

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @INFOKEJADIANDEMAK
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN KENYAMANAN CALON
WISATAWAN RELIGI KOTA DEMAK**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Lutvi Tanugrani
32802100007

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutvi Tanugrani

NIM : 32802100007

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul

“Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon Wisatawan Religi Kota Demak”

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil penelitian orang lain. Apabila pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima kasih.

Semarang, 28 Mei 2025

Penulis,



Lutvi Tanugrani

32802100007

HALAMAN PENGESAHAN I

Judul Penelitian : **Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak
Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon
Wisutawan Religi Kota Demak**
Nama : Lutvi Tanugrani
NIM : 32802100007
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 8 Juli 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Penulis,

Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih S.Sos, M.Si
NIK. 211109001

Lutvi Tanugrani
NIM. 32802100007

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimanah S.Sos, M.Si
NIK. 211121019

HALAMAN PENGESAHAN II

Judul Penelitian : **Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak
Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon
Wisatawan Religi Kota Demak**
Nama : Lutvi Tanugrani
NIM : 32802100007
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 28 Mei 2025

Penulis,



Lutvi Tanugrani
32802100007

Dosen Penguji:

Mubarok S.Sos., M.Si
NIK. 2111080002



(.....)

Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih S.Sos., M.Si
NIK. 2111080001



(.....)

Made Dwi Adnjani S.Sos., M.Si., M.I.Kom
NIK. 2111090008



(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimandh S.Sos., M.Si
NIK. 211121019

Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon Wisatawan Religi Kota Demak

Lutvi Tanugrani
(32802100007)

ABSTRAK

Media sosial instagram @infokejadiandemak merupakan akun yang menginformasikan kejadian dan situasi kondisi di wilayah Demak. Wilayah tersebut sering terjadi masalah lalu lintas karena disebabkan oleh beberapa aspek. Hal ini tentu membuat masalah bagi para pengguna jalan khususnya calon wisatawan religi. Kesenjangan informasi dan kredibilitas sumber mengenai banyak akun yang menyebarkan informasi tanpa melakukan pengecekan dapat berujung pada informasi palsu yang dapat mengganggu kenyamanan perjalanan pengunjung daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akun Instagram @infokejadiandemak dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang bermanfaat dan memberikan kenyamanan calon wisatawan religi yang akan berkunjung ke Kota Demak. Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori Use and Gratification, dengan pendekatan kualitatif penelitian ini menggali pengalaman dan persepsi para pengikut akun tersebut dalam mengakses informasi seputar situasi lalu lintas, keadaan daerah, kondisi cuaca, kegiatan keagamaan, serta informasi penting lainnya yang relevan dengan kebutuhan wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @infokejadiandemak berfungsi sebagai media komunikasi yang dipercaya oleh wisatawan religi, terutama karena penyampaian informasi yang membantu dalam perencanaan perjalanan sehingga turut meningkatkan kenyamanan calon wisatawan. Bagi wisatawan, konten dari akun @infokejadiandemak tidak hanya memberikan informasi faktual, tetapi juga memediasi pengalaman emosional dan persepsi terhadap keamanan serta kesiapan destinasi yang akan mereka kunjungi. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa akun @infokejadiandemak berfungsi sebagai media komunikasi yang efektif dan dipercaya karena informasi yang diunggah cepat, aktual, dan relevan dengan kebutuhan wisatawan. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu peneliti hanya menetapkan empat informan dan satu narasumber tambahan. Rekomendasi penelitian selanjutnya untuk mengkaji lebih dalam mengenai teori komunikasi tentang pemanfaatan media sosial instagram terhadap suatu objek dilingkungan mereka.

Kata kunci: Pemanfaatan Akun, Media Komunikasi, Instagram @Infokejadiandemak, Wisatawan Religi, Kenyamanan Perjalanan

***Utilization of Instagram @Infokejadiandemak as a Communication Medium
and Source of Comfort for Prospective Religious Tourists in Demak***

Lutvi Tanugrani
(32802100007)

ABSTRACT

Instagram account @infokejadiandemak serves as an information platform that provides updates on events and situational conditions in the Demak region. This area frequently encounters traffic-related issues due to various contributing factors, posing challenges for road users, particularly prospective religious tourists. The presence of information gaps and questionable source credibility where many accounts share unverified information can lead to the spread of false information that disrupts the comfort and safety of visitors' travel experiences. This study aims to explore how the Instagram account @infokejadiandemak is utilized as an effective communication medium that offers convenience and reliability for religious tourists planning to visit Demak City. Using the Uses and Gratifications Theory, this research employs a qualitative approach to investigate the experiences and perceptions of the account's followers in accessing information related to traffic conditions, regional situations, weather updates, religious events, and other relevant topics aligned with the needs of tourists.

The research findings indicate that the Instagram account @infokejadiandemak functions as a trusted communication medium for prospective religious tourists, primarily due to the way it delivers helpful information that aids in travel planning and enhances the comfort of these tourists. For prospective travelers, the content shared by @infokejadiandemak not only provides factual information but also mediates emotional experiences and shapes perceptions of safety and the preparedness of the destination they intend to visit. The conclusion of this study affirms that @infokejadiandemak serves as an effective and reliable communication platform, owing to the timely, up-to-date, and relevant nature of the information it shares in response to the needs of prospective tourists. One limitation of this study is that the researcher only included four main informants and one additional source. Future research is recommended to explore more deeply communication theories related to the use of Instagram as a medium for engaging with specific local environments or destinations.

Keywords: *account utilization, communication media, Instagram @infokejadiandemak, religious tourists, travel comfort*

MOTTO

*“Dan Aku Menyerahkan Urusanku Kepada Allah, Sungguh, Allah Maha Melihat
akan hamba-hamba-Nya.”*

[40:44]



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur terhadap Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kekuatan yang diberikan sepanjang proses penulisan ini. Tidak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan manusia sepanjang zaman

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

*Diri saya sendiri yang telah berusaha, berjuang, bertahan dan tidak menyerah menyelesaikan prosesnya hingga akhir
Ayah dan ibu tercinta atas doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan yang tiada hentinya*

Adik saya yang juga menjadi penyemangat dan motivasi dari langkah yang saya jalani

Kakek, nenek, paman dan budhe serta seluruh keluarga saya yang hadir memberi dukungan, semangat dan doa

Dosen pembimbing dan seluruh dosen di program studi ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran

Teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini berbagi suka dan duka selama menjalankan studi

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW suri tauladan bagi seluruh umat manusia yang telah membawa cahaya ilmu dan kebenaran ke dunia ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon Wisatawan Religi Kota Demak" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unissula.
3. Bapak Urip Mulyadi S.I.Kom, M.I.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Unissula.

4. Seluruh Dosen dan staff di Fakultas Ilmu Komunikasi Unissula yang telah memberikan ilmu, arahan, tenaga dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta yang terus memberikan doa, dukungan, kasih sayang dan pengorbanan yang tak pernah berhenti mengalir dari sejak saya lahir ke dunia ini.
6. Adik saya tercinta yang memberikan langkah motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. Pihak pengelola akun yang telah memberikan izin dan bersedia untuk di wawancarai secara langsung oleh penulis
8. Para informan yang telah bersedia di wawancarai dan memberikan jawaban kepada penulis.
9. Segenap keluarga yang kebersamai, menyemangati, mendoakan dan memberi dukungan moril dalam menyelesaikan skripsi.
10. Sahabat penulis yang telah menemani selama masa perkuliahan sampai proses pembuatan skripsi hingga akhir, Fina Fadhilatul Muna, Amelia Berliana Nurrengganis, Inka Regita Aryani terima kasih banyak karena telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian dan selalu memberikan dukungan moril kepada penulis.
11. Sahabat sekaligus teman se-kosan yang kebersamai dari semester awal perkuliahan, Alia Ali Bilidya yang sudah memberikan semangat untuk penulis.

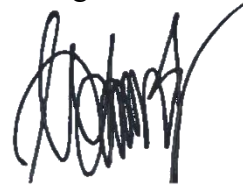
12. Sahabat dari sekolah, Tara Fitriyani, Helya Cholifatul Ulfa yang juga telah memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi.
13. Teman seperjuangan skripsi, Ajeng Operasiana, Anandita Aleyda, Siti Sariatul Khoiriyah yang selalu bisa diajak berdiskusi dan mendengar keluh kesah penulis dengan sesama.
14. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat, bantuan, dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung.
15. *Last but not least, I would like to thank myself for having the strength and determination to keep going, to fight, and to work hard through the many processes and obstacles along the way. I'm deeply grateful for the blessings of Allah SWT, who has provided help and smoothness in every step of this journey from beginning to end. My hopes and dreams would not have come true without His guidance and assistance in every path I have taken. Thank's Allah for all the grace and mercy You have given.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, dengan bantuan dan dukungan dari pihak-pihak tersebut penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kajian Ilmu Komunikasi.

Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Semarang, 28 Mei 2025



Lutvi Tanugrani
32802100007



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN I	iii
HALAMAN PENGESAHAN II	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Signifikasi Penelitian.....	8
1.4.1. Secara Akademis	8
1.4.2. Secara Praktis	8
1.4.3. Secara Sosial	9
1.5. Kerangka Penelitian	9
1.5.1. Paradigma.....	9
1.5.2. <i>State of the Art</i>	10
1.6. Teori Penelitian.....	11
1.6.1. <i>Model Use and Gratification</i>	11
1.6.2. Konsep New Media.....	14
1.7. Kerangka Empiris Penelitian.....	17
1.8. Operasionalisasi Konsep	17
1.8.1. Pemanfaatan	17

1.8.2. Instagram.....	19
1.8.3. Media Komunikasi.....	19
1.8.4. Kenyamanan.....	21
1.8.5. Wisatawan Religi	22
1.9. Metodologi Penelitian	23
1.9.1. Tipe Penelitian.....	23
1.9.2. Sumber Data.....	23
1.9.3. Teknik Penentuan Informan	24
1.9.4. Teknik Pengumpulan Data	25
1.9.5. Analisis Data	27
1.9.6. Kualitas Data.....	29
BAB II PROFIL PENELITIAN	30
2.1. Gambaran Umum Kota Demak.....	30
2.1.1. Peta Wilayah Demak	30
2.1.2. Sejarah Umum Kota Demak	31
2.1.3. Budaya Kota Demak	33
2.2. Instagram	35
2.3. Akun Instagram @Infokejadiandemak.....	36
2.4. Media Sosial Dibawah Naungan @Infokejadiandemak.....	41
2.4.1. TikTok Info Kejadian Demak	41
2.4.2. Youtube Info Kejadian Demak.....	42
2.4.3. Akun Instagram @infokejadiandemak.id	43
BAB III TEMUAN PENELITIAN	44
3.1. Identitas Informan	45
3.2. Data Penelitian Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon Wisatawan Kota Demak	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1. Media Sosial @Infokejadiandemak Sebagai Sumber Informasi Lokal Calon Wisatawan Religi.....	65

4.2. Persepsi Calon Wisatawan Terhadap Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak	67
4.3. Kepercayaan Kredibilitas Informasi Calon Wisatawan Terhadap Instagram @infokejadiandemak	69
4.4. Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Membantu Efektivitas Kunjungan Calon Wisatawan.....	71
4.5. Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Memberikan Kenyamanan Perjalanan Bagi Calon Wisatawan	73
4.6. Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Baru Oleh Wisatawan Religi.....	74
4.7. Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi.....	76
4.8. Kebutuhan dan Kendala Pada Akun @Infokejadiandemak Dalam Mendukung Kenyamanan Wisatawan Religi.....	79
BAB V PENUTUP.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Keterbatasan Penelitian	84
5.3. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>State Of The Art</i>	10
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Screenshot Akun Instagram @infokejadiandemak	2
Gambar 1.2.	Pengguna Sosial Media Terbanyak Di Indonesia 2024.....	3
Gambar 1.3.	Pengguna Internet Di Indonesia 2013-2023.....	6
Gambar 1.4.	Kerangka Empiris Penelitian.....	17
Gambar 2.1.	Peta Wilayah Demak Dari Website Pengadilan Negeri Demak	30
Gambar 2.2.	Logo Instagram	35
Gambar 2.3.	Instagram @infokejadiandemak	37
Gambar 2.4.	Screenshot Tanggal Bergabung di Instagram.....	37
Gambar 2.5.	Screenshot Instastory Akun @Infokejadiandemak	39
Gambar 2.6.	Postingan Instagram Akun @Infokejadiandemak.....	39
Gambar 2.7.	Screenshot Konten Akun @Infokejadiandemak	40
Gambar 2.8.	Screenshot Akun Tiktok Info Kejadian Demak	41
Gambar 2.9.	Screenshot Akun Youtube Info Kejadian Demak.....	42
Gambar 2.10.	Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak.Id.....	43



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Akun @infokejadiandemak merupakan akun yang aktif menginformasikan kejadian seputar wilayah Demak. Namun, munculnya kesenjangan informasi (*information gap*) antara calon wisatawan dan kredibilitas sumber mengenai banyak akun yang menyebarkan informasi tanpa melakukan pengecekan dapat berpotensi menjadi informasi palsu yang mengganggu kenyamanan perjalanan. Hal itu menjadikan permasalahan lalu lintas bagi para pengguna jalan khususnya calon wisatawan religi. Selain itu, kepatuhan terhadap kebijakan konten juga menjadi isu penting. Beberapa konten yang diunggah berisiko melanggar pedoman komunitas Instagram, seperti penyebaran ujaran kebencian atau informasi sensitif, yang dapat menyebabkan penghapusan akun.

Penyebaran informasi yang terlalu berlebihan mengenai suatu kejadian tertentu juga dapat membahayakan individu atau kelompok, terutama jika menyertakan lokasi atau identitas. Adanya perbedaan respons komunitas dengan sebuah informasi yang disebarkan dapat memicu reaksi berlebihan dari masyarakat seperti kepanikan massal atau tindakan yang tidak diinginkan. Kualitas konten yang disajikan mungkin tidak informatif atau tidak jelas, sehingga sulit bagi pengguna jalan untuk memahami situasi.

Demak sebagai salah satu kota pusat wisata religi di Pulau Jawa menjadikannya sebagai daerah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan religi setiap hari. Banyaknya kejadian/peristiwa yang sering terjadi di kota Demak

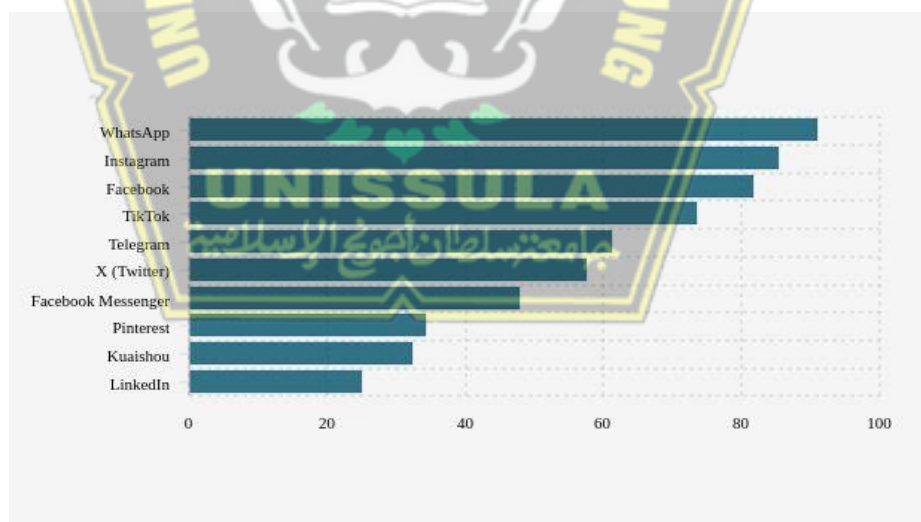
seperti kemacetan lalu lintas, laka lalu lintas, banjir, rob, pembangunan jembatan, perbaikan jalan dan lainnya yang umum terjadi di kota Demak, membuat banyak calon wisatawan kecewa ketika ingin mendatangi kota Demak. Adanya bangunan wisata religi seperti Masjid Agung Demak, Museum Masjid Agung Demak, Makam Kadilangu (Sunan Kalijaga), Makam Syekh Abdullah Muzaki, Pantai Gelagah Wangi Istanbul, Pantai Morodemak, Wisata Hutan Mangrove Tambaksari, Demak Green Garden (Degega) dan masih banyak wisata lainnya. Hal itu membuat para wisatawan, terutama wisatawan religi diluar kota berdatangan mengunjungi kota Demak. Hal itu menjadikan banyak orang yang membuat sebuah akun informasi di sosial media Instagram, salah satunya akun Instagram Info Kejadian Demak yang telah memiliki 187ribu pengikut. Akun tersebut telah sering memuat informasi peristiwa setiap harinya untuk publik, dan semua orang bisa mengakses untuk kemudahan dalam mencari informasi kejadian yang sedang terjadi.



Gambar 1.1. Screenshot Akun Instagram @infokejadiandemak

Pemanfaatan Instagram untuk meningkatkan kualitas, merupakan salah satu cara pengendalian informasi akibat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi

yang terjadi di setiap daerah tidak terkecuali kota Demak. Banyak masyarakat di Indonesia yang memanfaatkan media sosial terutama Instagram digunakan untuk mendapatkan informasi dan sebagai media komunikasi mengenai kejadian atau peristiwa yang terjadi di suatu daerah. Apalagi jika tempat tersebut merupakan sebuah tempat wisata religi yang banyak dikunjungi orang muslim setiap harinya. Kota Demak sebagai salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki penduduk sebanyak 1,163 juta jiwa yang bahkan hampir semua kalangan bisa mengakses internet dan aktif di dunia maya, memiliki sejumlah pariwisata yang bisa menarik wisatawan dari berbagai kota. Terutama di hari besar dan saat musim liburan tiba maka banyak masyarakat di luar kota Demak yang berdatangan untuk pergi berlibur dan berziarah atau sekedar menjernihkan pikiran dengan berwisata religi ke situs-situs para wali/ulama.



Gambar 1.2. Pengguna Sosial Media Terbanyak Di Indonesia 2024

Sebagai pengguna Instagram yang banyak dipenuhi oleh berbagai kalangan. Instagram menjadikan media komunikasi menjadi lebih mudah dan jelas. Seperti akun info kejadian di berbagai daerah yang biasanya selalu memuat suatu

informasi, namun banyak juga akun seperti itu tidak memberikan suatu privasi dan keamanan bagi orang yang terlibat dalam suatu peristiwa. Sehingga hal itu dapat memicu kepanikan atau tindakan yang tidak tepat akibat dari ketidakmampuan dalam memverifikasi informasi dengan benar. Orang yang tidak mahir dalam bahasa yang digunakan dalam akun informasi kejadian daerah mungkin mengalami kesulitan dalam memahami informasi yang disajikan. Hal ini dapat mengakibatkan tidak memahami peringatan atau instruksi yang diberikan dalam situasi darurat. Banyak dari informasi yang tersebar di Instagram terkadang menjadi sebuah berita yang palsu hanya untuk mendapatkan *insight* dari masyarakat awam namun banyak juga yang memang merupakan berita asli, akurat, jelas, pasti dan dapat dipertanggungjawabkan. Masyarakat awam terkadang memiliki rasa was-was yang berlebih tentang adanya kejadian di suatu daerah. Meskipun begitu, hal itu tidak menampilkan fakta bahwa mereka merasa tidak nyaman dengan adanya informasi yang tidak jelas.

Di era globalisasi saat ini, teknologi sangat penting bagi kehidupan sosial manusia khususnya sebagai media komunikasi dan informasi. Aplikasi Instagram merupakan sarana komunikasi melalui pertukaran informasi dan ide dalam jaringan virtual. Bersifat global, media ini memungkinkan terjadinya komunikasi dari berbagai belahan dunia. Media baru saat ini lebih mengacu pada sarana komunikasi dan informasi yang populer sekarang seperti media sosial Instagram. Instagram yang merupakan salah satu media sosial dapat dipahami sebagai platform digital yang memberikan fasilitas dalam melakukan aktivitas komunikasi dan informasi bagi setiap penggunanya. Blackshow dan Nazzaro (2010)

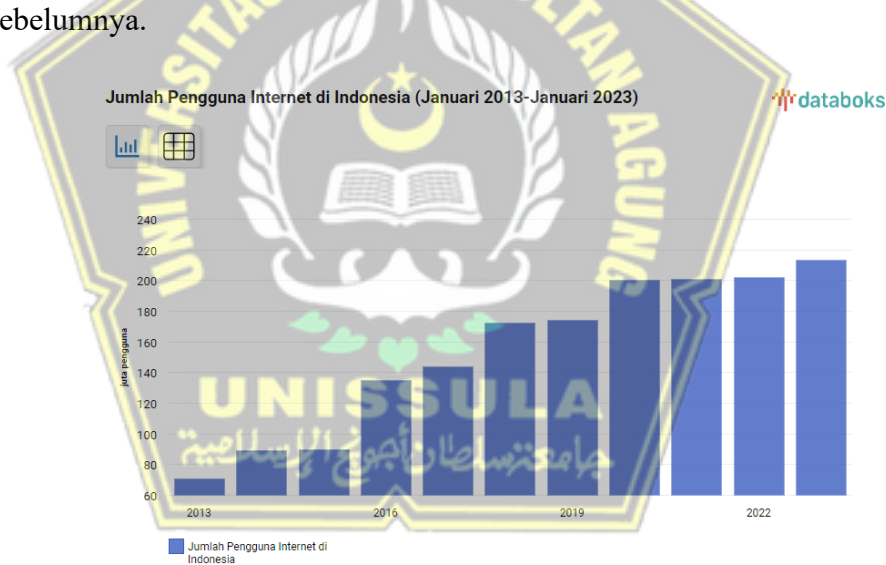
mengatakan bahwa media sosial dapat menciptakan konten termasuk berbagai jenis informasi online yang dibuat, dibagikan, dan selanjutnya digunakan oleh pelanggan dengan tujuan untuk bertukar pengetahuan tentang bisnis, barang, perhatian, dan layanan.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk komunikasi antarpribadi saja, namun juga menjadi salah satu cara yang digunakan banyak orang untuk komunikasi secara publik serta mendapatkan informasi yang cepat dan terkini. Aplikasi Instagram menjadi salah satu pilihan yang dipilih masyarakat Indonesia. Kegunaan utama aplikasi jejaring sosial ini adalah sebagai sarana upload foto dan video secara instan. Pengguna Instagram di Indonesia menggunakan aplikasi ini untuk berkomunikasi dan berbagi momen pribadi. Media baru menantang media tradisional dalam distribusi berita. Internet dan media sosial memberikan kebebasan kepada konsumen untuk turut serta berbagi komunikasi dan informasi.

Kemajuan teknologi komunikasi yang sangat cepat telah membawa pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Dampaknya terlihat dalam berbagai hal, mulai dari cara berkomunikasi, penyebaran informasi, perubahan gaya hidup, hingga meningkatnya aktivitas masyarakat di dunia digital. Kenyamanan yang ditawarkan oleh teknologi ini turut memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Seiring waktu, hadirnya internet telah melahirkan berbagai situs jejaring sosial yang dapat diakses oleh siapa saja, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan platform media sosial lainnya.

Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 213 juta orang pada Januari 2023. Angka ini mewakili sekitar 77% dari

total populasi Indonesia yang berjumlah 276,4 juta jiwa pada awal tahun tersebut. Dibandingkan tahun sebelumnya, jumlah ini mengalami kenaikan sebesar 5,44% (year-on-year/yoy), di mana pada Januari 2022 tercatat sebanyak 202 juta pengguna internet. Secara tren, jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun selama sepuluh tahun terakhir. Sejak Januari 2013 yang mencatat 70,5 juta pengguna, terdapat kenaikan sebesar 142,5 juta orang. Pertumbuhan tertinggi dalam satu dekade terakhir terjadi pada Januari 2016 dengan kenaikan tahunan mencapai 50,16%, sedangkan pertumbuhan terendah tercatat pada Januari 2022 yang hanya meningkat 0,5% dibandingkan tahun sebelumnya.



Gambar 1.3. Pengguna Internet Di Indonesia 2013-2023

Laporan tersebut juga menemukan bahwa rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit sehari. Di sisi lain, laporan tersebut mencatat mayoritas atau 98,3% pengguna internet Indonesia menggunakan telepon seluler. Namun Indonesia merupakan negara yang banyak penduduknya yang belum terkoneksi dengan internet. We Are Social melaporkan terdapat 63,51

juta orang di seluruh tanah air yang belum terkoneksi internet hingga awal tahun 2023. Jumlah ini merupakan yang terbesar kedelapan secara global. Sedangkan posisi pertama ditempati India dengan 730,02 juta penduduknya belum terkoneksi internet.

Dilihat dari laporan Napoleon Cat ada 90,51 juta pengguna Instagram di Indonesia pada April 2024. Dari banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan aplikasi Instagram kebanyakan dari mereka memang menggunakannya untuk menunjukkan eksistensi diri. Meskipun begitu, rata-rata para pemilik akun Instagram juga menggunakan aplikasi ini sebagai media komunikasi tercepat terkini, dengan menjadikan sebuah kejadian/peristiwa sebagai suatu hal yang wajib untuk diketahui sebagai informasi ketika ingin melakukan kunjungan ke daerah manapun.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan bagi pengguna Instagram mengenai pentingnya kenyamanan informasi dan media komunikasi demi mencari informasi di era sekarang terutama bagi calon wisatawan yang akan mengunjungi suatu daerah. Dari penjelasan diatas maka peneliti disini mencoba untuk menganalisis bagaimanakah pemanfaatan akun Instagram @infokejadiandemak sebagai media untuk berkomunikasi, dalam memberikan kenyamanan secara kualitas informasi kepada calon wisatawan, khususnya wisatawan religi yang akan mengunjungi kota Demak.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan akun Instagram @infokejadiandemak sebagai media

komunikasi dalam memberikan kenyamanan perjalanan bagi calon wisatawan religi ke kota Demak.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang akan penulis uraikan adalah untuk mengetahui bagaimana akun Instagram @infokejadiandemak yang dijadikan sebagai media komunikasi yang bermanfaat dalam memberikan kenyamanan perjalanan bagi calon wisatawan ketika ingin berkunjung ke kota Demak.

1.4. Signifikasi Penelitian

Signifikasi penelitian merupakan kata lain dari kegunaan penelitian, yaitu:

1.4.1. Secara Akademis

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu peneliti menganalisis dan menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari tentang penggunaan platform media sosial seperti Instagram dari bidang jurnalisme penyiaran.

1.4.2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan suatu daerah agar mewajibkan adanya sebuah akun info kejadian suatu daerah untuk media komunikasi masyarakat, juga pada admin yang memegang tanggung jawab penuh atas konten di Instagram untuk mengembangkan dan memelihara sebagian konten yang mereka miliki. Kemudian sebagai referensi dan penilaian agar Instagram @infokejadiandemak bisa menjadi

lebih baik lagi. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak lain yang mengetahui atau bahkan memahami penggunaan media sosial Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi bagi calon wisatawan.

1.4.3. Secara Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat membantu calon wisatawan yang sedang mencari informasi tentang kejadian/peristiwa kota Demak yang sedang terjadi di Instagram. Penelitian ini diharapkan dapat membantu calon wisatawan kota Demak khususnya wisatawan religi sebagai media komunikasi.

1.5. Kerangka Penelitian

1.5.1. Paradigma

Paradigma adalah cara memandang sifat realitas yang kompleks. Dalam penelitian kualitatif ini, paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme hampir bertentangan dengan gagasan bahwa kebenaran atau sains ditemukan melalui observasi dan objektivitas.

Salah satu perspektif dalam tradisi sosiokultural adalah paradigma konstruktivis. Menurut paradigma ini, cara kita berbicara tentang objek, bahasa yang kita gunakan untuk menyampaikan gagasan, dan cara kelompok sosial beradaptasi terhadap pengalaman bersama, semuanya berkontribusi pada pengembangan identitas suatu objek. Bentuk simbol atau bahasa mempunyai peranan penting dalam menciptakan realitas.

Kelompok yang berbeda dengan identitas, makna, minat, pengalaman, dll yang berbeda, berusaha untuk mengekspresikan diri mereka dan kemudian menawarkan rasa aman dengan mengkonstruksi realitas secara simbolis.

1.5.2. *State of the Art*

Penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yang berkaitan dengan variable-variabel penelitian yang digunakan:

Tabel 1.1. *State Of The Art*

No	Judul	Penulis	Tahun	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
1	Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi pemerintah kota Semarang	V.Maharani, A.Juwita	2020	JURNAL	Pemerintah Kota Semarang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana masyarakat memperoleh informasi publik dengan baik dan benar.
2	Pemanfaatan akun Instagram @yourunissula sebagai media informasi dan komunikasi calon mahasiswa unissula Angkatan 2022	Nuri Uswatun Khasanah	2023	SKRIPSI	Penggunaan media sosial Instagram oleh calon mahasiswa Unissula memberikan dampak yang signifikan. Instagram dapat digunakan sebagai media informasi dan komunikasi pada saat proses penerimaan mahasiswa baru.
3	Pemanfaatan	C.Noventa,	2023	JURNAL	Pengguna

No	Judul	Penulis	Tahun	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
	media sosial Instagram BuddyKu sebagai sarana informasi terkini	I.Soraya, A.Muntazah			Indonesia menggunakan Instagram BuddyKu untuk mendapatkan informasi terkini, interaksi, networking, pendapatan dari konten kreatif. BuddyKu juga menggunakan alat analisis untuk meningkatkan kualitas konten dan waktu posting yang tepat.

1.6. Teori Penelitian

1.6.1. Model *Use and Gratification*

Teori U&G awalnya dikembangkan oleh Kazt dan Gurevic dari “*Mass Media Uses and Gratification Model*” yang pertama kali mereka terbitkan pada tahun 1974. Teori ini muncul ketika teknologi televisi berkembang sekitar tahun 1960-an. Ahli teori media tertarik pada pilihan yang dibuat khalayak dalam mengonsumsi pesan media. Asumsi teori ini adalah khalayak aktif dalam memenuhi kebutuhan dan dorongannya. Teori ini termasuk dalam tradisi sosio-psikologis yang memahami komunikasi sebagai pengaruh interpersonal. Asumsi dasar pendekatan teoritis ini adalah bahwa pengguna media bersifat aktif. Mereka menggunakan media

karena mempunyai tujuan tertentu. Karena ada sumber lain untuk memenuhi kebutuhan mereka, mereka mengambil inisiatif untuk menghubungkan kebutuhan mereka dan pilihan media.

Konsumsi media dapat memenuhi berbagai kebutuhan meskipun konten media tidak dapat digunakan untuk memprediksi pola gratifikasi secara tepat. Aktivitas audiens ditandai dengan pilihan audiens yang dilatarbelakangi oleh alasan yang berbeda-beda. Alasan-alasan yang dimaksud antara lain alasan untuk melepaskan diri dari permasalahan atau kegiatan rutin (*escape*), mencari informasi (*information seeking*), mencari hiburan (*entertainment*), membangun hubungan sosial (*social relationship*), dan membangun identitas diri (*personal identity*). Pendapat-pendapat yang membahas tentang latar belakang atau alasan penggunaan media dapat dikelompokkan menjadi tiga aliran, yaitu:

1. Aliran unifungsional

Aliran unifungsional beranggapan, bahwa media hanya melayani satu jenis kebutuhan tertentu, seperti keinginan untuk melarikan diri dari kenyataan (*escapist desires*), kebutuhan akan hiburan, atau keperluan menjalin interaksi sosial.

2. Aliran bifungsional

Aliran bifungsional percaya bahwa media memenuhi dua jenis kebutuhan, misalnya kebutuhan akan fantasi & pelarian, kebutuhan informasi-edukasi (*informational-educational*), pemantauan atau pengawasan lingkungan dan pelarian (*surveillance-escape*).

3. Aliran empat fungsional

Aliran empat fungsional ini menyatakan empat fungsi media dalam memenuhi kebutuhan khalayak. Laswell dan Wright mengatakan empat fungsi tersebut adalah pemantauan lingkungan (*surveillance*), hubungan sosial (*correlation*), hiburan (*entertainment*), dan transmisi budaya.

Perkembangan teori Uses and Gratifications (U&G) dapat ditelusuri melalui berbagai studi yang meneliti penggunaan media digital, terutama internet. Variabel-variabel yang berkaitan dengan pola penggunaan dan jenis gratifikasi mengalami kemajuan yang signifikan. Charney dan Greenberg (2002) mengemukakan klasifikasi gratifikasi, antara lain: keinginan untuk tetap mendapatkan informasi terkini (*keep informed*), kebutuhan akan hiburan dan pelarian diri (*diversion-entertainment*), pencarian identitas bersama teman sebaya (*peer-identity*), dorongan untuk merasakan kenyamanan (*good feelings*), kebutuhan akan interaksi komunikasi (*communication*), serta gratifikasi yang berkaitan dengan tujuan karier atau pekerjaan.

Gratifikasi yang diperoleh khalayak dalam menggunakan media dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain motivasi dasar, situasi sosial, dan latar belakang individu, seperti pengalaman, minat, dan pendidikan. Proses penggunaan media dan evaluasi khalayak terhadap penggunaan media dijelaskan oleh Palmgreen dan Rayburn dengan preposisi gratifikasi dicari dan gratifikasi diperoleh. Dalam

penelitiannya, Palmgreen dan Rayburn menyimpulkan bahwa jika didorong oleh motivasi tertentu, pengguna media akan secara sadar mencari gratifikasi, jenis media, dan konten atau program media tertentu. Hal ini menimbulkan kepuasan dari objek-objek tersebut sehingga pengguna media dapat membentuk keyakinan atau menilai terhadap objek media yang dipilihnya. Hal ini dapat mengarahkan perilaku pengguna media.

1.6.2. Konsep New Media

Eksistensi new media atau media baru telah membawa perubahan signifikan terhadap dinamika sosial-teknologi yang membentuk pola komunikasi publik. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram merupakan jenis media baru yang masuk dalam kategori media online. Dari jenis media baru tersebut memungkinkan orang untuk berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jaringan online. Perilaku komunikasi yang intensif melalui media dapat dilakukan antar pengguna, selain itu pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta mungkin lebih jujur dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada orang lain.

Lewat media sosial, kegiatan keterbukaan diri dapat dilakukan nyaris tanpa hambatan psikologis, bahkan mungkin proses penetrasi sosial seperti dalam komunikasi interpersonal, mulai dari tahap orientasi hingga pertukaran yang stabil dapat berjalan secara intensif. Meski dampak negatif penggunaan media sosial tidak bisa dihindari.

Dalam catatan McQuail (2011), terdapat perubahan penting terkait kemunculan media baru, yaitu:

1. Digitalisasi dan konvergensi seluruh aspek media.
2. Peningkatan interaktivitas dan konektivitas jaringan.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi terhadap publikasi dan peran audiens.
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media gateway yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi di Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan pengaburan institusi media.

Karakteristik New Media:

1. Digital

Karakteristik pertama adalah format digital. Dengan digitalisasi, sejumlah besar informasi dapat disimpan dalam perangkat seperti hard disk atau kartu memori mikro. Selain itu, digitalisasi memungkinkan pengiriman data secara cepat melalui jaringan kabel maupun satelit. Proses digitalisasi juga mengintegrasikan berbagai jenis informasi seperti teks, audio, dan visual ke dalam satu sistem terpadu, sehingga informasi tersebut bisa diakses dengan mudah melalui perangkat gadget.

2. Interaktif

Media baru memberikan kesempatan bagi konsumen dan pengguna untuk lebih aktif berpartisipasi. Media ini cenderung bersifat

komunikasi dua arah, berbeda dengan media tradisional yang lebih satu arah. Tingkat keterlibatan yang meningkat dapat dilihat dari aktivitas sederhana seperti memberi tanda suka atau memberikan komentar pada konten yang dibagikan. Selain itu, ada pula pengguna yang lebih aktif dengan mengunggah konten mereka sendiri. Media baru ini mendorong terciptanya budaya partisipasi yang lebih kuat, sehingga semakin banyak orang yang ikut berperan dan batas antara konsumen dan pencipta konten menjadi semakin samar.

3. Hipertekstual

Hiperteks atau tautan merupakan salah satu fitur utama dalam media baru. Fitur ini memberikan kebebasan lebih kepada pengguna untuk menentukan cara menjelajahi berbagai sumber informasi yang tersedia. Secara teknis, tautan pada sebuah situs web menciptakan hubungan non-linear antar berbagai jenis data yang diolah oleh komputer. Mereka yang optimis memandang fitur ini sebagai wujud gaya hidup yang lebih personal, yang memungkinkan pengguna bertindak secara mandiri dan memanfaatkan peluang yang ada dengan lebih leluasa.

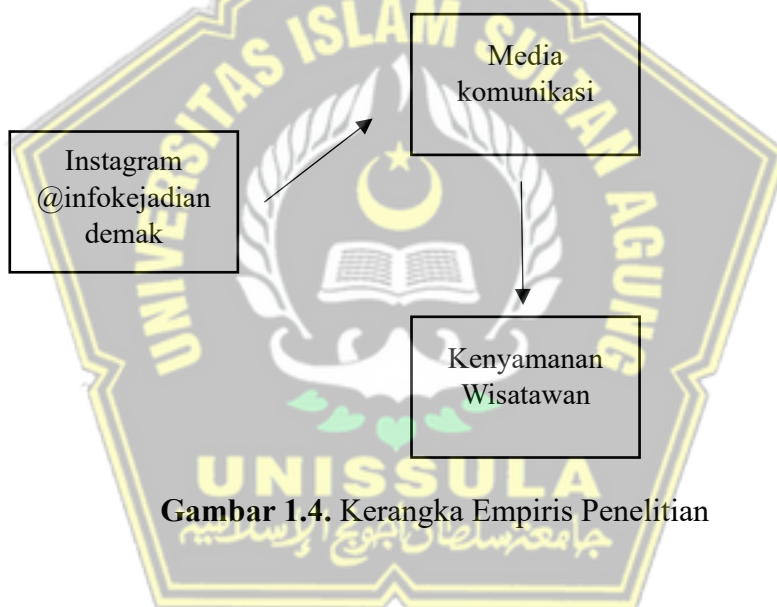
4. Jaringan global

Digitalisasi juga memfasilitasi globalisasi budaya. Pengguna kini lebih banyak berinteraksi secara global dan melalui jaringan virtual dibandingkan secara lokal.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memperkuat kebutuhan kognitif lingkungan yang mendorong munculnya perlunya penguatan penambahan informasi, konfirmasi informasi, pengetahuan dan pemahaman informasi pada platform media sosial seperti akun Instagram info kejadian Demak.

1.7. Kerangka Empiris Penelitian

Berdasarkan pemaparan maka kerangka empiris penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4. Kerangka Empiris Penelitian

1.8. Operasionalisasi Konsep

1.8.1. Pemanfaatan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, manfaat mempunyai arti sebagai berikut: “Sebagai suatu kegunaan, cara, perbuatan memanfaatkan atau kegunaan yang dilakukan oleh seseorang secara bersama-sama. Pengertian pemanfaatan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Poerwadarminto (dalam Batubara, Inggris 2022). Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau tindakan untuk menjadikan sesuatu bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti manfaat, yang mempunyai imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan.
2. Menurut Davis dan Adam, mendefinisikan pemanfaatan (usefulness) adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja orang tersebut. Pengukuran kegunaan didasarkan pada frekuensi dan keragaman teknologi yang digunakan.
3. Menurut Chin dan Todd, pemanfaatan dapat berupa manfaat dari salah satu faktor, seperti mempermudah pekerjaan, bermanfaat, meningkatkan produktivitas, efektifitas, dan meningkatkan prestasi kerja.
4. Menurut J.S., pemanfaatan adalah suatu benda, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang bermanfaat.
5. Definisi manfaat lain yang dikemukakan oleh Mc Quail dan Sven Windahl adalah manfaat adalah harapan yang mempunyai arti yang sama dengan Explore (konfrontasi hanya menunjukkan aktivitas menerima).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan bertujuan untuk menjadikan sesuatu yang berguna bagi individu atau kelompok, seperti meningkatkan kinerja individu, mempermudah

pekerjaan, dan meningkatkan produktivitas dan prestasi kerja melalui pemanfaatan teknologi.

1.8.2. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang populer dan banyak digunakan oleh orang di seluruh dunia. Aplikasi ini dikembangkan oleh perusahaan startup teknologi bernama Burbn Inc, yang didirikan pada tahun 2010 dan fokus pada pembuatan aplikasi untuk perangkat seluler. Kevin Systrom dan Mike Krieger, selaku CEO perusahaan tersebut, menciptakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto dan video, di mana pengguna bisa memberikan like, komentar, serta mengedit konten yang mereka unggah. Nama “Instagram” berasal dari gabungan dua kata, yaitu “insta” yang berarti instan, menggambarkan kemampuan aplikasi untuk menampilkan foto secara cepat seperti kamera Polaroid, dan “gram” yang diambil dari kata telegram, yang merujuk pada cara penyampaian informasi secara cepat kepada orang lain.

1.8.3. Media Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu cara suatu pesan sampai kepada penerima yang disampaikan oleh pengirim atau pembawa pesan. Dalam berkomunikasi seseorang perlu menggunakan media komunikasi yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat sampai kepada penerima pesan. Agar lebih jelas, berikut pengertian media komunikasi menurut beberapa ahli.

1. Harold Lasswell (1948), menurut Laswell, komunikasi adalah upaya menjawab suatu pertanyaan yaitu apa, siapa melalui saluran apa, kepada siapa dan apa dampaknya.
2. Blake dan Horalsen, menurut keduanya media komunikasi dapat diartikan sebagai saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima pesan.
3. Cangara, media komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada masyarakat. Cangara meyakini media yang sering digunakan untuk berkomunikasi adalah panca indera yang dimiliki setiap manusia. Dimana, pesan tersebut akan ditangkap oleh setiap panca indera manusia seperti mata dan telinga, kemudian pesan yang sampai akan diolah untuk menjadi landasan tindakan. Persatuan Pendidikan Nasional, media komunikasi yang dimaksud oleh lembaga ini adalah saran dalam bentuk cetak, audio atau visual yang dapat digunakan sebagai sarana komunikasi.
4. Leslie J Briggs, menurut Briggs, media komunikasi adalah suatu alat yang mempunyai bentuk fisik yang dapat digunakan untuk menyampaikan suatu materi. Menurut Briggs media komunikasi dapat berupa televisi, komputer, gambar, video, grafik dan lain sebagainya.
5. Badusah, berpendapat bahwa media komunikasi adalah perantara yang dapat digunakan untuk saling berkomunikasi dengan menggunakan berbagai jenis media, seperti media gambar, berita dan media lainnya

yang berguna untuk menyampaikan pesan dan pandangan pengirim pesan.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai media komunikasi dapat disimpulkan bahwa media komunikasi adalah suatu sarana atau perantara atau alat yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang berasal dari pengirim pesan kepada penerima pesan.

1.8.4. Kenyamanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kenyamanan artinya hal atau keadaan nyaman, perasaan enak, tenteram, dan tidak terganggu. Jadi, kenyamanan merujuk pada kondisi yang membuat seseorang merasa tenang, tidak terganggu, dan merasa senang atau enak dalam suatu situasi. Konsep kenyamanan sulit untuk didefinisikan karena lebih merupakan penilaian subjektif dimana respon setiap individu terhadap kenyamanan berbeda satu sama lain. (Oborne, 1995 dalam A.Wicaksana 2016). Dalam hal ini kenyamanan mengacu pada sejauh mana seseorang merasa nyaman saat akan melakukan perjalanan ke Demak dengan mengakses, menggunakan, dan berbagi informasi. Konsep ini melibatkan beberapa aspek, yaitu:

- a. Aksesibilitas: Kemudahan mengakses informasi tanpa hambatan yang signifikan, baik teknis maupun sosial.
- b. Kepercayaan: Tingkat kepercayaan pengguna terhadap sumber informasi dan keakuratan informasi yang diterima.

- c. Transparansi: Komunikasi yang jelas tentang bagaimana data dikumpulkan, digunakan, dan disimpan.

Kenyamanan sangat penting dalam konteks digital, di mana banyak interaksi terjadi secara daring. Dengan meningkatnya kesadaran akan teknologi komunikasi, penting bagi organisasi dan individu untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kenyamanan informasi. Dalam menjalankan fungsi akun Instagram info kejadian daerah sebagai media komunikasi dan penyampaian informasi. Dalam hal ini informasi mengenai peristiwa/kejadian yang terjadi di suatu daerah, perlu memuat informasi yang jelas, akurat, dapat diakses dengan mudah dan memberikan kenyamanan oleh orang yang sedang mencari informasi. Hal ini perlu diperhatikan dengan baik karena dapat mempengaruhi proses penyampaian informasi tersebut.

1.8.5. Wisatawan Religi

Menurut George, R. dalam buku “Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases”, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke luar negeri atau ke daerah lain dengan tujuan utama untuk berlibur, bersantai atau melakukan kegiatan rekreasi.

Wisata religi sendiri merupakan salah satu bentuk wisata yang tergolong wisata minat khusus. Wisata minat khusus yang dimaksud adalah keterlibatan secara aktif wisatawan terhadap lingkungan budaya dan fisik yang dikunjungi yang merupakan aspek utama dari wisata minat khusus. Contoh wisata minat khusus antara lain wisata pendidikan, wisata

seni dan peninggalan sejarah, wisata etnik, wisata petualangan, olah raga dan kesehatan, dan juga tentunya wisata religi (Weiler dan Hall, 1992 dalam Marsono, dkk, 2018).

1.9. Metodologi Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk penelitiannya. Menurut buku yang ditulis oleh Basrowi & Kelvin (2008), penelitian kualitatif merupakan objek penelitian yang unik dan tidak dapat dianalisis secara kuantitatif atau numerik. Metodologi penelitian kualitatif sendiri mempunyai strategi yang menunjukkan pemahaman luas terhadap suatu realitas sosial dari beberapa sudut pandang. Informasi deskriptif dihasilkan melalui penelitian kualitatif berupa tuturan, tulisan, dan tindakan subjek. Menurut Sugiyono (2011:12), tujuan pendekatan kualitatif adalah “menemukan pola hubungan yang saling berinteraksi, menemukan teori, mendeskripsikan realitas yang kompleks, dan mencapai pemahaman makna.” Dalam teknik pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pemilihan informan atau narasumber yang sesuai untuk tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian. Dengan memilih satu informan kunci dan empat informan pendukung.

1.9.2. Sumber Data

Orang yang menjadi sumber ilmu pengetahuan dan dapat memberikan data yang relevan dengan situasi yang diteliti adalah subjek

penelitian. Kandidatnya merupakan calon wisatawan yang telah mengikuti media sosial Instagram @infokejadiandemak dan setidaknya pernah dua kali mengunjungi Kota Demak. Sumber data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua berdasarkan sumbernya yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber datanya. Teknik yang dapat peneliti gunakan untuk mengumpulkan data primer antara lain wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap calon wisatawan kota Demak.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari sumber yang ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti internet, buku, laporan, surat kabar, majalah dan media sosial Instagram @infokejadiandemak.

1.9.3. Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan sebagai sumber data dalam penelitian ini yaitu berdasarkan subjek yang menguasai permasalahan, mempunyai data, dan bersedia memberikan informasi yang lengkap dan akurat dalam penelitian ini. Informan sebagai sumber informasi dan data harus memenuhi syarat, yang akan menjadi informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah calon wisatawan yang pernah mengunjungi Kota Demak setidaknya dua kali, pengguna akun Instagram @infokejadiandemak, tergabung dalam organisasi yang berbasis religi dan berasal dari daerah luar Kota Demak.

Dengan informan tambahan yaitu admin akun Info Kejadian Demak dan wisatawan kota Demak. Informan ini dipilih karena merasa telah memenuhi kriteria peneliti yaitu sebagai informan yang mengetahui segala informasi mengenai akun @infokejadiandemak dalam pemanfaatan media sosial Instagram yang nantinya dapat menjadi sumber informasi bagi peneliti menyelesaikan penelitian ini.

1.9.4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dengan permasalahan dalam penelitian pemanfaatan media sosial Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi calon wisatawan kota Demak, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki perilaku nonverbal adalah dengan menggunakan teknik observasi. Observasi dilakukan dengan memilih informan yang mengikuti akun @infokejadiandemak dan dipilih berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Menurut Susilo (2020), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri-ciri tertentu jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Pengamatan juga tidak terbatas pada manusia saja, melainkan juga benda-benda alam lainnya. Melalui kegiatan observasi, peneliti dapat mempelajari tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut

b. Wawancara Mendalam

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden terkait. Dapat juga dikatakan bahwa wawancara adalah percakapan tatap muka antara peneliti dan responden, dimana peneliti menanyakan secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara yang dipilih peneliti adalah wawancara mendalam. Menurut Kriyantono (2020, p. 289), wawancara dalam penelitian kualitatif bisa juga disebut wawancara mendalam atau wawancara intensif dan sebagian besar tidak terstruktur. Wawancara dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data kualitatif yang mendalam.

Tujuan wawancara ini adalah untuk mengungkapkan permasalahan secara lebih jujur. Responden utama dalam wawancara ini adalah calon wisatawan kota Demak yang mengikuti media sosial Instagram @infokejadiandemak. Dalam proses wawancara peneliti memerlukan bantuan media perekam antara lain buku catatan yang berfungsi untuk memperoleh data wawancara, media perekam yang berfungsi untuk merekam keseluruhan percakapan, namun dalam menggunakan media perekam peneliti meminta izin terlebih dahulu apakah percakapan tersebut boleh direkam serta kamera berfungsi

untuk memperkuat validitas data penelitian yang dikumpulkan dan media lainnya.

c. Dokumentasi

Memperoleh data dan informasi yang berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis dan gambar dalam bentuk laporan serta informasi yang dapat membantu penelitian disebut dokumentasi, menurut Sugiyono (2018). Penggunaan studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan teknik observasi atau wawancara. Jika disertai dengan gambar atau artikel ilmiah yang telah diterbitkan sebelumnya, maka akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai reputasi yang tinggi. Pada saat melakukan wawancara, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian adalah dokumen. Jika terdapat dokumentasi yang mendukung temuan studi observasional dan wawancara, temuan tersebut akan lebih dapat diandalkan.

1.9.5. Analisis Data

Setelah pengumpulan data, peneliti mengolah seluruh data. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan merinci secara mendalam data yang diperoleh selama penyelidikan. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012:246), pengolahan data kualitatif meliputi reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan teknik analisis data kualitatif. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam,

penyederhanaan, pengklasifikasian, dan membuang data yang tidak diperlukan sedemikian rupa sehingga data tersebut dapat menghasilkan informasi yang bermakna sedemikian rupa dan memudahkan dalam penarikan kesimpulan. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data. Dengan cara ini, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dan menarik kesimpulan yang dapat dipercaya.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan menyusun kumpulan informasi sehingga memungkinkan anggota menarik kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berupa catatan lapangan), jaringan dan bagan. Penyajian data akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan pekerjaan selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam proses pengolahan data. Setelah seluruh informasi tersedia maka tantangan penelitian dapat dipahami, dan setelah itu dapat diambil kesimpulan yang mewakili temuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas pemanfaatan Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi bagi calon wisatawan kota Demak dalam memberikan kenyamanan. Pendekatan kualitatif merupakan teknik yang

paling cocok untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang diteliti. Tidak semua data yang diperoleh akan digunakan oleh peneliti, hanya data yang relevan saja yang akan digunakan. Data diambil dari informan dengan menggunakan teknik wawancara. Setelah data terkumpul, data tersebut diklasifikasikan berdasarkan fokus penelitian. Selanjutnya dianalisis berdasarkan fokus kajian penelitian. Hasil penelitian kemudian dihubungkan dengan kerangka teori yang menjadi dasar pengolahan data dan ditarik kesimpulan.

1.9.6. Kualitas Data

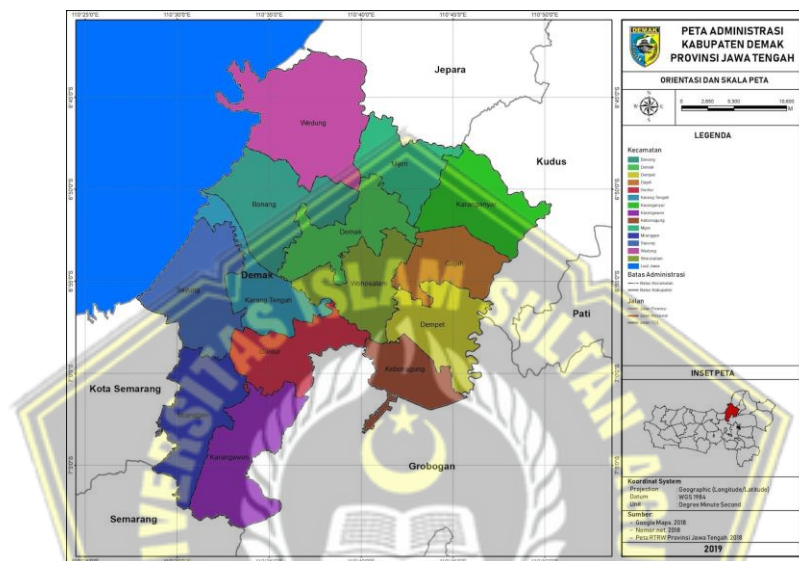
Data yang valid dapat diperoleh dengan menggunakan proses Uji kredibilitas data yang digunakan dalam penelitian kualitatif terhadap hasil data penelitian. Menurut Sugiyono (2014), berbagai jenis pengujian kredibilitas dilakukan antara lain observasi tambahan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, percakapan dengan rekan sejawat, analisis kasus negatif, dan pemeriksaan anggota. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan rekaman wawancara dan wawancara mendalam dengan informan untuk memperjelas gambaran keseluruhan.

BAB II

PROFIL PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Kota Demak

2.1.1. Peta Wilayah Demak



Gambar 2.1. Peta Wilayah Demak Dari Website Pengadilan Negeri Demak

Kabupaten Demak terletak di bagian utara Provinsi Jawa Tengah dan merupakan daerah yang berbatasan langsung dengan Kota Semarang sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian di Jawa Tengah sehingga sangat potensial sebagai daerah penyangga roda perekonomian Jawa Tengah selain itu dari segi transportasi darat berada pada jalur lalu lintas yang cukup ramai yaitu Pantai Utara Jawa. Kabupaten Demak terdiri dari 14 kecamatan dan 249 desa/kelurahan.

Menurut Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan, Pertambangan, dan Energi (DPUPPE) Kabupaten Demak, selama tahun 2015 di Demak terjadi

33 hingga 104 hari hujan dengan curah hujan antara 375 mm hingga 2.436 mm. Jumlah hari hujan tertinggi terjadi di wilayah Mijen. Sementara itu, curah hujan tertinggi terjadi di wilayah Jatirogo.

2.1.2. Sejarah Umum Kota Demak

Berdasarkan sumber website demakkab.go.id, Kabupaten Demak berkembang dari sebuah kota tua yang memiliki nilai sejarah serta peran penting dalam bidang pemerintahan, politik, ekonomi, dan kebudayaan sosial, khususnya dalam penyebaran agama Islam di Indonesia, terutama di Pulau Jawa. Berdasarkan latar belakang sejarah ini, Pemerintah Kabupaten Demak berupaya menetapkan dan merumuskan tanggal Hari Jadi daerahnya. Penetapan Hari Jadi memiliki arti yang sangat penting dari beberapa aspek, yaitu:

- a. Aspek Sejarah, merupakan sarana untuk menulis sejarah; Aspek Pragmatis, merupakan sarana untuk membangkitkan rasa cinta dan bangga masyarakat terhadap daerahnya
- b. Aspek Pembangunan, mendorong masyarakat untuk berperan dalam membangun daerahnya; Aspek Pariwisata, meningkatkan kepedulian masyarakat, menjadikan daerahnya lebih menarik bagi wisatawan.

Sejarah Kerajaan Demak erat kaitannya dengan Kerajaan Majapahit, terutama pada masa pemerintahan Prabu Brawijaya V atau Prabu Kertabumi. Raden Fatah adalah Sultan pertama Kasultanan Bintoro dan merupakan anak dari Prabu Kertabumi dengan Putri Cempa. Ketika masih dalam kandungan, Putri Cempa diberikan kepada Aria Damar, penguasa

Palembang, sehingga Raden Fatah lahir di Palembang. Setelah dewasa, Raden Fatah belajar agama kepada Sunan Ampel dan menikah dengan putrinya, Nyai Ageng Maloka. Berdasarkan arahan Sunan Ampel, Raden Fatah menetap di Glagah Wangi atau Bintoro untuk menyebarkan agama Islam. Kemudian, bersama Sunan Ampel, ia menghadap Prabu Kertabumi di Majapahit untuk menceritakan asal-usul dan tujuannya mendirikan Glagah Wangi atau Bintoro. Prabu Kertabumi mengakui Raden Fatah sebagai putranya dan memberikan izin untuk melanjutkan tujuan tersebut serta membangun masjid. Bintoro berkembang pesat, tidak hanya sebagai pusat dakwah Islam, tetapi juga sebagai pusat politik, militer, perdagangan, dan budaya Islam di Indonesia. Raden Fatah kemudian diangkat menjadi Adipati Notopraja.

Pertumbuhan Kadipaten Bintoro sangat pesat, dipengaruhi oleh gejolak politik di Majapahit yang dipenuhi konflik antara keturunan Dinasti Singosari dan Kediri. Girindra Wardana Dyah Rama Wijaya, putri Bhre Pandan Salas, menyerbu Keraton Majapahit dan dalam perang tersebut Prabu Kertabumi tewas. Mengetahui kematian ayahnya, Raden Fatah mengirim pasukan di bawah pimpinan Pangeran Kudus untuk menyerang Majapahit sebagai balasan.

Setelah berhasil mengalahkan Majapahit, Demak mulai menunjukkan diri sebagai penguasa politik di Jawa. Berkat dukungan para wali dan penguasa wilayah yang sudah memeluk Islam, Raden Fatah dinobatkan sebagai Sultan Demak pertama dengan gelar Senopati Jimbun

Ngabdul Rahman Panembahan Palembang Sayidin Panatagama. Selanjutnya, Demak memperluas wilayah kekuasaannya ke barat, seperti Cirebon. Pada tahun 1512 M, ekspedisi militer dikirim ke Malaka untuk melawan penjajah Portugis. Pada periode ini, budaya Islam tumbuh pesat, mencampurkan tradisi pra-Islam dengan ajaran Islam, yang terlihat dalam perayaan Idul Fitri, Idul Adha, Maulid Nabi, dan lain-lain, yang dirayakan mulai dari pusat kerajaan hingga ke pelosok desa.

Berbagai tradisi dan kesenian bernuansa Islam juga berkembang luas dan masih dapat ditemukan di bekas pusat kerajaan seperti Cirebon, Banten, Mataram, Aceh, dan beberapa tempat lainnya. Berdasarkan penelitian dan kajian panitia persiapan hari jadi, penobatan Raden Fatah jatuh pada tanggal 12 Rabiul Awal 1425 Saka, atau 28 Maret dalam kalender Masehi setelah masuk Islam.

2.1.3. Budaya Kota Demak

Demak memiliki sejumlah adat istiadat dan budaya yang unik, banyak di antaranya terkait dengan sejarahnya sebagai pusat penyebaran Islam. Berikut ini beberapa di antaranya:

a. Grebeg Besar

Tradisi tahunan ini dilaksanakan saat hari raya Idul Adha sebagai wujud rasa syukur dan penghormatan kepada para leluhur, khususnya Sunan Kalijaga. Setiap tahun di bulan Dzulhijjah, Kabupaten Demak menggelar kegiatan Grebeg Besar (Besar merupakan nama bulan ke-10 Hijriah, masyarakat Jawa menyebutnya bulan Besar karena pada bulan

ini terdapat hari raya kedua setelah Idul Fitri)Besaran, sebutan lain Grebeg Besar, rutin dilaksanakan dalam rangka melestarikan budaya leluhur. Puncak acaranya adalah arak-arakan gunung yang berisi berbagai hasil bumi yang kemudian dibagikan kepada masyarakat. Kegiatan yang ritual adatnya dilaksanakan pada tanggal 10 Dzulhijjah ini mampu membangkitkan semangat dan kebanggaan masyarakat Kabupaten Demak, karena pada saat itu kejayaan Kerajaan Kesultanan Kota Demak bersinar terang.

b. Apitan (Sedekah Bumi)

Apitan merupakan tradisi tahunan yang dilakukan oleh masyarakat Demak sebagai ungkapan rasa syukur atas karunia rezeki dan hasil panen yang melimpah dari Tuhan. Tradisi ini biasanya dilakukan di desa-desa, terutama yang memiliki lahan pertanian yang subur. Biasanya dilakukan berdoa bersama terlebih dahulu di balai desa, bersamaan dengan menggelar berbagai pertunjukan kesenian seperti wayang kulit atau ketoprak.

c. Syawalan

Syawalan di Demak merupakan tradisi tahunan yang dilakukan oleh masyarakat, khususnya yang tinggal di wilayah pesisir. Tradisi ini merupakan bentuk ungkapan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rezeki yang telah diberikan, khususnya dari hasil laut. Sebagai kota dengan garis pantai yang cukup panjang, Demak memiliki banyak nelayan. Syawalan menjadi momen bagi mereka

untuk berdoa agar hasil tangkapan mereka semakin melimpah di kemudian hari. Selain itu, tradisi ini juga berfungsi untuk mempererat tali silaturahmi antar warga. Masyarakat Demak merayakan Syawalan dengan menggelar pesta laut. Acara ini diisi dengan berbagai kegiatan seperti peluncuran sesaji, lomba perahu, dan pentas seni. Syawalan biasanya dilaksanakan beberapa hari setelah hari raya Idul Fitri. Puncak acaranya adalah saat peluncuran sesaji ke tengah laut. Sesaji yang dipersembahkan biasanya berupa makanan, minuman, dan hasil pertanian lainnya.

2.2. Instagram



Gambar 2.2. Logo Instagram

Instagram merupakan salah satu aplikasi pada smartphone yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan mencari konten berupa gambar atau video. Instagram dikenal juga dengan sebutan IG atau Insta, aplikasi ini merupakan layanan jejaring sosial atau aplikasi berbagi foto dan video milik Facebook. Dilansir dari situs resminya, Instagram pertama kali diluncurkan pada iOS pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systorm dan Mike Krieger.

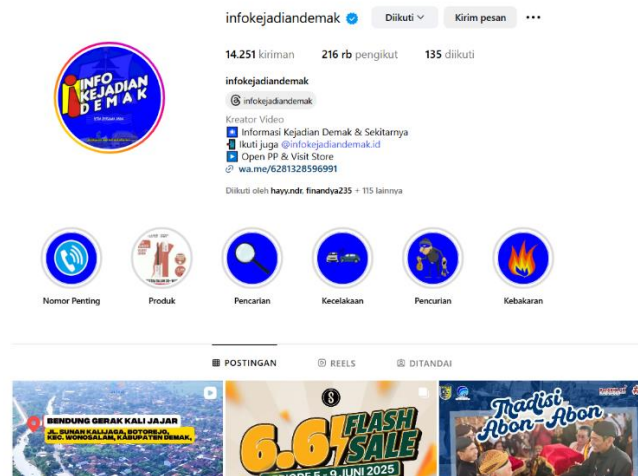
Kata Instagram berasal dari kata “Insta” yang artinya dapat menampilkan gambar secara instan, sedangkan kata “gram” berasal dari kata “Telegram” yang

artinya memiliki sistem kerja yang cepat dalam mengirimkan informasi kepada para penggunanya. Jika digabungkan artinya yaitu dapat mengunggah foto atau video menggunakan jaringan internet dan informasi dapat diterima oleh pengguna lainnya dengan cepat. Media sosial ini dapat menyediakan individu untuk mengunggah foto yang dapat diatur melalui beberapa fitur. Banyaknya fitur tersebut dapat memudahkan para pengguna untuk mengatur foto sebelum mengunggahnya ke Instagram dengan cepat. Instagram memiliki cukup banyak fitur seperti Followers, Unggah foto atau video, Captions, Mention, Like, Comments dan Shares.

2.3. Akun Instagram @Infokejadiandemak

Akun Instagram "Info Kejadian Demak" adalah sebuah akun yang digunakan untuk membagikan informasi seputar kejadian-kejadian penting atau peristiwa yang terjadi di wilayah Demak, Jawa Tengah. Akun ini sering kali memposting berita terkini, kejadian kecelakaan, informasi bencana, kegiatan sosial, serta hal-hal lain yang relevan bagi masyarakat setempat.

Nama akun "@infokejadiandemak" sendiri telah merefleksikan apa saja yang akan diunggah di Instagram tersebut.



Gambar 2.3. Instagram @infokejadiandemak



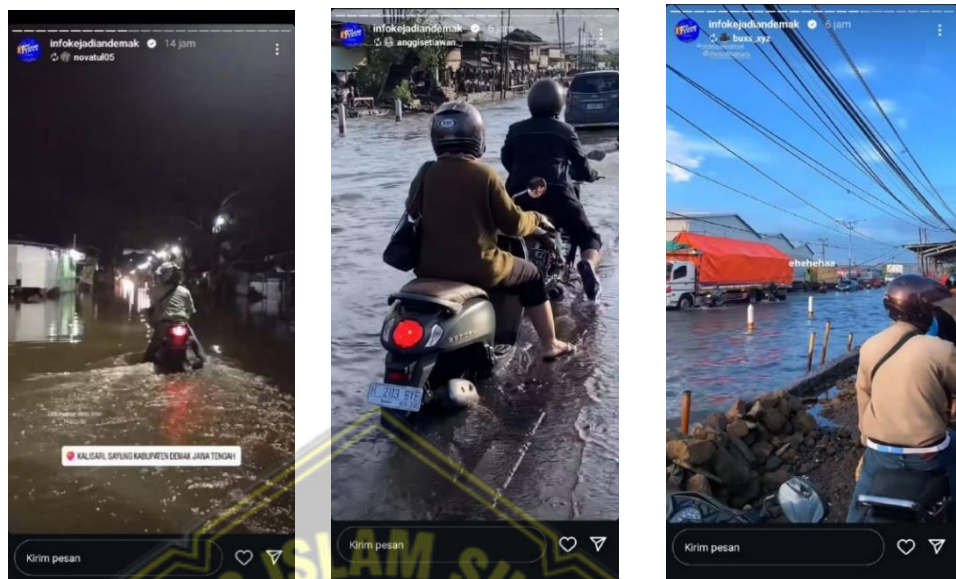
Gambar 2.4. Screenshot Tanggal Bergabung di Instagram

Akun instagram ini dibuat sejak february 2018 dan terverifikasi oleh Instagram pada November 2024. Total postingan hingga sekarang mencapai 13.456 ribu postingan berkaitan dengan informasi kejadian wilayah Demak dan sekitarnya, juga memberitakan isu yang sedang naik, kegiatan kemasyarakatan dan promosi. Hingga saat ini akun @infokejadiandemak diikuti oleh 202.000 Ribu orang dan akan terus bertambah jumlah postingan dan pengikutnya. Melalui

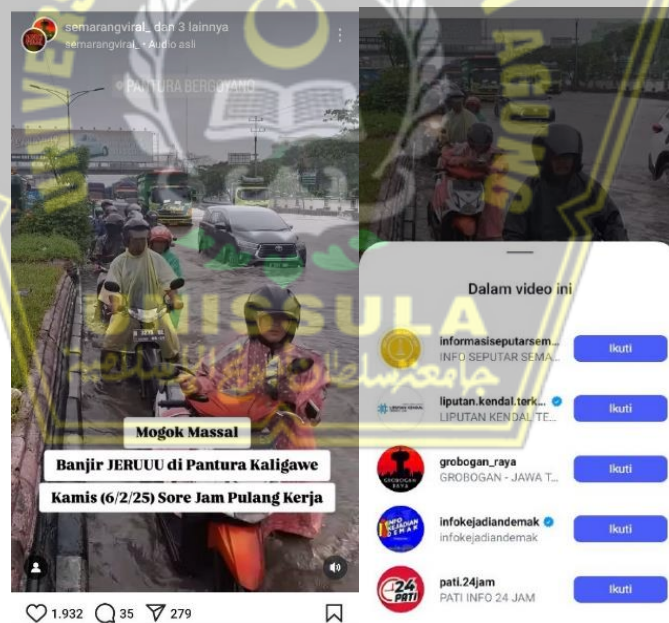
postingannya akun ini merupakan salah satu contoh akun yang membagikan informasi wilayah Demak dan sekitarnya dikelola oleh admin yang merupakan warga asli demak yang bertempat tinggal di Demak, serta bersifat independen.

Banyaknya kejadian seperti kemacetan, banjir, kriminalitas, curanmor, kehilangan dan sebagainya, kegiatan atau event yang ada di Demak menjadi sumber konten yang dikemas dengan nuansa khas Demak. Melalui beberapa komentar netizen yang peneliti amati, akun Instagram @infokejadiandemak banyak mendapatkan respon positif dan beberapa komentar yang memberikan dukungan admin untuk selalu memberikan berita seputar Demak. Dalam mengunggah postingan, @infokejadiandemak selalu update dan tidak pernah kekurangan kreativitas dalam menyajikan tayangan. Akun ini memberikan informasi yang dipercaya oleh masyarakat serta memberikan manfaat positif bagi pemirsa.

Selain memberikan informasi seputar event, akun ini juga memiliki topik yang menyambung dengan kritik sosial apabila ada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh Netizen selama tinggal di Demak. Dalam pengumpulan informasi, akun Instagram @infokejadiandemak mengandalkan informasi yang diperoleh warga sekitar Demak dan netizen yang mengaitkan akun @infokejadiandemak dengan follow up akan di repost oleh akun tersebut. Namun akun ini tidak hanya mengandalkan netizen saja, melainkan juga melakukan peliputan langsung di beberapa daerah yang tengah terjadi peristiwa atau terdapat informasi penting.



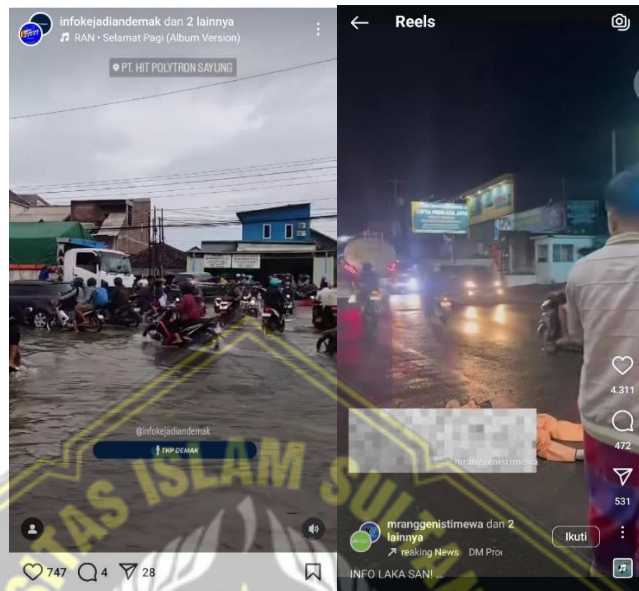
Gambar 2.5. Screenshot Instastory Akun @Infokejadiandemak



Gambar 2.6. Postingan Instagram Akun @Infokejadiandemak

Gambar diatas merupakan salah satu cara akun Instagram info kejadian demak berkolaborasi di feed Instagram dengan info seputar semarang, grobogan raya, pati, info kejadian genuk dan masih banyak akun info lainnya yang serupa

untuk menginformasikan mengenai langganan peristiwa yang sering terjadi seperti banjir, dikarenakan curah hujan tinggi.



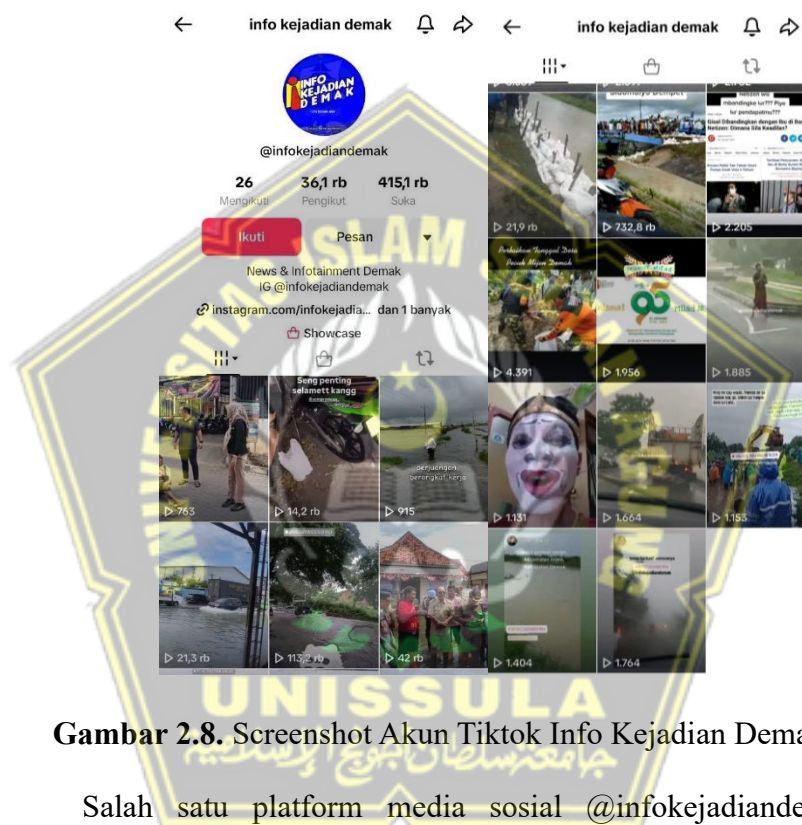
Gambar 2.7. Screenshot Akun @Infokejadiandemak

Gambar diatas menunjukkan dimana saat ada macet karena banjir dan ada sebuah laka seorang pengguna motor di jalan raya mranggen, admin @infokejadiandemak siap untuk menginformasikan secara langsung di beberapa titik yang dilewati oleh para pengguna jalan yang terkena banjir dan juga berkolaborasi dengan akun Instagram @mranggenistimewa untuk informasi mengenai laka. Jadi informasi yang tersebar di @infokejadiandemak akan lebih akurat, dapat dipercaya dan relatime (sesuai dengan kejadian yang ada di lapangan). Selain itu akun Instagram @infokejadiandemak juga memanfaatkan fitur yang ada di Instagram sebagai sarana untuk menjaga interaksi dan melayani followers secara baik dengan membalas DM (Direct Message) dan menggunggah ulang story yang berkaitan dengan kejadian-kejadian di sekitar wilayah Demak.

2.4. Media Sosial Dibawah Naungan @Infokejadiandemak

Admin info kejadian demak memanfaatkan beberapa platform media lainnya sebagai penunjang untuk menyebarkan informasi yang lebih bisa dijangkau di beberapa platform media sosial.

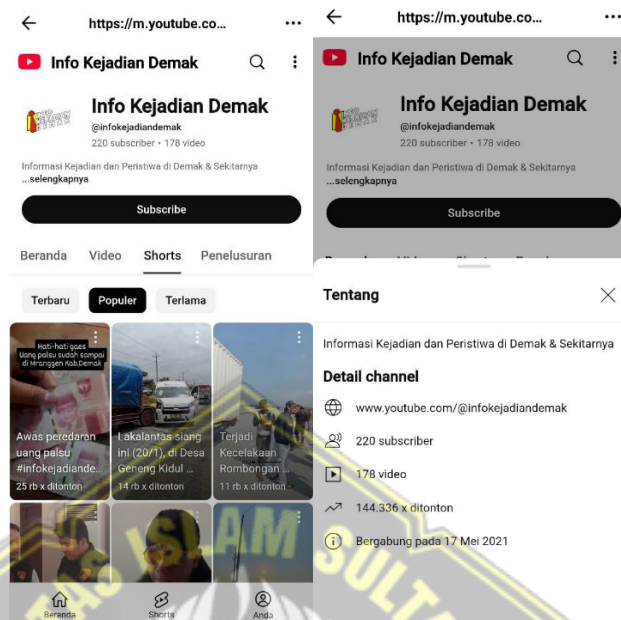
2.4.1. TikTok Info Kejadian Demak



Gambar 2.8. Screenshot Akun Tiktok Info Kejadian Demak

Salah satu platform media sosial @infokejadiandemak adalah TikTok, dibuat sejak tahun 2021. Postingan pertamanya di upload pada 31 Januari 2021, hingga saat ini akun info kejadian demak sudah memiliki 36,1 ribu followers dan 415,1 ribu likes yang jumlahnya akan terus bertambah. Akun tersebut masih aktif hingga sekarang dan konten yang diunggah juga sama seperti di Instagram yaitu tentang info berita dan kejadian yang berkaitan dengan wilayah Demak dan sekitarnya.

2.4.2. YouTube Info Kejadian Demak



Gambar 2.9. Screenshot Akun Youtube Info Kejadian Demak

Salah satu platform media sosial lainnya dari Info Kejadian Demak yaitu Youtube. Akun Youtube ini telah dibuat sejak 17 Mei 2021, dan konten yang di unggah oleh admin berkaitan dengan kejadian-kejadian yang ada di Demak dan sekitarnya. Tidak hanya itu saja, admin juga mengunggah tentang berita yang sedang ramai dan viral di sosial media. Namun akun youtube tersebut masih sangat pasif jika dibandingkan dengan akun sosial media yang lainnya. Saat ini akun Youtube Info Kejadian Demak memiliki 220 subscriber, 178 video, dan penayangan 144.336 kali ditonton oleh pengguna youtube.

2.4.3. Akun Instagram @infokejadiandemak.id



Gambar 2.10. Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak.Id

Salah satu akun Instagram yang dipegang atau dibawah naungan dengan @infokejadiandemak adalah akun @infokejaidandemak.id. Akun ini merupakan akun backup yang dibentuk dan telah bergabung di instagram pada tahun 2022, dimana postingan pertamanya di upload bulan Maret 2022. Akun tersebut merupakan bagian dari akun Info Kejadian Demak yang juga berfungsi untuk menginformasikan terkait tempat perkara di Demak dan sekitarnya, juga berita yang sedang ramai. Saat ini akun @infokejadiandemak.id memiliki 38,5 ribu followers dan 2.701 postingan sejak Maret 2022 yang akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan dengan memahami informasi yang sudah didapatkan dari beberapa narasumber pengikut media sosial Instagram @infokejadiandemak. Pemaparan hasil penelitian ini menggunakan cara deskriptif kualitatif berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan terhadap 4 orang informan yaitu calon wisatawan religi kota Demak yang mengikuti akun Instagram @infokejadiandemak. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan data-data hasil penelitian yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti melalui jawaban informan mengenai pemanfaatan akun media sosial Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi dan kenyamanan calon wisatawan religi kota Demak.

Data yang dihasilkan berupa data primer hasil penelitian beserta analisis terhadap data tersebut. Data primer merupakan data yang didapat oleh peneliti di lapangan melalui metode wawancara mendalam. Informan yang di wawancarai merupakan narasumber yang terfokus pada calon wisatawan religi yang berdomisili di luar kota Demak dan merupakan mahasiswa Unissula yang pernah atau sedang mengikuti organisasi keislaman. Hal tersebut dilakukan karena organisasi religi biasanya memiliki agenda kegiatan seperti ziarah wali, kunjungan wisata religi dan kunjungan lainnya.

Data yang diperoleh dari wawancara tersebut diuraikan dalam bentuk tanggapan yang merupakan hasil dari wawancara mendalam. Informasi yang disajikan berupa data primer yang kemudian disajikan dalam bentuk penjelasan.

Wawancara ini dilaksanakan di kampus Unissula. Untuk tahap analisis, yang dilakukan peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, mengumpulkan data, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti sendiri.

3.1. Identitas Informan

Dalam penelitian ini, informan adalah orang-orang yang secara konsisten melanggar syarat kepercayaan untuk memberikan informasi mengenai permasalahan penelitian. Informasi yang diperoleh dari informan berupa data panjang yang diperoleh dari hasil wawancara terkait dengan permasalahan yang akan dipaparkan sebagai justifikasi. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan wawancara mendalam kepada empat orang yaitu calon wisatawan religi kota Demak. Informan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nama : Finandy Apik Aeni
 Instansi/profesi : Mahasiswa Sastra Inggris
 Asal Daerah : Pemalang
 Usia : 22 tahun
 Tanggal Wawancara : 13 Maret 2025
 Tempat Wawancara : Kampus Unissula
2. Nama : Inka Regita Ariyani
 Instansi/profesi : Mahasiswa Ilmu Komunikasi
 Asal Daerah : Pemalang

- Usia : 22 tahun
- Tanggal wawancara : 14 maret 2025
- Tempat wawancara : Kampus Unissula
3. Nama : Fina Fadhilatul Muna
- Instansi/profesi : Mahasiswa Ilmu Komunikasi
- Asal Daerah : Pekalongan
- Usia : 22 tahun
- Tanggal Wawancara : 19 Maret 2025
- Tempat Wawancara : Kampus Unissula
4. Nama : Sasmita
- Instansi/profesi : Mahasiswa Ilmu Komunikasi
- Asal Daerah : Grobogan
- Usia : 20 tahun
- Tanggal Wawancara : 20 Maret 2025
- Tempat Wawancara : Kampus Unissula

3.2. Data Penelitian Pemanfaatan Akun Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Komunikasi dan Kenyamanan Calon Wisatawan Kota Demak

Dalam buku yang berjudul “memaksimalkan penggunaan media sosial dalam Lembaga pemerintah” Widiastuti R.N (2018), yang diterbitkan oleh Dirjen IKP kementerian komunikasi dan informatika menyebutkan bahwa Instagram adalah salah satu media sosial milik *Facebook* yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten baik dalam bentuk video maupun gambar. Berbeda dengan media sosial lain, akses fitur yang dapat dilakukan oleh pengguna

Instagram jauh lebih terbatas jika diakses melalui perangkat komputer. Fitur seperti mengunggah konten hanya bisa dilakukan pada aplikasi Instagram di smartphone. Konten Instagram yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konten yang bisa memberikan jawaban bagi calon wisatawan religi sebagai solusi dalam media komunikasi dan kenyamanan calon wisatawan dalam mengakses akun Instagram @infokejadiandemak.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan narasumber atau informan, peneliti dapat menganalisis pemanfaatan akun instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi dan kenyamanan calon wisatawan religi kota Demak (studi deskriptif) yang meliputi:

1. Akses Akun Instagram @Infokejadiandemak

Akses akun instagram calon wisatawan ketika akan berkunjung ke Kota Demak pernah dilakukan, dalam sesi wawancara dengan peneliti yaitu tentang mengakses akun instagram @infokejadiandemak, dari pertanyaan tersebut para calon wisatawan kompak menjawab pernah mengakses akun tersebut. *“Ya, saya pernah mengakses akun tersebut”* Dari jawaban informan selaku calon wisatawan mengenai akses akun Instagram @infokejadiandemak maka dapat dikatakan bahwa informan pernah mengakses dan membuka akun Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi yang memuat informasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @infokejadiandemak merupakan bagian dari media baru (new media), yang berperan sebagai sumber informasi publik dan membentuk opini publik tentang suatu kejadian.

2. Pengalaman Saat Mengetahui Akun @Infokejadiandemak

Dari beberapa pengalaman calon wisatawan ketika pertama kali mengetahui akun @infokejadiandemak banyak dari akun lain namun juga ada yang ingin mengetahui sendiri tentang kejadian apa yang sedang terjadi, dari uraian pertanyaan yang diajukan peneliti tersebut calon wisatawan kota Demak, tiga orang informan mengatakan bahwa pertama kali mengenal akun Instagram @infokejadiandemak dari akun informasi serupa seperti info kejadian semarang dan info kejadian genuk. *“Saya mengetahui akun tersebut berawal dari saya membuka-buka akun @infokejadiansemarang dan @infokejadiangenuk dan membuat saya tertarik juga untuk mengfollow akun @infokejadiandemak.”*

Sedangkan satu narasumber lainnya mengatakan bahwa pertama kali mengetahui akun @infokejadiandemak ketika ingin mencari informasi kejadian seputar kota Demak. Calon wisatawan terkesan dengan konten-konten yang diunggah, karena sangat informatif dan membantu memahami lebih tentang kejadian di Kota Demak *“Saya menemukan akun Instagram @infokejadiandemak saat saya sedang mencari informasi tentang kejadian-kejadian di Kota Demak. Saya terkesan dengan konten-konten yang diunggah, karena sangat informatif dan membantu saya memahami lebih tentang kejadian di Kota Demak.”*

Hal itu dapat disimpulkan bahwa akun @infokejadiandemak memiliki ketenaran yang serupa dengan akun lainnya dan calon wisatawan memilih

mengikuti akun tersebut karena dapat memberikan informasi sewaktu-waktu ketika dibutuhkan ketika mereka ingin mengunjungi kota Demak.

3. Alasan Ketertarikan Mengikuti Akun @Infokejadiandemak

Banyaknya informasi konten yang diunggah dan dipublikasikan oleh akun @Infokejadiandemak memunculkan rasa ketertarikan calon wisatawan untuk mengikuti akun @infokejadiandemak. Alasan calon wisatawan mengapa mereka tertarik untuk mengikuti akun @infokejadiandemak karena akun tersebut bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai seputar wilayah Demak yang berkaitan dengan kejadian di kota Demak, baik karena relevansi dengan minat pribadi maupun kebutuhan praktis. *“saya tertarik dengan konten yang diunggah, karena sangat relevan dengan minat saya tentang kejadian-kejadian di Kota Demak. Saya juga terkesan dengan cara penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami.”*

Calon wisatawan mengapresiasi konten yang informatif, relevan, serta penyampaian yang jelas dan mudah dipahami. Dari empat informan tersebut salah satu informan yaitu informan 4 mengatakan bahwa ia mengikuti akun @infokejadiandemak sebab jalan pulang ke rumahnya harus melewati kota Demak, maka ia mengikuti akun tersebut. Dari pernyataan para informan dapat disimpulkan bahwa calon wisatawan kota Demak memanfaatkan akun instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi dalam mencari sebuah informasi kejadian suatu wilayah yang akan mereka kunjungi sebelum mereka mendatangi kota tersebut. Dengan adanya akun instagram

@Infokejadiandemak calon wisatawan dapat mudah mencari informasi lalu lintas sebelum melewati kota Demak.

Akun ini menarik perhatian dari kalangan calon wisatawan dikarenakan penyampaian informasi dengan jelas, tidak membingungkan, tidak bertele-tele, dan mudah dipahami. Hal itu menjadikan akun @infokejadiandemak banyak diminati dan diikuti oleh orang luar khususnya calon wisatawan Demak yang berniat untuk mengetahui informasi dari kota Demak serta memahami kejadian yang ada di daerah Demak.

4. Kepercayaan Kredibilitas Informasi Media Sosial Instagram @infokejadiandemak

Pertanyaan yang diajukan peneliti kepada calon wisatawan pada sesi wawancara mengenai kredibilitas informasi yang diunggah akun @Infokejadiandemak yaitu, para calon wisatawan menyatakan kepercayaan mereka terhadap akun informasi seputar Demak, karena dianggap menyajikan berita yang kredibel, akurat, informatif, dan dapat dipercaya. *“Ya, saya percaya bahwa informasi yang diunggah akun @infokejadiandemak kredibel, karena konten-konten yang diunggah sangat informatif dan akurat”*

Dari uraian diatas para informan mengatakan bahwa mereka mempercayai konten yang diberikan dan diunggah oleh akun Instagram @infokejadiandemak. Calon wisatawan mempercayai tentang informasi mengenai kejadian dan peristiwa yang terjadi tersebut. Bahkan dilihat dari jawaban pertanyaan nomer 3 yang diusulkan, salah satu dari informan yaitu informan ke-4 mengatakan bahwa mempercayai informasi dari akun

@infokejadiandemak karena ketika akan berpulang ke kampung halaman harus melewati rute jalan daerah kota Demak. Hal itu dapat disimpulkan bahwa informasi yang di unggah oleh akun Instagram @infokejadiandemak memiliki kredibilitas dan tingkat kepercayaan yang tinggi oleh *followers* akun tersebut. Para informan mempercayai bahwa akun tersebut akurat dan sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

5. Cek Secara Langsung Informasi Akun @Infokejadiandemak

Dari sesi wawancara dengan informan mengenai cek secara langsung berita yang di unggah akun @infokejadiandemak yaitu, sebagian calon wisatawan belum memverifikasi langsung informasi dari akun terkait, namun mereka menilai bahwa beberapa postingan memiliki sumber yang jelas dan dapat dipercaya. *“Untuk Cek secara langsung saya tidak pernah tetapi beberapa postingan sudah ada sumber yang jelas dan dapat dipertanggung jawabkan.”*

Sedangkan sebagian jawaban lainnya menyatakan telah melakukan verifikasi langsung dan menemukan informasi tersebut akurat dan kredibel *“Saya telah memverifikasi informasi yang diunggah akun @infokejadiandemak dengan sumber-sumber lain dan saya menemukan bahwa informasi tersebut akurat dan kredibel.”* Dari uraian calon wisatawan tentang kredibilitas informasi yang diberikan oleh akun @infokejadiandemak. Dua dari informan menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh akun @infokejadiandemak kredibel karena mereka telah mengecek secara langsung dari kebenaran informasi dari akun tersebut. Sedangkan dua yang lainnya

mengatakan bahwa meskipun mereka tidak mengecek secara langsung tentang kebenaran peristiwa dan kejadian yang diberikan, namun postingan konten akun @infokejadiandemak sendiri telah memberikan sumber resmi dari banyaknya akun serupa di wilayah-wilayah terdekat dengan kota Demak yang saling bekerja sama dengan akun daerah lain. Sehingga konten yang diunggah dapat memberikan kredibilitas yang akurat untuk para calon wisatawan religi kota Demak.

Hal itu dapat disimpulkan bahwa akun @infokejadiandemak tidak hanya memberi suatu informasi tanpa sumber yang jelas, namun akun tersebut benar-benar memberikan konten dengan sumber terpercaya dan valid sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Meskipun tanpa pengecekan secara langsung postingan konten di akun @infokejadiandemak sudah memiliki kejelasan yang pasti dan sesuai dengan fakta yang ada.

6. Konten yang Sering Ditemui di Akun @Infokejadiandemak

Calon wisatawan mengamati bahwa konten yang sering muncul di akun informasi Demak berkaitan dengan kejadian-kejadian seperti banjir, kecelakaan, pencurian, kebakaran, dan kondisi jalan Pantura. Mereka menganggap konten tersebut informatif, relevan dengan situasi terkini, dan membantu memahami kondisi di wilayah Demak dan sekitarnya. *“Saya paling sering menemukan konten tentang kecelakaan, banjir, pencurian, kebakaran dan kejadian lain di Kota Demak. Saya terkesan dengan konten tersebut, karena sangat informatif dan membantu saya memahami lebih tentang kejadian-kejadian di Kota Demak”*

Dari jawaban calon wisatawan tersebut mengenai konten yang sering ditemui di akun Instagram @infokejadiandemak adalah konten mengenai banjir yang terjadi di sepanjang jalan Pantura-Demak dan Semarang. Banjir yang terjadi di dua wilayah itu merupakan banjir rob apalagi ketika curah hujan tinggi. Meskipun begitu kejadian lainnya seperti pencurian, kecelakaan lalu lintas, kebakaran dan lainnya juga terjadi namun tidak se-sering berita tentang kebanjiran.

Dari pernyataan informan dapat disimpulkan bahwa akun @infokejadiandemak memberikan informasi yang sesuai dengan situasi kondisi wilayah di daerah Demak. Situasi tersebut dilaporkan secara *real time* dan benar-benar memberikan informasi yang cukup dan valid kepada calon wisatawan yang akan berkunjung sewaktu-waktu ke kota Demak. Sehingga calon wisatawan dapat mempersiapkan sendiri apa saja yang akan dibawa dan dapat membantu wisatawan ketika mendatangi wilayah Demak, calon wisatawan juga dapat menghindari daerah yang rawan banjir dan memilih menggunakan jalan lain.

7. Informasi yang Disampaikan Membantu dalam Rencana Kunjungan

Informasi yang disampaikan membantu dalam rencana kunjungan ke kota Demak seperti pertanyaan yang diajukan peneliti. Para calon wisatawan menyatakan bahwa informasi dari akun terkait sangat membantu dalam merencanakan kunjungan ke Demak. *“Ya, karena mengecek atau mencari informasi di akun tersebut membantu saya untuk mengetahui keadaan, cuaca,*

apakah sedang banjir, apakah sedang ada perbaikan jalan, dll itu sangat membantu saya untuk merencanakan kunjungan ke Demak.”

Akun tersebut memberi gambaran tentang kondisi cuaca, banjir, perbaikan jalan, lalu lintas, serta daerah rawan kecelakaan, sehingga memudahkan pengambilan keputusan terkait perjalanan. *“Ya, informasi yang disampaikan di akun Instagram @infokejadiandemak membantu saya dalam merencanakan kunjungan ke Kota Demak, terutama dalam hal memahami kejadian di Kota Demak dan menghindari daerah-daerah yang rawan banjir dan kecelakaan.”* Berdasarkan uraian ini terkait informasi yang diunggah oleh akun @infokejadiandemak, dari 4 informan menyatakan bahwa semua informasi dan konten yang diberikan oleh akun Instagram @infokejadiandemak berguna untuk membantu dalam merencanakan kunjungan ke kota Demak.

Dapat disimpulkan bahwa apa yang di unggah di akun tersebut memberikan manfaat pada calon wisatawan untuk mengecek dan mencari informasi terlebih dahulu lewat akun instagram @infokejadiandemak sebelum bepergian ke wilayah Demak. Akun tersebut membuat para wisatawan lebih *aware* ketika ingin bepergian ke suatu wilayah yang rawan banjir dan kemacetan lalu lintas. Sehingga calon wisatawan dapat memikirkan dan menentukan langkah yang diambil sebelum mengunjungi kota Demak. Calon wisatawan dapat merencanakan kapan akan berwisata ke Demak dan kapan menghindari wisata ke kota Demak. Hal itu dapat memicu kenyamanan dalam

berwisata ke wilayah Demak dan dapat tetap merasa aman tanpa merasa cemas dan kecewa ketika akan mengunjungi daerah Demak.

8. Efektif dalam Memberikan Informasi Seputar Kejadian di Kota Demak

Calon wisatawan menyampaikan bahwa akun informasi seputar Kota Demak dinilai efektif dalam menyajikan berbagai informasi mengenai kejadian, peristiwa, serta kegiatan yang berlangsung di wilayah tersebut. Keberadaan informasi yang lengkap dan mudah diakses dianggap sangat membantu dalam memahami kondisi aktual di Kota Demak. Calon wisatawan menilai akun informasi tentang Demak cukup efektif karena tidak hanya menyajikan berita atau kejadian terkini, tetapi juga menampilkan informasi mengenai acara, tempat wisata, dan kegiatan lainnya, sehingga memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang Kota Demak. *“Saya merasa akun tersebut dalam memberikan informasi kejadian peristiwa, acara, tempat wisata, dan kegiatan di Demak cukup efektif.”*

Dari jawaban para calon wisatawan tersebut bahwa akun Instagram @infokejadiandemak dapat memberikan informasi yang efektif seputar kejadian atau peristiwa yang ada di wilayah Demak dan sekitarnya. Informasi yang diberikan seperti info harian kejadian, info event, lalu lintas, kemacetan, bencana alam dan sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa informasi yang dipublikasikan oleh akun @infokejadiandemak bisa memberikan manfaat dan kenyamanan bagi calon wisatawan yang akan berkunjung ke kota Demak. Adanya akun @infokejadiandemak efektif dalam memberikan berbagai informasi seputar Demak dan sekitarnya. Bahkan di akun

@infokejadiandemak juga pernah memposting konten yang berkaitan dengan event yang akan diadakan di kota Demak seperti Sholawat akbar, istighotsah bersama, tempat wisata baru dan lainnya. Maka dari itu, akun @infokejadiandemak memberikan banyak manfaat untuk para calon wisatawan yang akan mengunjungi kota Demak. Dengan adanya informasi yang dipublikasikan untuk khalayak umum mulai dari peristiwa, informasi kegiatan, adat budaya, wisata dan lain sebagainya dapat memberikan kenyamanan bagi calon wisatawan yang akan mengunjungi kota Demak.

9. Pengalaman Calon Wisatawan Berinteraksi dengan Akun @infokejadiandemak

Sebagian calon wisatawan belum memiliki pengalaman berinteraksi langsung dengan akun tersebut, karena jarang berkomentar atau bertanya. Namun, bagi yang pernah berinteraksi, mereka menilai pengalaman tersebut positif, dengan admin yang responsif dan adanya tanggapan dari akun maupun pengguna lain.

Dari beberapa jawaban dua orang dari informan mendapatkan pengalaman yang baik dalam berkomentar dan berinteraksi dengan akun @infokejadiandemak hal itu dibuktikan dengan pernyataan mereka yang memberikan respon positif dari admin dan juga orang-orang yang mengetahui informasi mengenai suatu kejadian *“Saya memiliki pengalaman yang baik dalam berinteraksi dengan akun Instagram @infokejadiandemak, karena admin akun tersebut sangat responsif dan membantu”*

Sedangkan dua yang lainnya yaitu mengatakan bahwa mereka belum pernah mencoba untuk berinteraksi atau memberikan suatu komentar di akun Instagram @infokejadiandemak, calon wisatawan mengatakan belum pernah berkomentar karena bukan tipe orang yang suka memberikan komentar, dan belum pernah mencoba berinteraksi seperti memberikan komentar karena belum memiliki pertanyaan yang bisa ditanyakan terhadap konten yang diunggah oleh akun Instagram @infokejadiandemak

“pengalaman saya dalam berinteraksi dengan akun tersebut belum pernah bertanya atau memberikan komentar, karena saya orangnya tidak banyak berkomentar” Dari pengalaman para informan tersebut dapat disimpulkan bahwa akun @Infokejadiandemak memberikan respon yang bagus karena memberikan balasan kepada pengikut akun yang bertanya di komentar mengenai kejadian/peristiwa yang terjadi. Dari adanya Interaksi antara admin @Infokejadiandemak dengan para *followers*-nya memberi dampak yang bagus bagi calon wisatawan yang membutuhkan informasi lebih rinci dan membantu dalam memahami suatu peristiwa/kejadian yang terjadi di daerah Demak.

Meskipun jawaban dari dua informan lainnya yaitu informan mengatakan belum pernah mencoba untuk berkomentar atau bertanya, namun dari pengalaman dua informan lainnya mendapat respon positif sehingga memberikan cukup jawaban bahwa interaksi yang dilakukan oleh admin kepada pengikut akunnya memberikan kenyamanan yang baik bagi calon wisatawan dan *image* dari akun @infokejadiandemak menjadi lebih bagus.

10. Respon Pertanyaan yang Diajukan Oleh Informan

Meskipun sebagian calon wisatawan belum pernah secara langsung berinteraksi dengan akun @infokejadiandemak, mereka mengamati bahwa admin memberikan respons yang cukup cepat dan tanggap terhadap komentar atau pertanyaan dari pengguna lain. Hal ini mencerminkan pengelolaan akun yang responsif dan informatif.

Sebagian jawaban dari informan mengatakan bahwa meskipun mereka belum pernah melakukan interaksi sendiri namun dari beberapa komentar di konten Instagram @infokejadiandemak informan melihat bahwa seseorang yang bertanya di komentar mendapatkan respon dari admin dan tanggapan dari orang-orang yang mengetahui kejadian atau peristiwa yang sedang terjadi *“saya belum tahu seberapa cepat, tapi dengan melihat beberapa komentar dari orang lain pada akun tersebut merespon dengan cukup baik dan cukup cepat.”* Sedangkan dua narasumber lainnya menjawab bahwa mereka mendapatkan respon yang bagus dari admin Instagram @infokejadiandemak ketika berinteraksi melalui pesan ataupun komentar di konten Instagram akun tersebut *“Saya mendapatkan respons yang cepat dan membantu dari admin akun @infokejadiandemak”*

Dari jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa respon dan interaksi yang diberikan oleh admin @Infokejadiandemak sangat berguna bagi calon wisatawan yang ingin berkunjung ke wilayah Demak. Kecepatan respon dari admin ketika ada yang bertanya membuat seseorang dengan rasa keingintahuan tinggi pada suatu konten sangat membantu para *followers*

dalam mengartikan apa yang sedang terjadi di daerah tersebut. Dengan begitu calon wisatawan mendapatkan validasi dari konten yang dipublikasikan oleh akun @infokejadiandemak. Hal itu memicu rasa kenyamanan yang nyata bagi calon wisatawan dalam mencari informasi.

11. Kenyamanan Calon Wisatawan Setelah Mengikuti Akun @Infokejadiandemak

Calon wisatawan merasa bahwa mengikuti akun informasi seputar Kota Demak meningkatkan kenyamanan mereka dalam merencanakan kunjungan. Hal ini disebabkan oleh akses terhadap informasi yang akurat, relevan, dan bermanfaat mengenai destinasi yang akan mereka tuju.

Berdasarkan uraian diatas terkait kenyamanan calon wisatawan kota Demak, para informan mengatakan bahwa setelah mengikuti akun Instagram @infokejadiandemak calon wisatawan merasa kenyamanan-nya sebagai seorang pengunjung meningkat. *“Saya merasa kenyamanan saya sebagai calon wisatawan meningkat setelah mengikuti akun tersebut, karena akun tersebut memberikan berbagai informasi yang cukup bermanfaat ketika akan mengunjungi demak.”*

Dari hal itu dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan mengikuti akun Instagram @infokejadiandemak membuat rasa kenyamanan seseorang ketika akan berkunjung ke wilayah Demak meningkat. Dikarenakan akun tersebut berguna untuk memberikan informasi yang sedang terjadi secara *kredibel*, valid, jelas dan kejadian yang sedang terjadi sesuai dengan kenyataan yang ada. Calon wisatawan mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang wilayah

sekitar Demak. Akses informasi yang diberikan oleh admin akun @infokejadiandemak relevan dan akurat dalam memberikan informasi secara *real time* di sekitar wilayah Demak. Hal itu membuat seseorang yang ingin pergi berkunjung ke Demak bisa merencanakan waktu yang tepat agar merasa lebih tenang dan nyaman sehingga tidak terjadi ke-kecewaan ketika berada di Demak khususnya para wisatawan religi yang banyak berkunjung ke makam para ulama yang ada di kota Demak. Calon wisatawan dapat menyiapkan banyak hal dengan baik untuk berjaga-jaga sebelum mengunjungi kota Demak.

12. Manfaat Akun @Infokejadiandemak Bagi Calon Wisatawan

Calon wisatawan merasa akun informasi tentang Kota Demak memberikan manfaat dalam merencanakan kunjungan ke tempat wisata. Dalam sesi wawancara di lapangan, berdasarkan jawaban informan diatas para calon wisatawan kota Demak mengakui bahwa akun isntagram @infokejadiandemak memberikan manfaat kepada calon wisatawan yang akan mengunjungi kota Demak. Mereka terbantu dengan informasi mengenai kondisi, suasana serta konten dan ulasan yang meyakinkan untuk mendukung keputusan berkunjung. *“iya, akun tersebut memberikan manfaat kepada saya ketika berencana untuk mengunjungi suatu tempat wisata di Demak, faktor yang memberikan manfaat adalah konten diunggah dan ulasan pada akun tersebut cukup meyakinkan saya ketika saya berencana mengunjunginya.”*

Dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa para calon wisatawan merasa bahwa akun @infokejadiandemak memberikan banyak manfaat ketika

berencana ingin mengunjungi suatu tempat wisata di kota Demak. Faktor utama yang memberikan manfaat bagi calon wisatawan adalah bahwa sebelum berkunjung ke daerah Demak terutama tempat wisata religi calon wisatawan bisa melihat situasi, kondisi, suasana, dan menimbulkan ketertarikan untuk datang karena melihat postingan konten informasi peristiwa/kejadian yang selalau *update* tentang kejadian yang terkini. Faktor utama lainnya dikarenakan konten yang diunggah oleh akun @infokejadiandemak dan ulasan yang ada pada akun tersebut, hal itu dilihat dari beberapa komentar yang ada. Sehingga dapat menyakinkan calon wisatawan yang akan mengunjungi kota Demak.

13. Fitur di Akun Instagram @infokejadiandemak

Calon wisatawan tertarik pada berbagai jenis konten di akun informasi Kota Demak, terutama yang berkaitan dengan wisata religi. Mereka juga menyukai informasi situasi dan kondisi wilayah, tips keamanan, serta ulasan yang disajikan melalui video dan komentar yang dianggap membantu dalam merencanakan kunjungan.

Dilihat dari jawaban informan mengenai fitur atau jenis konten yang ada di akun Instagram @infokejadiandemak, para informan mengatakan bahwa konten yang membuat calon wisatawan lebih yakin untuk datang ke kota Demak adalah konten yang menampilkan informasi mengenai wisata religi, video suatu kejadian/peristiwa, situasi keamanan, kondisi sekitar Demak, review dari komentar followers, tips dan saran untuk menghindari tempat yang sedang terjadi peristiwa tidak diinginkan, dan juga konten mengenai

informasi tempat wisata yang aman dari kejadian bencana alam dan lalu lintas.

“Konten yang menampilkan informasi tentang kejadian-kejadian di Kota Demak, sehingga saya lebih bisa memahami tentang situasi keamanan di Kota Demak. Konten yang menampilkan tips dan saran untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan di Kota Demak. Konten yang menampilkan informasi tentang tempat-tempat wisata yang aman di Kota Demak.”

Dapat disimpulkan bahwa calon wisatawan yang mengikuti akun instagram @infokejadiandemak pada umumnya tertarik pada konten yang terkait dengan informasi kejadian, pariwisata dan situasi di Kota Demak, terutama konten yang memberikan informasi religi, budaya, dan keamanan. Calon wisatawan menyoroti pentingnya informasi mengenai objek wisata yang menarik dan aman, termasuk tips untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Mereka juga menyukai konten video dan ulasan dari pengguna lain sebagai pertimbangan sebelum berkunjung. Secara keseluruhan, konten yang informatif dan visual dinilai paling menarik dan bermanfaat.

14. Harapan Terhadap Akun @Infokejadiandemak dalam Mendukung Kenyamanan Calon Wisatawan

Para calon wisatawan berharap akun informasi Kota Demak dapat terus menyajikan konten yang menarik, informatif, dan selalu diperbarui. Mereka juga menginginkan peningkatan kualitas dan kuantitas konten, termasuk penambahan konten video serta interaksi yang aktif dengan pengikut untuk mendukung kenyamanan dan kebutuhan informasi wisatawan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, mengenai harapan terhadap akun @infokejadiandemak dalam mendukung kenyamanan calon wisatawan, diharapkan akun @infokejadiandemak dapat terus menyajikan konten-konten yang menarik, informatif, dan selalu update *“Harapannya adalah agar akun tersebut terus menyajikan konten yang menarik dan informatif”* Mereka juga ingin meningkatkan kualitas dan kuantitas unggahan, termasuk konten video yang relevan dan menarik, untuk menunjang kenyamanan calon wisatawan. Selain itu, penting bagi akun untuk menjaga interaksi dengan para pengikutnya, sehingga tercipta hubungan yang lebih dekat dan komunikatif dengan audiensnya *“Saya berharap bahwa akun itu dapat terus meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang diunggah. Saya juga berharap bahwa akun ini dapat terus berinteraksi dengan pengikutnya.”*

Dari beberapa jawaban tersebut dapat disimpulkan bahwa penyajian konten dan interaksi suatu akun dapat memberikan manfaat kenyamanan terhadap para pengunjung suatu daerah. Informasi yang di publikasikan sangat membantu banyak orang yang ingin berkunjung ke wilayah Demak. Itu menunjukkan pentingnya sosial media sebagai media komunikasi. Secara keseluruhan, harapan ini mencerminkan keinginan agar akun @infokejadiandemak menjadi media informasi dan jembatan komunikasi yang efektif antara pengelola akun dan pengikutnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini peneliti akan memaparkan hasil dari pengujian peneliti dan hasil dari analisisnya. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan metode penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif dari informan yang diamati dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan (Hadi, 2016). Peneliti telah menemukan banyak temuan data yang sejalan dengan tujuan penelitian berdasarkan data yang telah dievaluasi. Peneliti menggunakan gagasan *use and gratification* dalam penelitian ini. Teori ini diterapkan untuk menilai dan mendukung temuan data dari penyelidikan bab sebelumnya.

Penelitian ini akan membahas tentang pemanfaatan akun instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi dan kenyamanan calon wisata religi Kota Demak. Realita yang terjadi merupakan sebuah penggunaan dan kepuasan yang telah menjadi kenyataan. Konten media sosial Instagram yang diunggah oleh akun @infokejadiandemak dimaknai sedemikian rupa oleh para pengikutnya sehingga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda di kalangan calon wisatawan. Cara penyampaian pesan melalui teks (caption), visualisasi foto atau video serta penyampaian informasi dan komunikasi sebagai akun media informasi kejadian di Kota Demak memiliki banyak pemaknaan di kalangan masyarakat sehingga diperlukan penelitian yang mendalam terkait bagaimana cara penyampaian informasi yang kredibel, jelas, dan *real time* untuk kenyamanan calon wisatawan yang dibangun akun instagram @infokejadiandemak.

Seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang cepat dan luas, akun Instagram @infokejadiandemak menjadi salah satu media komunikasi yang potensial dalam mendukung informasi kejadian/peristiwa di Kota Demak. Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas hasil wawancara dengan beberapa informan pada Bab 3 sebelumnya mengenai pemanfaatan calon wisatawan terhadap akun Instagram @infokejadiandemak sebagai media komunikasi dan kenyamanan calon wisatawan religi. Fokus utamanya adalah bagaimana akun ini mampu memberikan rasa aman dan nyaman melalui informasi yang kredibel dan *real time*, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan wisatawan religi untuk berkunjung ke Kota Demak.

4.1. Media Sosial @Infokejadiandemak Sebagai Sumber Informasi Lokal Calon Wisatawan Religi

Setiap individu secara sadar maupun tidak sadar terus berupaya mendapatkan pengetahuan setiap harinya melalui berbagai media sosial. Kebutuhan informasi semakin meningkat seiring dengan pesatnya pertukaran dan penyebaran data, yang didukung oleh kehadiran internet beserta fitur-fiturnya yang canggih dan terus berkembang (Castells, 2009). Sejalan dengan itu Laudon & Laudon (2005) mengemukakan bahwa informasi adalah data yang telah dibentuk menjadi bentuk yang berguna dan bermakna bagi manusia. Dalam proses pencarian informasi, media sosial terbukti memegang peranan penting sebagai sumber informasi lokal yang cepat dan mudah diakses.

Dalam temuan penelitian diketahui bahwa calon wisatawan religi menemukan akun instagram @infokejadiandemak saat sedang mencari informasi tentang kejadian-kejadian di Kota Demak. Sehingga mereka terkesan dengan konten-konten yang diunggah, karena sangat informatif dan membantu memahami lebih tentang kejadian di Kota Demak.

Keberadaan akun @infokejadiandemak juga berperan dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lokal sekaligus menjadi sumber informasi penting bagi calon wisatawan religi yang ingin mengetahui kondisi terkini di wilayah Demak. Hal ini mendukung pandangan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data sehingga menjadi relevan dan berguna bagi penerimanya, dan media sosial berfungsi sebagai saluran penting dalam distribusi informasi ini di era digital (Rowley, 2007).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menggunakan media sosial untuk tujuan hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi yang relevan dan aktual, khususnya terkait lingkungan sekitar mereka (Whiting & Williams, 2013). Akun @infokejadiandemak berperan dalam menyajikan informasi yang dianggap kredibel, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan calon wisatawan. Akun media sosial @infokejadiandemak secara rutin membagikan berbagai informasi aktual seperti kondisi lalu lintas, cuaca, bencana alam, kegiatan masyarakat, hingga informasi layanan publik.

4.2. Persepsi Calon Wisatawan Terhadap Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak

Media massa, termasuk media sosial, memiliki fungsi sebagai penyedia informasi (surveillance), yang memungkinkan individu memperoleh informasi penting mengenai lingkungan sekitarnya (McQuail, 2010). Fungsi ini semakin signifikan di era sekarang, di mana kecepatan dan keterjangkauan informasi menjadi kebutuhan utama khususnya bagi pengunjung kota Demak. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa akun @Infokejadiandemak tidak hanya berperan sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan persepsi publik terhadap suatu daerah.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, calon wisatawan menyampaikan bahwa ketertarikannya terhadap akun @Infokejadiandemak dikarenakan konten yang di upload oleh akun @infokejadiandemak jelas dan relevan dengan minat pribadinya terhadap informasi mengenai Kota Demak. Calon wisatawan mengapresiasi cara penyampaian informasi akun @infokejadiandemak yang dinilai jelas dan mudah dipahami. Hasil tersebut mencerminkan bahwa akun @Infokejadiandemak memenuhi aspek penting dalam menarik perhatian calon wisatawan yaitu relevansi konten dan kejelasan penyampaian informasi. Lebih lanjut, Tsai & Men (2013) mengemukakan bahwa relevansi konten dengan minat pengguna menjadi kunci utama dalam membangun keterlibatan (*engagement*). Dalam konteks ini, informasi yang berkaitan dengan situasi aktual dan dinamika lokal Kota Demak memberi nilai tambah bagi pengguna atau calon wisatawan

yang ingin mengetahui lebih banyak seputar Kota Demak sebelum berkunjung sehingga membangun keterlibatan dengan media sosial @infokejadiandemak.

Xiang & Gretzel (2010) mengungkapkan bahwa media sosial khususnya yang berbasis lokal, dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi destinasi melalui komunikasi yang partisipatif dan berbasis komunitas. Hal ini mendukung temuan bahwa informasi yang disebarkan melalui media sosial memiliki pengaruh besar terhadap persepsi dan keputusan wisatawan dalam memilih tujuan wisata (Sotiriadis, 2017).

Cara penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami mencerminkan bahwa akun @infokejadiandemak tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menyusunnya dengan baik secara visual dan verbal sehingga mudah dicerna oleh pengikut akun @infokejadiandemak. Dengan cara penyampaian seperti itu sangat membantu calon wisatawan, karena mereka merasa memperoleh gambaran yang cukup mengenai kondisi di daerah tujuan. Dengan demikian, persepsi terhadap akun @Infokejadiandemak menunjukkan persepsi positif bahwa media sosial lokal memiliki peran strategis dalam mendukung promosi wilayah dan memberikan rasa percaya serta informasi yang dibutuhkan oleh calon wisatawan (Rahmawati & Haryanto, 2020). Dari hal itu dapat disimpulkan bahwa akun @infokejadiandemak tidak hanya menjadi sumber informasi, calon wisatawan tetapi juga berpotensi membentuk persepsi destinasi yang positif, informatif, responsif, dan relevan bagi calon wisatawan kota Demak.

4.3. Kepercayaan Kredibilitas Informasi Calon Wisatawan Terhadap Instagram @infokejadiandemak

Teori Uses and Gratifications (U&G) berangkat dari asumsi bahwa audiens merupakan pihak yang aktif dalam memilih media untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Dalam konteks media sosial, seperti Instagram, pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga secara aktif mengevaluasi dan memilih sumber informasi yang dianggap paling memuaskan dan kredibel (Whiting & Williams, 2013).

Dalam temuan penelitian, terungkap bahwa calon wisatawan percaya bahwa informasi yang diunggah oleh akun @infokejadiandemak kredibel, calon wisatawan kota Demak menganggap konten yang diunggah akun @infokejadiandemak sangat informatif dan akurat. Dari temuan itu tercermin bahwa motivasi penggunaan akun @infokejadiandemak adalah untuk memperoleh informasi yang relevan, faktual, dan dapat dipercaya. Menurut McQuail (1987) terdapat beberapa kategori kebutuhan yang mendorong seseorang mengonsumsi media yaitu kebutuhan informasi, identitas personal, integrasi sosial, dan hiburan (diversion). Dalam konteks ini kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Informasi (Information Needs)

Calon wisatawan menggunakan akun @infokejadiandemak untuk mendapatkan informasi terkini mengenai kejadian di Kota Demak. Akun ini dipilih karena dianggap memenuhi ekspektasi pengguna akan informasi yang akurat, cepat, dan jelas. Pemenuhan kebutuhan ini menunjukkan bahwa media

sosial tidak hanya dilihat sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi yang sah.

2. Kebutuhan Kepercayaan (Credibility Gratification)

Kepercayaan terhadap kredibilitas akun merupakan bentuk gratifikasi psikologis yang diperoleh calon wisatawan sebagai pengguna akun @infokejadiandemak. Ketika pengguna menilai suatu akun sebagai kredibel, maka terdapat rasa puas karena telah memperoleh informasi dari sumber yang terpercaya dan bertanggung jawab. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa media digital menyediakan gratifikasi yang lebih personal dan bersifat psikologis, termasuk rasa aman dan kepercayaan terhadap sumber informasi (Ruggiero, 2000).

3. Kebutuhan Pengawasan (Surveillance)

Dalam konteks media lokal seperti @infokejadiandemak, pengguna merasa tetap terhubung dengan kondisi sosial dan dinamika yang terjadi di daerah tersebut. Fungsi ini sangat penting, terutama bagi mereka yang merencanakan kunjungan atau memiliki keterikatan emosional dengan Kota Demak. Kebutuhan akan pengawasan mencerminkan peran media sebagai jembatan antara individu dan lingkungan sosialnya.

Dari penjelasan tersebut, sejalan dengan teori *Uses and Gratifications* yang menjelaskan bahwa kepercayaan terhadap kredibilitas informasi bukanlah sesuatu yang muncul secara pasif tetapi merupakan hasil dari proses seleksi aktif oleh pengguna. Audiens dipandang sebagai individu yang secara sadar dan selektif memilih media serta konten yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuannya,

termasuk kebutuhan akan informasi yang relevan dan dapat dipercaya (KATZ et al., 1973). Dari temuan dan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa calon wisatawan religi tidak hanya menerima konten tetapi juga berperan aktif dalam proses komunikasi massa, calon wisatawan telah mengevaluasi dan menyeleksi media yang sesuai dengan preferensi dan tujuan mereka.

Sesuai dengan hasil temuan penelitian, bahwa akun @infokejadiandemak dipilih dan dipercaya oleh calon wisatawan karena berhasil memenuhi kebutuhan audiens akan informasi yang akurat, relevan, dan kredibel.

4.4. Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Membantu Efektivitas Kunjungan Calon Wisatawan

Berdasarkan hasil temuan penelitian akun Instagram @infokejadiandemak sangat membantu dalam merencanakan kunjungan calon wisatawan religi ke Kota Demak. Akun Instagram @infokejadiandemak berperan penting sebagai media informasi lokal yang dimanfaatkan oleh calon wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka ke wilayah Demak. Dari hasil temuan diketahui bahwa calon wisatawan mengecek informasi terlebih dahulu di akun instagram @infokejadiandemak sebelum berkunjung. Karena itu dapat membantu untuk mengetahui keadaan, cuaca ketika banjir, perbaikan jalan dll yang berguna untuk merencanakan kunjungan ke kota Demak.

Hal itu menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, berfungsi tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi lokal yang bersifat praktis dan relevan bagi calon wisatawan (Munar & Jacobsen, 2014). Dari temuan penelitian, calon wisatawan menganggap akun

@infokejadiandemak mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam proses perencanaan perjalanan, seperti kondisi cuaca, keadaan jalan, potensi bencana, dan aktivitas pembangunan di wilayah Demak.

Temuan ini dapat dianalisis melalui teori *Uses and Gratifications* yang dikemukakan oleh Katz (1974) yang menjelaskan bahwa pengguna media bersifat aktif dan memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan media. Dalam konteks ini, calon wisatawan menggunakan akun @infokejadiandemak untuk memenuhi kebutuhan akan informasi praktis dan situasional yang dapat meningkatkan efektivitas perjalanan seperti menentukan waktu terbaik untuk berkunjung dengan mempertimbangkan cuaca dan kondisi jalan, menghindari area yang sedang dilanda banjir atau macet, dan menyesuaikan rencana perjalanan dengan adanya perbaikan jalan atau kegiatan lokal yang berdampak pada aksesibilitas.

Perilaku tersebut menunjukkan adanya selektivitas dan orientasi tujuan yang jelas dalam penggunaan media, sejalan dengan pandangan Xiang dan Gretzel (2010) bahwa wisatawan secara aktif memanfaatkan media sosial untuk memperoleh informasi secara real-time dalam mendukung efektivitas keputusan perjalanan. Dalam konteks ini, akun @infokejadiandemak menjadi salah satu sumber informasi yang dimanfaatkan calon wisatawan untuk merencanakan kunjungan ke Kota Demak secara lebih efisien dan terarah.

Dari analisis penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram @infokejadiandemak telah membantu efektifitas kunjungan calon wisatawan ke Kota Demak dengan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan informasi pengguna akun yang ingin mengetahui kondisi terkini di daerah tujuan

wisata. Informasi tersebut memungkinkan calon wisatawan religi untuk menghindari risiko perjalanan dan menyusun waktu kunjungan secara lebih efektif dan efisien.

4.5. Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Memberikan Kenyamanan Perjalanan Bagi Calon Wisatawan

Teori *Uses and Gratifications* dalam Rubin (2009) menekankan bahwa individu secara aktif mencari dan menggunakan media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk memperoleh informasi, rasa aman, maupun kepastian situasional. Dalam konteks ini, media sosial digunakan bukan semata-mata untuk konsumsi pasif, tetapi sebagai alat yang secara aktif dimanfaatkan individu untuk mendapatkan manfaat spesifik.

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, ditemukan bahwa calon wisatawan merasa kenyamanan mereka meningkat setelah mengikuti akun instagram @infokejadiandemak karena akun tersebut memberikan berbagai informasi yang cukup bermanfaat ketika akan mengunjungi Kota Demak. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa calon wisatawan khususnya wisatawan religi menggunakan akun Instagram @Infokejadiandemak untuk memenuhi kebutuhan informasi demi kenyamanan dalam merencanakan kunjungan perjalanan. Akun @infokejadiandemak dianggap oleh calon wisatawan mampu memberikan konten yang relevan dan aktual, seperti informasi lalu lintas, kondisi cuaca, atau event lokal, yang membantu agar kenyamanan perjalanan tercipta sehingga calon wisatawan merasa lebih siap dan aman saat mengunjungi wilayah Demak. Akun @Infokejadiandemak juga berperan sebagai alat bantu

perencanaan perjalanan yang memberikan rasa aman, efisien, dan nyaman bagi calon wisatawan.

Dengan adanya media sosial instagram @infokejadiandemak dijadikan sumber terpercaya oleh calon wisatawan religi yang membantu pengguna mengurangi ketidakpastian dalam perjalanan, sehingga dapat memfasilitasi proses perencanaan wisata yang lebih tenang dan menyenangkan. Dari temuan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa akun @Infokejadiandemak berperan tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai saluran yang membangun rasa kepercayaan dan kenyamanan publik terhadap suatu destinasi di kota Demak. Hasil tersebut menegaskan bahwa media sosial lokal memiliki potensi strategis dalam mendukung kenyamanan dan keamanan wisatawan. Penggunaan akun @Infokejadiandemak sebagai media sosial dapat memberikan kenyamanan perjalanan bagi calon wisatawan.

Hal itu sejalan dengan pernyataan Gretzel bahwa kenyamanan perjalanan tercipta ketika wisatawan merasa lebih siap menghadapi kondisi di lapangan dengan mengetahui adanya kemacetan, penutupan jalan, atau cuaca ekstrem. Hal ini memungkinkan mereka dapat mengatur waktu, memilih rute alternatif, atau bahkan menjadwalkan ulang kunjungan (Gretzel et al., 2015).

4.6. Pemanfaatan Media Sosial Instagram @Infokejadiandemak Sebagai Media Baru Oleh Wisatawan Religi

Akun Instagram @Infokejadiandemak merupakan salah satu akun lokal yang aktif membagikan informasi terkait peristiwa, kondisi lalu lintas, hingga tempat-tempat di wilayah Demak. Dalam konteks ini, akun tersebut berfungsi

tidak hanya sebagai media informasi umum, tetapi juga sebagai media baru atau new media yang dimanfaatkan oleh calon wisatawan kota Demak khususnya wisatawan religi.

New media adalah media yang diprogram, dimodifikasi, dan digunakan secara aktif oleh pengguna melalui komputer dan jaringan digital, yang bersifat interaktif, real-time dan memungkinkan pengguna untuk mengakses, berbagi, serta memproduksi informasi (Manovich, 2001). Instagram sebagai salah satu bentuk new media memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan konten serta pengguna lain, memberikan pengalaman yang lebih partisipatif dibandingkan media tradisional.

Berdasarkan temuan penelitian, akun @infokejadiandemak memberikan manfaat kepada calon wisatawan ketika berencana mengunjungi suatu tempat wisata di Kota Demak, faktor yang memberikan manfaat adalah konten diunggah dan ulasan pada akun tersebut cukup meyakinkan calon wisatawan ketika berencana mengunjungi Kota Demak. Temuan ini menunjukkan bagaimana akun Instagram @Infokejadiandemak dimanfaatkan oleh wisatawan religi Kota Demak sebagai media baru dalam mencari informasi dan rujukan dalam perencanaan perjalanan. Konten yang diunggah seperti foto, reels, instastory, video, serta ulasan dan komentar pengguna lain di postingan akun @infokejadiandemak menjadi bagian penting akun tersebut sebagai media baru dalam memberikan manfaat dan membentuk kepercayaan calon wisatawan religi kota Demak terhadap destinasi yang ada di daerah Demak.

McQuail (2010) mengemukakan bahwa new media memberikan audiens kontrol yang lebih besar atas isi media yang mereka konsumsi dan memungkinkan mereka untuk terlibat dalam proses komunikasi secara aktif. Dalam konteks ini, calon wisatawan atau audiens tidak lagi hanya sebagai penerima informasi pasif, tetapi juga sebagai partisipan yang membentuk dan mengkonstruksi makna dalam komunikasi massa.

Sesuai dengan pernyataan tersebut, hasil penelitian menemukan bahwa calon wisatawan kota Demak tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga mengambil peran sebagai pengulas dan pembentuk wacana tentang pengalaman berwisata religi melalui komentar di akun @infokejadiandemak. Media sosial instagram @infokejadiandemak sebagai bagian dari media baru memungkinkan calon wisatawan untuk memperoleh informasi melalui kolom komentar dari pengguna lain. Calon wisatawan dapat melihat, membaca ulasan, memantau situasi lalu lintas, atau bahkan menanyakan langsung informasi melalui kolom komentar atau pesan langsung. Dari hasil temuan penelitian pemanfaatan instagram sebagai media baru oleh wisatawan religi Kota Demak menjadi penting karena mereka membutuhkan informasi cepat, terpercaya, real-time serta relevan sebelum dan selama perjalanan.

4.7. Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi

Instagram sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, telah berkembang dari sekadar aplikasi berbagi foto menjadi sarana komunikasi yang kompleks dan multifungsi. Dalam konteks komunikasi modern, Instagram tidak hanya berperan sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai

media partisipatif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara individu, komunitas, dan institusi. Konten media sosial Instagram merupakan media komunikasi yang efektif karena memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan informasi lainnya dengan cepat dan luas, serta memungkinkan interaksi dua arah melalui fitur seperti komentar, suka, dan pesan langsung.(Sheldon & Bryant, 2016).

Sejalan dengan itu Littlejohn & Foss (2009) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain yang bertujuan membangun makna bersama. Instagram memungkinkan komunikasi dalam bentuk komunikasi massa, komunikasi kelompok, maupun komunikasi interpersonal. Satu unggahan publik dapat menjangkau ribuan bahkan jutaan pengguna (komunikasi massa), sementara fitur group chat dan DM mengakomodasi komunikasi lebih personal dan eksklusif.

Berdasarkan temuan penelitian, terungkap bahwa calon wisatawan ingin akun instagram @Infokejadiandemak terus menampilkan konten informasi tentang kejadian-kejadian di Kota Demak sehingga calon wisatawan lebih bisa memahami tentang situasi keamanan di Kota Demak. Konten yang menampilkan tips dan saran untuk menghindari kejadian/peristiwa yang ada di Kota Demak, yang aman dikunjungi ketika ke Kota Demak lebih diinginkan oleh calon wisatawan. Temuan tersebut dapat menerangkan bahwa Instagram melalui akun informatif @Infokejadiandemak telah menjadi media komunikasi yang menyampaikan informasi yang relevan dengan kebutuhan calon wisatawan religi kota Demak, terutama terkait keamanan dan keselamatan perjalanan. Akun

@Infokejadiandemak tidak hanya mempublikasikan informasi, tetapi juga menerima masukan, pertanyaan, dan laporan dari masyarakat. Dalam hal ini, konten akun @infokejadiandemak menjadi jembatan antara calon wisatawan dan informasi lokal yang akurat.

Instagram berfungsi sebagai media komunikasi digital yang efektif, komunikasi yang terjadi bukan hanya satu arah dari pemilik akun ke pengguna, melainkan bersifat dua arah dan interaktif di mana pengguna dapat memberikan respons, komentar, dan membangun relasi secara real-time (Smith & Anderson, 2018). Dalam konteks ini, akun instagram @infokejadiandemak tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi gambar, tetapi juga sebagai medium komunikasi strategis bagi calon wisatawan.

Setiap unggahan konten di akun @infokejadiandemak yang diunggah melalui bentuk foto, video, caption, story, atau reels merupakan bentuk pesan visual untuk menyampaikan informasi ataupun membentuk makna tertentu kepada pengguna akun tersebut. Dengan adanya berbagai fitur seperti catatan, stories, direct messages, live streaming, dan comment section yang di fasilitasi oleh instagram menjadikan proses komunikasi di akun @infokejadiandemak lebih interaktif dan *real-time*. Dengan fitur-fitur tersebut pengguna akun dapat berbagi informasi, mengekspresikan pendapat, memberi tanggapan, dan bahkan membangun relasi sosial secara digital.

Sebagai media sosial yang berkembang menjadi media komunikasi digital yang efektif dalam menyampaikan informasi penting kepada masyarakat. Akun instagram @infokejadiandemak berfungsi sebagai saluran komunikasi yang

menyampaikan informasi aktual dan preventif bagi khalayak khususnya calon wisatawan religi kota Demak.

4.8. Kebutuhan dan Kendala Pada Akun @Infokejadiandemak Dalam Mendukung Kenyamanan Wisatawan Religi

Media sosial memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan serta memilih konten sesuai dengan kebutuhannya, dan secara aktif terlibat dalam komunikasi digital (Straubhaar et al., 2013). Dalam konteks ini, wisatawan religi tidak hanya bertindak sebagai penerima informasi secara pasif, melainkan juga sebagai pengguna aktif yang membutuhkan interaksi langsung, kejelasan informasi, dan kepercayaan terhadap sumber yang digunakan.

Media sosial Instagram @infokejadiandemak telah menjadi salah satu sarana komunikasi digital yang berperan penting dalam mendukung kebutuhan informasi masyarakat, termasuk bagi wisatawan religi yang hendak berkunjung ke suatu daerah. Akun @Infokejadiandemak dimanfaatkan calon wisatawan sebagai sumber informasi mengenai keamanan wilayah, rekomendasi lokasi wisata, hingga tips perjalanan yang aman. Keberadaan akun tersebut dinilai memiliki potensi untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan religi dalam merencanakan kunjungannya ke Kota Demak.

Dari temuan penelitian diketahui bahwa terdapat harapan terhadap pengelola akun @Infokejadiandemak untuk dapat terus menyajikan konten yang menarik, informatif serta meningkatkan interaksi dengan pengikutnya. Temuan pernyataan calon wisatawan yang berharap bahwa pengelola akun @infokejadiandemak dapat terus menyajikan konten yang menarik dan informatif,

terus meningkatkan kualitas dan kuantitas konten yang diunggah, serta dapat terus berinteraksi dengan pengikutnya. Dari temuan itu mencerminkan adanya kebutuhan calon wisatawan religi terhadap keberlanjutan konten yang disajikan oleh akun @infokejadiandemak. Konten yang informatif dan relevan menjadi aspek penting bagi wisatawan religi, mengingat calon wisatawan religi membutuhkan informasi yang dapat mendukung rasa aman dan nyaman sebelum melakukan perjalanan ke wilayah Demak.

Keberhasilan media sosial sangat ditentukan oleh kemampuan penyedia informasi untuk menyampaikan konten yang relevan, menarik, dan mampu membangun hubungan dua arah yang positif dengan audiens. Kebutuhan akan peningkatan kualitas dan kuantitas konten menunjukkan bahwa akun tersebut diharapkan dapat dikelola secara konsisten dan profesional (Kaplan & Haenlein, 2010).

Oleh karena itu, konsistensi dalam unggahan serta gaya komunikasi yang responsif menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola akun @infokejadiandemak. Dari hasil temuan terdapat beberapa kendala potensial yang dapat diidentifikasi dalam upaya pemenuhan kebutuhan calon wisatawan. Kendala tersebut antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia, waktu pengelolaan, dan strategi konten yang belum sepenuhnya optimal. Dengan ini akun @Infokejadiandemak memiliki potensi yang cukup besar dalam mendukung kenyamanan wisatawan religi, khususnya melalui penyampaian informasi yang akurat dan interaktif. Namun, untuk menjawab harapan dan ekspektasi pengguna secara lebih efektif, akun @infokejadiandemak perlu memperkuat manajemen

kontennya, meningkatkan frekuensi interaksi, serta menyusun strategi komunikasi digital yang berkelanjutan agar bisa lebih memberikan kenyamanan komunikasi bagi calon wisatawan religi kota Demak.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial instagram bagi calon wisatawan religi telah memberikan dampak tersendiri bagi penggunanya. Tidak terkecuali tentang pemanfaatan calon wisatawan terhadap media sosial instagram yang mereka gunakan selama menjadi wisatawan Kota Demak. Sebagai media komunikasi digital yang memberikan informasi, media sosial instagram mampu di manfaatkan menjadi media terpercaya bagi calon wisatawan. Dalam bab ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian ke dalam empat poin utama:

1. Secara keseluruhan calon wisatawan religi menilai akun instagram @infokejadiandemak terpercaya, lengkap dan tepat sebagai media komunikasi yang menyampaikan situasi terkini di Kota Demak. Informasi yang ditampilkan akun ini mampu memberikan gambaran yang jelas dan aktual. Konten yang disajikan mencakup informasi penting seperti kondisi lalu lintas, bencana alam, kegiatan masyarakat, hingga agenda keagamaan, yang membantu calon wisatawan religi dalam memahami situasi Kota Demak secara real-time, cepat dan akurat. Meskipun belum semua kebutuhan informasi dapat terpenuhi sepenuhnya, kehadiran akun ini memudahkan calon wisatawan untuk mengakses informasi terpercaya dari mana saja selama terhubung dengan internet.
2. Calon wisatawan menganggap respon admin instagram @infokejadiandemak dalam memberikan tanggapan di kolom komentar maupun pesan dalam

instagram mencerminkan pentingnya relasi sosial dalam membentuk kepercayaan dan rasa keterlibatan. Namun calon wisatawan juga menginginkan interaksi yang lebih banyak lagi bagi admin @infokejadiandemak dalam memberikan respon yang cepat.

3. Konten pada Instagram @infokejadiandemak mencerminkan fungsinya sebagai media sosial yang memberikan berbagai informasi penting terkait situasi terkini di Kota Demak. Representasi visual dalam bentuk gambar dan video, yang dilengkapi dengan keterangan singkat dan jelas, membangun realitas sosial mengenai Kota Demak sebagai destinasi wisata religi yang informatif dan nyaman. Bagi calon wisatawan, konten ini tidak hanya memberikan informasi faktual, tetapi juga memediasi pengalaman emosional dan persepsi terhadap keamanan serta kesiapan destinasi yang akan mereka kunjungi.
4. Pengetahuan informan pada unggahan akun @infokejadiandemak telah membentuk rasa kepercayaan terhadap informasi di media sosial tersebut. Informasi yang disampaikan memberi rasa yakin, aman, dan kesiapan dalam merencanakan kunjungan ke Demak. Dengan demikian, pengalaman wisatawan mulai terbentuk bahkan sebelum mereka tiba, melalui interaksi bermakna dengan informasi digital yang tersedia.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini terdapat sejumlah batasan yang patut diperhatikan:

1. Keterbatasan Metodologis

Pada penelitian ini, peneliti membatasi jumlah informan yang diikutsertakan. Peneliti menetapkan empat informan utama dan satu narasumber tambahan untuk diwawancarai berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Informan dipilih berdasarkan pemahaman mereka yang dianggap paling mengerti tentang topik yang dibutuhkan oleh peneliti.

2. Keterbatasan Teori

Keterbatasan selanjutnya pada penelitian ini terletak pada penggunaan teori. Penelitian ini hanya menggunakan pendekatan teori *uses and gratification* dan konsep new media untuk memahami bagaimana akun Instagram @infokejadiandemak dimanfaatkan sebagai media komunikasi dalam membentuk rasa aman dan nyaman bagi calon wisatawan religi Kota Demak.

3. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan waktu bagi peneliti untuk melakukan penggalan lebih dalam pada pemanfaatan akun instagram @infokejadiandemak. Karena memiliki keterbatasan dalam waktu dan tenaga. Peneliti menyadari jika memiliki kekurangan dalam pengalaman wawancara mendalam dan waktu yang tersedia mempengaruhi proses pendalaman analisis, peneliti memilih untuk mengadakan penelitian secara *offline*.

5.3. Saran

Dari beberapa kesimpulan diatas peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Untuk wisatawan Kota Demak

Diharapkan calon wisatawan religi lebih aktif mengakses Instagram @infokejadiandemak agar seluruh informasi yang dipublikasikan, seperti informasi seputar tempat religi, kondisi lalu lintas, hingga cuaca terkini, dapat diketahui secara tepat tanpa harus menanyakan ulang kepada pengelola akun. Dengan begitu, wisatawan dapat merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik dan efisien.

2. Untuk pengelola akun @infokejadiandemak

Diharapkan pengelola Instagram @infokejadiandemak dapat lebih maksimal dalam memanfaatkan seluruh fitur yang tersedia di platform Instagram guna memudahkan calon wisatawan dalam memperoleh informasi seputar Kota Demak. Misalnya, dengan mengoptimalkan fitur tanya jawab (Q&A), admin dapat meningkatkan interaksi langsung dengan pengikut serta menjawab kebutuhan informasi secara lebih responsif. Dengan demikian, fungsi Instagram sebagai media komunikasi dan penyedia informasi dapat dijalankan secara lebih efektif dan berdampak bagi wisatawan.

3. Untuk penelitian selanjutnya

- a. Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi dunia akademis mengenai persepsi wisatawan terhadap akun instagram daerah.

- b. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai teori komunikasi tentang pemanfaatan media sosial instagram seseorang terhadap suatu objek dilingkungan mereka.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Blackshaw, P., & Nazzaro, M. (2010). *Consumer-generated media (CGM) 101: Word-of-mouth in the age of the web-fortified consumer*. Nielsen BuzzMetrics.
- Castells, M. (2009a). Conclusion: The Network Society. In *The Rise of the Network Society* (2nd ed., pp. 500–509). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781444319514.oth1>
- Castells, M. (2009b). The Culture of Real Virtuality: The Integration of Electronic Communication, the End of the Mass Audience, and the Rise of Interactive Networks. In *The Rise of the Network Society* (pp. 355–406). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781444319514.ch5>
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Disertai Contoh Praktis Skripsi, Tesis, dan Disertasi Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2005). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (9th ed.). Pearson Education.
- Littlejohn, S. W. (2008). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Wadsworth.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (9th ed.). Salemba Humanika.
- Manovich, L. (2001). *The language of the new media*. MIT Press.
- Marsono, Prihantoro, F., Rawan, P., & Kusuma Sari, Y. (2016). *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial Budaya*. Gadjah Mada University Press.
- McQuail, D. (1987). Mass communication theory: An introduction, 2nd ed. In *Mass communication theory: An introduction, 2nd ed.* Sage Publications, Inc.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451965&lokasi=lokal>
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nofiasari, W., Rusdin, F. R., Yusanto, Y., Putri, I. G. A. A. A., Rahmat, F. N.,

- Yulianto, A., Prasetyo, N. R., Ramadhani, M. M., Ramonita, L., & Pratiwi, C. P. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL. In E. Damayanti (Ed.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Rachman, A., Yochanan, E., & D.I.A.I.S. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Saba Jaya Publisher.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Rubin, A. M. (2009). Uses and Gratifications Perspective of Media Effects. In M. B. Bryant, Jennings; Oliver (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 165–184). Routledge.
<https://doi.org/10.4135/9781452299655.n147>
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2013). *Media now: Understanding media, culture, and technology* (8 (Ed.)). Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Weiler, B., & Hall, C. M. (Eds.). (1992). *Special Interest Tourism*. Belhaven Press.
- Wicaksana, S. A. (2016). *SOBAT WAY: Mengubah Potensi menjadi Kompetensi*. Elex Media Komputindo.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah* (1st ed., Issue 1). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
https://www.indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf

Sumber Jurnal

- Affaf, A., Madrah, M. Y., & Mujib, A. (2020). TRADISI GREBEG BESAR DI MASYARAKAT KABUPATEN DEMAK (Studi Komparasi Nilai-Nilai Budaya Era Sunan Kalijaga Dan Era Modern). ... *Konferensi Ilmiah Mahasiswa* ..., 206–214. <http://lppm-unissula.com/jurnal.unissula.ac.id/index.php/kimuhum/article/view/10303>
- Darmawan, R., Abidin, J., & Widyaningsih, H. (2022). Development of Water Sport Tourism Based on Sustainable Tourism in Pramuka Island, Thousand Islands DKI Jakarta. *Proceedings of the 5th International*

- Conference on Sport Science and Health (ICSSH 2021)*, 45(Icssh 2021), 153–157. <https://doi.org/10.2991/ahsr.k.220203.026>
- Gretzel, Ulrike, Fesenmaier, Daniel R, Formica, Sandro, & O’Leary, Joseph T. (2006). Searching for the Future: Challenges Faced by Destination Marketing Organizations. *Journal of Travel Research*, 45(2), 116–126. <https://doi.org/10.1177/0047287506291598>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Harun, A., & Karniawati, N. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Kepala Daerah. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 5(2), 112–121. <https://doi.org/10.31506/jsc.v5i2.20817>
- Hays, S., Stephen John, P., & and Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 211–239. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.662215>
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2020). *Kumpulan Teori Motivasi-Interaksi-Habit*. 12–34.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini - Researches on Media Uses And Its Development. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(1), 103–121. <http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2013.170106>
- KATZ, E., BLUMLER, J. A. Y. G., & GUREVITCH, M. (1973). USES AND GRATIFICATIONS RESEARCH. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi). *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Leung, D., Rob, L., Hubert, van H., & and Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 3–22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>
- Maharani, V. E., & Djuwita, A. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang.

Jurnal E-Proceeding of Management, 7(2), 4566–4574.

- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 151–160. www.frans.co.id
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.01.012>
- Nafsyah, A. S., Maulidyah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>
- Nailufar, A. (2022). PERAN STRATEGIS INSTAGRAM PADA PENYEBARAN INFORMASI DI KABUPATEN SOPPENG (STUDI KUALITATIF TERHADAP AKUN @_soppenginfo_). *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(1). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i1.38>
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 626–635. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1124>
- Nur Azizah, I., & Sufyan Abdurrahman, M. (2022). Pemanfaatan Akun Instagram @Kabupaten.Bogor Sebagai Media Informasi Utilization Of The Instagram Account @Kabupaten.Bogor As A District Government Information And Communication Media (Qualitative Descriptive Study Of Content About Bogor Regency Government On Instagram). *Komunikasi Dan Bisnis*, 9(3), 1677.
- Rahmawati, D., & Haryanto, J. T. (2020). Peran media sosial dalam promosi pariwisata daerah: Studi pada akun Instagram @explorejogja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 45–56.
- Richins, S. M. (2015). Social Media Use in Health. *Emerging Technologies in Healthcare, March*, 94–99. <https://doi.org/10.1201/b18431-8>
- Rosadi. (2016). TINJAUAN UMUM WISATA RELIGI. *Skripsi*, 22–43.
- Rowley, Jennifer. (2007). The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy. *Journal of Information Science*, 33(2), 163–180. <https://doi.org/10.1177/0165551506070706>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37.

https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02

- Setiadi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Setiawati, R., & Pritalia, G. L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sektor Pariwisata. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 278–285. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i2.7255>
- Shanaz, N. V., & Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Jurnalisme Warga Dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 373–379. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7–25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 58, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>
- Sotiriadis, M. D. (2017). Sharing tourism experiences in social media. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 179–225. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2016-0300>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Tawaf, & Khaidir, A. (2023). Kebutuhan Informasi Manusia: Sebuah Pendekatan Kepustakaan. *Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 15(1), 1–59.
- Tsai, W.-H. S., & and Men, L. R. (2013). Motivations and Antecedents of Consumer Engagement With Brand Pages on Social Networking Sites. *Journal of Interactive Advertising*, 13(2), 76–87. <https://doi.org/10.1080/15252019.2013.826549>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>

Wicaksana, A. (2016). Kenyamanan Spasial. *Https://Medium.Com/*, 73–81.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Yousaf, M., & Che, J. (2010). Review of McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). *Journal of Media Studies*, 29(1), 70–78.
<https://www.researchgate.net/publication/297713727>

Sumber Skripsi

Alamsyah, A. N. (2024). Strategi Rebranding Pada Coffee Shop Stetoskopi Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung. *Bahasa Dan Ilmu Komunikasi*, 1–93.

Sinta Fatima, S. (2022). PENGARUH TAYANGAN INSTAGRAM STORIES TERHADAP EKSISTENSI DIRI DAN GAYA HIDUP DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNISSULA. *Bahasa Dan Ilmu Komunikasi*, 8.5.2017, 2003–2005.

Uswatun Khasanah, N. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @YOURUNISSULA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI CALON MAHASISWA UNISSULA ANGKATAN 2022. *Bahasa Dan Ilmu Komunikasi*, 01, 1–23.

Yuliyanto, M. (2024). Pengaruh Akun Instagram @infokejadian_genuk Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Dan Motivasi Ke Kampus Pada Mahasiswa Unissula". *Bahasa Dan Ilmu Komunikasi*.

