang dimana ketika

		kami menggunakan instagram foto atau vedio yang kami unggah dapat dilihat banyak orang karena jangkuan instagram yang luas.
P07022023		Bagaimana konsep di feed instagram @sri_gethuk?
AG07022023		Sebenarnya foto atau vedio yang kami unggah di Instagram belum terkonsep 100 % mbak, dalam memposting gambar di feed Instagram kami hanya sekedar mengupload gambar tetapi tidak beruntun atau bertahap jadi feed instagram @sri_gethuk itu terlihat kurang menarik, dan untuk kualitas foto atau vedio dari dulu kami tidak pernah mengambil foto atau vedio menggunakan kamera khusus gitu, kami hanya menggunakan kamera hp android biasa, kami benar-benar mengupload sesuai dengan realita yang ada disini.
P07022023		Bagaimana membuat <i>caption</i> dalam setiap unggahan di instagram @sri_gethuk?
AG07022023		Untuk <i>caption</i> kami hanya buat semampu kami mbak, saya pribadi merasa penulisan <i>caption</i> merupakan salah satu hal tersulit dalam penggunaan instagram sebagai media promosi, penulisan caption kan harus yang bagus yang dapat membuat orang tertarik untuk membacanya, saya pribadi mbak saya sulit merangkai kata-kata atau penulisan caption itu yang sebagus mungkin, jadi setiap penulisan caption di unggahan instagram @sri_gethuk ya kami sekedar menulis keterangan foto tersebut.
P07022023		Seberapa sering memposting foto atau vedio di instagram @sri_gethuk?
AG07022023		Kalau dulu sebelum covid sering sih mbak, biasanya bisa sampai 3 kali postingan dalam sehari, tetapi pas covid kemarin instagram kita tutup sementara soalnya tempat kita juga ditutup jadi tidak ada pengoprasian di wisata Air Terjun Sri Gethuk sejak adanya covid, instagram aktif lagi pas kemarin awal 2021 tetapi kita jarang juga mengunggah foto atau vedio karena ada kesibukan masing-masing juga mbak.
P07022023		Apakah postingan di instagram @sri_gethuk banyak mendapatkan komentar atau comment dari <i>followers</i> ?
AG07022023		Untuk postingan di instagram @sri_gethuk

		belum terlalu banyak mendapatkan komentar dari <i>followers</i> mbak.
P07022023		Apakah postingan di instagram @sri_gethuk banyak mendapatkan <i>like</i> dari <i>followers</i> ?
AG07022023		Sebenarnya foto atau vedio yang kami unggah di instagram @sri_gethuk belum mendapatkan banyak <i>like</i> dari <i>followers</i> mbak.
P07022023		Bagaimana dengan konten unggahan di instagram @sri_gethuk?
AG07022023		konten yang kami unggah di instagram @sri_gethuk sudah cukup menarik mbak, kami sudah semaksimal mungkin membuat konten yang kami unggah terlihat menarik sehingga bisa membuat <i>followers</i> berkunjung ke wisata Air Terjun Sri Gethuk ini. Meskipun konten yang kami unggah di instagram @sri_gethuk direkam menggunakan kamera hp android biasa tetapi kami berusaha agar hasil rekaman tersebut terlihat menarik atau membuat konten unggahan tersebut terlihat berkualitas.

2. Informan 2

Nama Informan	SY
Kode Informan	SY29012023
Kode Peneliti	P29012023

Kode	Baris	Transkrip
P29012023		Mengapa wisata Air Terjun Sri Gethuk memilih instagram @sri_gethuk sebagai media sarana promosi?
SY29012023		Kami memilih instagram sebagai media sarana promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk karena yang pertama penggunaan instagram tidak memunggut biaya yang sangat besar dibandingkan dengan media lainnya, sebelumnya kami pernah menggunakan <i>website</i> untuk kegiatan promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk namun lambat laun ternyata penggunaan <i>website</i> memunggut biaya yang cukup besar, maka dari itu kami tidak menggunakannya lagi, kami lebih fokus menggunakan instagram saja apalagi sekarang hampir seluruh masyarakat menggunakan instagram untuk mengakses informasi mengenai suatu destinasi wisata, dengan begitu promosi melalui media sosial instagram @sri_gethuk dapat menjangkau lebih luas.
P29012023		Sejak kapan menggunakan media sosial instagram @sri_gethuk sebagai media promosi wisata Air Terjun Sri Gethuk?
SY29012023		Kami menggunakan instagram @sri_gethuk sebagai media promosi sejak tahun 2017 mbak.
P29012023		Bagaimana konsep foto atau video yang diunggah difeed instagram @sri_gethuk ?
SY29012023		Konsep foto atau video yang kami unggah difeed instagram @sri_gethuk yang pasti harus terlihat bagus agar wisatawan berniat untuk berkunjung, seperti membuat postingan difeed tersusun rapi agar menarik untuk dilihat oleh <i>followers</i> , tetapi hingga saat ini foto atau video yang kami unggah di instagram belum terkonsep dengan baik atau belum maksimal dan kualitas foto atau video belum terlalu bagus karena kami juga mengambil gambar hanya menggunakan hp bukan menggunakan kamera tanpa diedit

		lagi, dan juga mungkin karena kami hanya masyarakat biasa SDM kami masih kurang, jadi ya untuk konsep foto yang bagus untuk dipromosi ke masyarakat luas kami masih kurang paham.
--	--	---

3. Informan 3

Nama Informan	UN
Kode Informan	UN29012023
Kode Peneliti	P29012023

Kode	Baris	Tarnskip
P29012023		Kesulitan yang dihadapi selama menggunakan instagram @sri_gethuk sebagai media promosi Wisata Air Terjun Sri Gethuk?
UN29012023		Salah satu kesulitan kami dalam menggunakan instagram @sri_gethuk adalah kurang konsisten waktu dalam mengunggah konten-konten di instagram, dalam mengupload foto atau vedio di instagram @sri_gethuk kami kurang konsisten dengan waktu, misalnya hari ini kami memposting foto atau vedio nanti dua minggu setelah itu baru mengupload foto atau vedio lagi, jadi saya rasa kami tidak konsisten waktu dalam mengunggah foto atau vedio di instagram @sri_gethuk.

4. Informan 4

Nama Informan	JH
Kode Informan	JH15022023
Kode Peneliti	P15022023

Kode	Baris	Transkrip
P15022023		Bagaimana menurut bapak tentang konsep di <i>feed</i> instagram @sri_gethuk?
JH15022023		Ia mbak kalau menurut saya pribadi konsep foto di <i>feed</i> instagram @sri_gethuk kurang rapi, penataan foto nya masih kurang rapi, dan kualitas foto atau vedio yang diunggah agak kurang menarik, foto atau vedio yang diunggah terlihat biasa saja, tetapi mbak meskipun yang dilihat di instagram @sri_gethuk kurang bagus tetapi kalau dilihat secara langsung wisata Air Terjun Sri Gethuk ini sangat bagus, jadi saya rasa wisata Air Terjun Sri Gethuk lebih bagus kalau dilihat secara langsung dibandingkan yang dilihat di instagram @sri_gethuk, mungkin karena instagram @sri_gethuk menggunakan kamera hp biasa jadi kualitas foto atau vedio yang mereka unggah terlihat kurang bagus.
P15022023		Bagaimana menurut bapak Caption yang diunggah instagram @sri_gethuk?
JH15022023		Menurut saya mbak caption yang ditulis disetiap unggahan foto atau vedio di instagram @sri_gethuk terlalu monoton sehingga kurang menarik untuk dibaca, tulisannya pun berisi keterangan singkat tentang gambar yang diposting di instagram @sri_gethuk tanpa ada penambahan kalimat yang membuat caption tersebut menarik untuk dibaca.
P15022023		Bagaimana dengan konten unggahan di instagram @sri_gethuk menarik atau tidak?
JH15022023		Saya pribadi sih mbak lebih suka melihat Air Terjun Sri Gethuk secara langsung dibandingkan yang dilihat di konten instagram @sri_gethuk, karena menurut saya konten yang diunggah di instagram @sri_gethuk tidak seindah yang dilihat secara langsung disini mbak.

5. Informan 5

Nama Informan	GA
Kode Informan	GA20022023
Kode Peneliti	P20022023

Kode	Baris	Transkrip
P20022023		Bagaimana menurut mbak tentang <i>caption</i> di instagram @sri_gethuk?
GA		Kalau menurut saya mbak penulisan <i>caption</i> di instagram @sri_gethuk memang cukup bagus tetapi menurut saya isi <i>caption</i> tersebut terlalu monoton, dimana disetiap foto atau video yang diunggah <i>caption</i> nya hampir mirip jadi kadang merasa bosan untuk dibaca.
P20022023		Apakah mbak Gagas sering memberikan comment pada unggahan instagram @sri_gethuk?
GA20022023		Kalau saya sih mbak belum pernah memberikan comment di unggahan instagram @sri_gethuk, karena menurut saya foto atau video yang diunggah kurang bagus, meskipun ya mbak direalitasnya Air Terjun Sri Gethuk ini sangat bagus, tetapi kalau di lihat di postingan instagram @sri_gethuk terlihat biasa saja tidak ada yang menarik.
P20022023		Apakah konten unggahan di instagram @sri_gethuk menarik atau tidak?
GA20022023		Menurut saya konten yang diunggah di instagram @sri_gethuk terlihat biasa saja atau kurang menarik mbak, Air Terjun Sri Gethuk menurut saya lebih bagus ketika dilihat langsung dibandingkan lihat di konten instagram @sri_gethuk.

6. Informan 6

Nama Informan	SE
Kode Informan	SE20022023
Kode Peneliti	P20022023

Kode	Baris	Transkrip
P20022023		Apakah menurut mbak Sela instagram @sri_gethuk waktunya konsisten dalam mengunggah postingan di instagram @sri_gethuk?
SE20022023		postingan di instagram @sri_gethuk saya rasa kurang konsisten dalam mengunggah foto atau vedio di feed instagram nya mbak, jadi kadang saya jarang melihat update terbaru di wisata Air Terjun Sri Gethuk melalui instagram @sri_gethuk, yang membuat saya ketinggalan tentang informasi baru di wisata Air Terjun Sri Gethuk ini.
P20022023		Apakah mbak Sela selalu mengunggah foto pada saat beraktivitas di wisata Air Terjun Sri Gethuk?
SE20022023		Saya selalu mengunggah foto di instagram saya pribadi biasanya yang aku unggah tempat-tempat yang saya sukai saja atau aktivitas saya sehari-hari, salah satunya ya aktivitas di wisata Air Terjun Sri Gethuk ini, kerana disini itu bagus, menarik, dan pemandangan alamnya yang luar biasa.
P20022023		Apakah mbak Sela pernah memberikan like di unggahan instagram @sri_gethuk?
SE20022023		Kalau saya pribadi pernah sih memberikan like pada unggahan di instagram @sri_gethuk tetapi itu di unggahan tertentu saja, ya karena menurut saya tidak semua foto atau vedio yang diunggah

		<p>di instagram @sri_gethuk itu terlihat menarik, ada beberapa foto yang mereka unggah terlihat biasa saja, dan juga karena caption mereka kurang bagus sehingga membuat saya jarang memberikan like pada postingan instagram @sri_gethuk.</p>
--	--	--

7. Informan 7

Nama Informan	YU
Kode Informan	YU15022023
Kode Peneliti	P15022023

Kode	Baris	Transkrip
P15022023		Apakah mbak selalu mengunggah foto di halaman instagram mbak ketika beraktivitas di wisata Air Terjun Sri Gethuk ini?
YU15022023		Kalau saya sih sudah dua kali mbak, dan biasanya setiap kesini saya selalu mengunggah foto di instagram pribadi saya.
P15022023		Apakah mbak Sela sering memberikan like diunggahan instagram @sri_gethuk?
YU15022023		Kalau saya pribadi pernah mbak memberikan like pada unggahan di instagram @sri_gethuk tetapi itu diunggah tertentu saja, ya karena menurut saya tidak semua foto atau vedio yang diunggah di instagram @sri_gethuk itu terlihat menarik, ada beberapa foto yang mereka unggah terlihat biasa saja, dan juga karena caption mereka kurang bagus sehingga mebuat saya jarang memberikan like pada postingan instagram @sri_gethuk.
P15022023		Apakah menurut mbak Sela instagram @sri_gethuk konsisten waktu dalam mengunggah konten di instagramnya?
SE15022023		Postingan di instagram @sri_gethuk saya rasa kurang konsisten dalam mengunggah foto atau vedio di feed instagram nya mbak, jadi kadang saya jarang melihat update terbaru di wisata Air Terjun Sri Gethuk melalui instagram @sri_gethuk, yang mebuat saya ketinggalan tentang informasi baru di wisata Air Terjun Sri Gethuk ini.

Surat Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 126/Q.AMPTA/I/2023
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

24 Januari 2023

Yth. Ketua Pengelola Destinasi Wisata Sri Gethuk
Menggoran 2, Desa Bleberan, Kecamatan Playen
Kabupaten Gunung Kidul

Dengan Hormat,

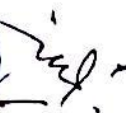
Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan penelitian di Destinasi Wisata Air Terjun Sri Gethuk Gunungkidul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Februari 2023 sampai dengan tanggal 28 Februari 2023, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Febriani Juita min
No. Induk Mahasiswa : 519101113
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Wisata Air Terjun Sri Gethuk Kecamatan Playen Kabupaten Gunung Kidul (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

Matno, M.M.



Surat Balasan Penelitian



DESA WISATA BLEBERAN

UNIT BADAN USAHA MILIK DESA BLEBERAN PLAYEN GUNUNGKIDUL

Sekretariat : Komplek Goa Rancang Kencana, Menggoran II, Bleberan, Playen, Gunungkidul

kode pos 55861

Bleberan, 30 Januari 2023

Hal : Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada

Yth Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Di tempat

Dengan hormat,

Berdasarkan surat nomor 126/Q.AMPTA/I/2023 tanggal 24 Januari 2023 perihal pelaksanaan penelitian di Destinasi Wisata Air Terjun Sri gethuk selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 01 Februari 2023 sampai dengan tanggal 28 Februari 2023 dari salah satu mahasiswa Bapak/Ibu atas nama :

Nama Mahasiswa : Febriani Juita min

No. Induk Mahasiswa : 519101113

Semester : VIII

Bersama ini kami sampaikan bahwa Destinasi wisata kami memberikan izin pada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun skripsi yang berjudul :

" Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Wisata Air Terjun Sri Gethuk Kecamatan Playen Kabupaten Gunungkidul "

Demikian surat balasan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.



Dokumentasi







Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Indira A. P.
NO. MAHASISWA : 010101
JUDUL PENELITIAN : Investigasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan belajar siswa di kelas
NAMA PEMBIMBING I: DES. SANTIJO MA
NAMA PEMBIMBING II: Siti Nur Hafidha Ningsih, M.Pd

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	17/03	- about my research	
		part research paper	
		Alina / 2011 / 1040	
		member / 1040	
		di Bimbingan	
2	17/03	- data tulis di paper	
		- Sumber pustaka cari	
		statistik	
		- pengumpulan data	
		kegiatan / internet	
		statistik	



NAMA MAHASISWA: Jeliani Duita Mia
NO. MAHASISWA : 5190102
JUDUL PENELITIAN : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Wisata Air terjun di Gunung Pacitan, Kab. Gunung Kidul.
NAMA PEMBimbing: SETIA PRATIYO Nugroho, S.ST.M.Sc.

NAMA PEMBimbing: DR. SANTOSA

NO.	TANGGAL	URAIAN BINGINGAN	PADAF
	28/23	analisa tema	
		uraian	
		di facebook	
		depan & belakang foto	
		menalar	
		latihan	
	29/23	kegiatan	
		kegiatan	
		lingkaran	
		gambar	
		proses	
		pekerjaan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BINGINGAN	PADAF
3	28/23	perbaiki cara mengedit foto → lihat menu penelitian	
4	30/23	Ace Strip	