

**TAHAPAN PUBLISITAS KEGIATAN “FAN” MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DUTA WISATA UDA UNI KOTA PADANG  
TAHUN 2023 DALAM MENINGKATKAN PARIWISATA  
PANTAI PURUS KOTA PADANG**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Satu Jurusan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**SALSA RATU MAISYA**

**1410619032**

*Intelligentia - Dignitas*

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2025**

## ABSTRAK

**Salsa Ratu Maisya (1410619032), Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 Dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang; Ilmu Komunikasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum; Universitas Negeri Jakarta; 257 Halaman. 18 Buku 2014-2022; 14 Jurnal 2019-2024. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum. Universitas Negeri Jakarta.**

Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) merupakan sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Dalam komunikasi pemasaran ini terbagi 5 bauran seperti *marketing mix, advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, publicity*. Namun pada penelitian ini hanya membahas 1 dari 5 bauran komunikasi pemasaran itu yaitu publisitas maka dari itu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 Dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang.

Dalam meneliti pembahasan tersebut, peneliti menggunakan teori Bauran Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication Mix*) yang mana terbagi lima model salah satunya publisitas dan nantinya dengan teori ini menggambarkan bagaimana bentuk publisitas yang dilakukan oleh Uda Uni. Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu tahapan publisitas, dan didalam teori bauran komunikasi pemasaran ini memiliki lima model salah satunya publisitas ini memiliki 6 dimensi tahapan publisitas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Paradigma yang digunakan adalah paradigma *Constructivism* dengan unit analisis individu sebagai informan penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik wawancara mendalam bersama informan atau narasumber secara langsung, observasi partisipatif serta dokumentasi. Teknik keabsahaan data yang digunakan adalah uji *confirmability* dengan Teknik triangulasi sumber

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil wawancara dengan informan yang menggunakan 6 tahapan publisitas kegiatan FAN mampu mencapai tujuan dari kegiatan publisitas FAN tersebut. Pertama dengan cara publisitas menggalang dukungan publik untuk mencapai tujuan dengan cara menentukan target dan memanfaatkan media sosial Instagram, yang kedua dengan cara publisitas menciptakan peluang yang menguntungkan dalam hal ini Uda Uni melakukan kolaborasi baik dengan media, komunitas maupun masyarakat sekitar yang menciptakan publisitas yang saling menguntungkan contoh untuk UMKM yang berjualan sepanjang Pantai Purus Padang, yang ketiga publisitas menyampaikan pesan dengan cara yang tampak objektif dalam point ini Uda Uni menyuguhkan suatu informasi dengan gaya penyampaian informasinya yang mengikuti *trend* atau yang lagi happening agar tetap objektif. Ke-empat publisitas dengan cara berbuat baik dengan komunitas dengan cara menjalin kerja sama baik dengan komunitas maupun masyarakat sekitar Pantai Purus Padang mampu menciptakan promosi secara tak langsung dari masyarakat sekitar yaitu promosi

mulut ke mulut maka ini lah dampak dalam berbuat baik dengan komunitas maupun media. Kelima publisitas dapat memperluas *audiens* secara signifikan caranya Uda Uni ini melakukan pendekatan secara langsung agar terjalinya *chimestry* dengan *audies* tersebut dan yang terakhir publisitas dapat menjual produk atau jasa tanpa membebani biaya dalam langkah ini Uda Uni berupaya manggaet media patner , media radio dan website resmi dalam keberhasilan publisitas kegiatan FAN ini media-media yang ikut membantu dalam mempromosikan informasi tanpa mengeluarkan biaya sama sekali , meliputi seperti @infosumbar,@infopadang, @padang24jam ,dan untuk media radio seperti RRI, Start Radio, dan Dinas Kominfo Padang , dan terakhir website resmi yaitu *ukkunp.com*.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa tahapan-tahapan dalam kegiatan publisitas FAN yang dilakukan melalui media sosial Instagram serta kegiatan turun langsung ke lapangan yang dilakukan oleh Uda Uni mampu mencapai tujuan utamanya, yakni menarik minat khalayak ramai, khususnya wisatawan, untuk mengunjungi Pantai Purus Kota Padang. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan manfaat bagi pihak lain, seperti UMKM yang ada di sekitar Pantai Purus, karena terciptanya transaksi jual beli yang mendukung perekonomian lokal.

**Kata Kunci : Media Sosial, Pariwisata, Publisitas**



*Intelligentia - Dignitas*

## ABSTRACT

*Salsa Ratu Maisya (1410619032), Publicity Stages of "FAN" Activities Social Media Instagram Uda Tourism Ambassador Padang City 2023 in Increasing Purus Beach Tourism, Padang City; Communication Studies; Faculty of Social Sciences and Law; Jakarta State University; 257 pages. 18 Books 2014-2022; 14 Journals 2019-2024. Communication Science Study Program. Faculty of Social Sciences and Law. State University of Jakarta.*

Marketing communication is a means by which companies aim to inform, persuade, and remind consumers, both directly and indirectly, about the products and brands they sell. Marketing communication consists of five components: marketing mix, advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, and publicity. This study focuses on one of these components, namely publicity, with the objective of understanding the stages of publicity in the "FAN" activities conducted on Instagram by the Uda Uni Tourism Ambassadors of Padang City in 2023 to promote tourism in Purus Beach, Padang City.

To explore this topic, the study applies the Marketing Communication Mix theory, which comprises five models, one of which is publicity. This research employs a single variable—publicity stages—and examines the six dimensions within the publicity framework of the Marketing Communication Mix. The study uses a qualitative approach with a descriptive research design, operating within the constructivism paradigm. Data collection methods include in-depth interviews with informants, participatory observation, and documentation. The validity of the data is ensured through the confirmability technique.

The findings reveal that the six publicity stages of FAN activities successfully achieved their objectives. First, publicity gathered public support by identifying targets and leveraging Instagram. Second, it created advantageous opportunities through collaborations with media, communities, and local stakeholders, benefiting small businesses (UMKM) around Purus Beach. Third, it conveyed messages objectively by adopting trendy communication styles. Fourth, partnerships with communities fostered indirect promotions through word-of-mouth. Fifth, publicity expanded the audience base through direct engagement, fostering a connection with the audience. Lastly, publicity enabled cost-free promotion by partnering with media outlets such as @infosumbar, @infopadang, @padang24jam, radio channels like RRI and Start Radio, and official websites like ukkunj.com.

In conclusion, the activities conducted by the Uda Uni Forum successfully achieved their primary goal of attracting public interest, particularly tourists, to visit Purus Beach. Additionally, these efforts benefited other stakeholders, such as local UMKM, by facilitating economic transactions that supported the local economy. Overall, the study demonstrates that the publicity stages of FAN activities, carried out through Instagram and direct on-site efforts, were effective in promoting Purus Beach tourism.

**Keywords:** Publicity, Social Media, Tourism

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Kinkin Yuliaty S.P., M.Si. NIP.197311212006042001 Koordinator/Ketua		20 Feb 2025
2.	Nada Arina Romli, M.I.Kom. NIP.199109142019032022 Sekretaris		18 Feb 2025
3.	Dr. Dini Safitri, M.Si. NIP.198402062010122002 Penguji Ahli		18 Feb 2025
4.	Dr. Marisa Puspita Sary, M.Si. NIP.197803182008012010 Pembimbing I		21 Feb 2025
5.	Dr. Vera Wijayanti Sutjipto, M.Si. NIP.197403092005012001 Pembimbing II		19 Feb 2025

Intelligentia - Dignitas

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salsa Ratu Maisya

NIM : 1410619032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul KA : **“Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 Dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang”**

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul **Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 Dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang”**) merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 18 Februari 2025

  
Salsa Ratu Maisya

NIM. 1410619032

*Intelligentia - Dignitas*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Salsa Ratu Maisya  
NIM : 1410619032  
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial dan Hukum / Ilmu Komunikasi  
Alamat email : [sratumaisya@gmail.com](mailto:sratumaisya@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Tahapan Publisitas Kegiatan "FAN" Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2025

Penulis

(Salsa Ratu Maisya)

*Intelligentia - Dignitas*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 dalam Meningkatkan Pariwisata Pantai Purus Kota Padang” sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Skripsi ini telah disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan yang berharga ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan luar biasa dalam segala aspek kehidupan peneliti. Terutama kepada Ayah, Erizal, A.md, dan Ibu, Yanti, yang tak henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan dorongan tanpa batas. Tak lupa, peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan penuh sepanjang proses ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta, Prof. Dr. Ifan Iskandar, M.hum, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni, Prof. Dr. Ari Saptono, S.E, M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Keuangan dan Sumber Daya, Prof. Dr. Fahrurrozi, M.Pd., selaku Wakil Rektor Bidang Riset, Inovasi dan Sistem Informasi, Dr. Andy Hadiyanto, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kerjasama dan Bisnis.
2. Firdaus Wajdi, S.Th.I., MA., PhD selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum. Dr. Kurniawati, M.Si., selaku Wakil Dekan I, Dr. Aris Munandar M.Si., selaku Wakil Dekan II dan Dr. E. Nugraheni P., M.Si., Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. Dini Safitri, S.Sos., M.Si.,CPR selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Marisa Puspita Sary, S.Sos, M.Si dan Dr. Vera Wijayanti Sujipto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing dalam skripsi ini yang telah memberikan



bimbingan, panduan, arahan dengan sabar dan memberikan masukan saran guna menyempurnakan penelitian skripsi ini serta memberikan dukungan dan semangat bagi peneliti dari awal pembuatan skripsi hingga selesai.

5. Seluruh Dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yakni Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si, Dr. Dini Safitri, M.Si, Dr. Elisabeth Nugrahaeni P, M.Si, Maulina Larasati Putri, M.I.Kom, Dr. Marisa Puspita Sary, S.Sos M.Si, Dr. Vera Wijayanti Sujipto, S.Sos., M.Si, Dr. Wirarti Anindhita, S.IP., M.Sc dan Nada Arina Romli, M.I.Kom., Dr. Fikri Akbar, M.Si.,M.M., Sandy Allifiansyah, M.A., Ph.D. yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengarahan selama delapan semester ini.
6. Kepada keluarga peneliti yaitu Vicsha Isrill selaku kakak peneliti yang sangat meluangkan waktu disela pekerjaan yang banyak, Miftahul Khairat selaku kakak peneliti dan Bobby Martien selaku abang Sahabat peneliti yaitu Nawah, Rinda, Arief, Jefri, Stivon, Alfia, Zehan dan Atul yang mensupport peneliti ketika peneliti merasa ingin menyerah.

Saya ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan saya terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa depan. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat yang berguna bagi para pembaca dan menjadi referensi yang bermanfaat. Terima kasih sekali lagi atas segala dukungannya.

Jakarta, 18 febuari 2025

Salsa Ratu Maisya

*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR ISI

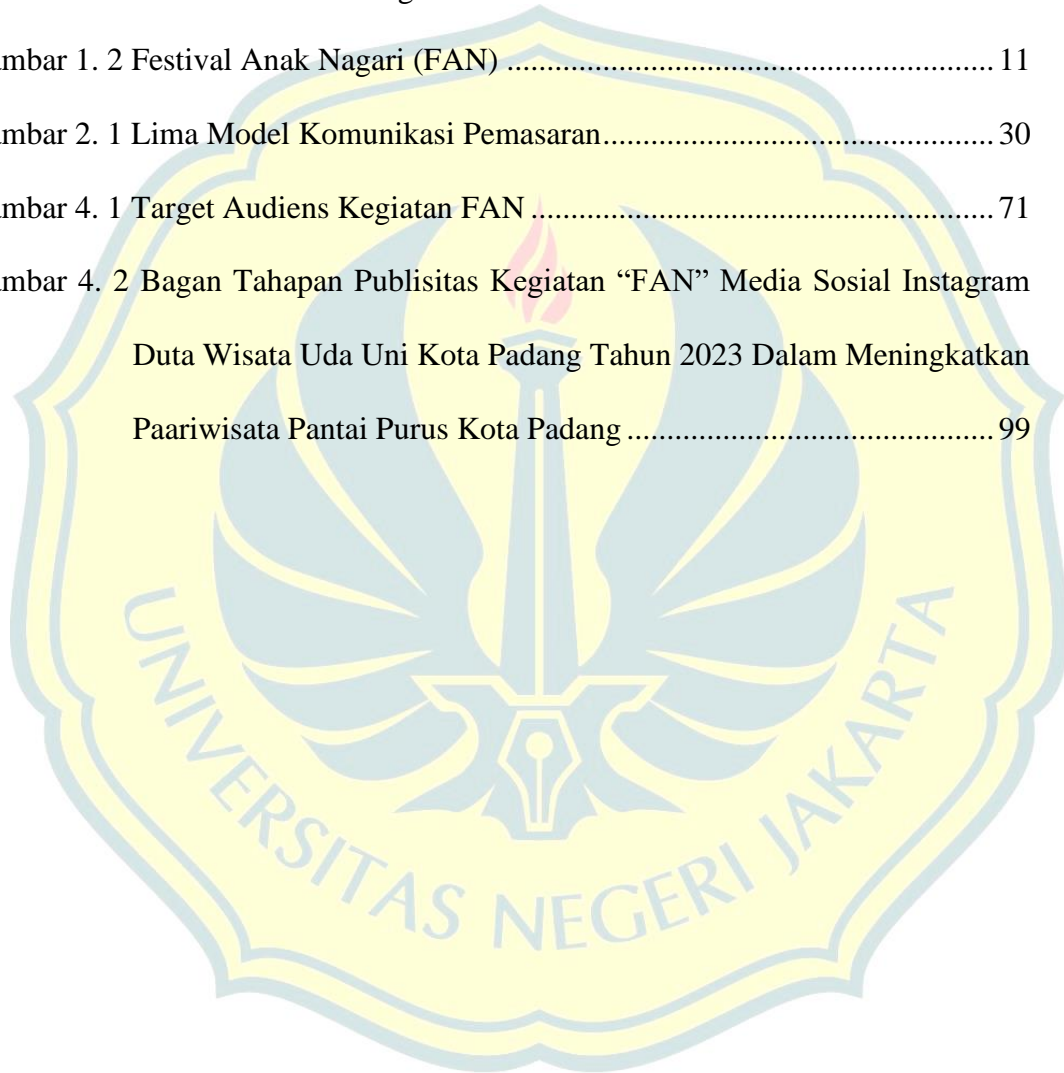
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1 Manfaat Akademis .....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terdahulu.....	16
2.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication Mix</i> ) .....	27
2.3 Tinjauan Konseptual.....	31
2.3.1 Publisitas .....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	42
3.2 Pendekatan Penelitian .....	43
3.3 Strategi Penelitian.....	45
3.4 Unit Analisis.....	46
3.5 Subjek Penelitian .....	48
3.6 Teknik Penentuan Informan .....	52
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.8 <i>Coding</i> .....	57
3.9 Teknis Analisis Data.....	58
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	59
3.11 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	62
3.12 Waktu dan Tempat Penelitian.....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, KEABSAHAN DAN</b>	
<b><i>CODING</i> .....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	64
4.2. Hasil Penelitian.....	68
4.2.1 Publisitas Menggalang Dukungan Publik Untuk Mencapai Tujuan .....	69
4.2.2 Publisitas Menciptakan Peluang Yang Menguntungkan.....	77
4.2.3 Publisitas Menyampaikan Pesan Dengan Cara Yang Tampak Objektif.....	81
4.2.4 Publisitas Dengan Cara Berbuat Baik Dengan Komunitas .....	85
4.2.5 Publisitas Dapat Memperluas <i>Audiens</i> Secara Signifikan.....	90

4.2.5.5 Cara Menghasilkan Pendekatan Publisitas Dan Meluangkan Waktu Untuk Melaksanakan Kegiatan.....	91
4.2.6. Publisitas Dapat Menjual Produk Atau Jasa Tanpa Membebani Biaya Iklan.....	94
4.3 Pembahasan Hasil.....	100
4.3.1 Publisitas Menggalang Dukungan Publik Untuk Mencapai Tujuan ...	103
4.3.2 Publisitas Menciptakan Peluang Yang Menguntungkan.....	106
4.3.3 Publisitas Menyampaikan Pesan Dengan Cara Yang Tampak Dan Objectif.....	110
4.3.4 Publisitas Dengan Cara Berbuat Baik Dengan Komunitas .....	113
4.3.5 Publisitas Dapat Memperluas <i>Audiens</i> Secara Signifikan.....	115
4.3.6 Publisitas Dapat Menjual Produk Atau Jasa Tanpa Membebani Biaya Iklan.....	120
4.3.7 Keabsahan Data.....	124
4.3.8 <i>Coding</i> .....	143
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>156</b>
5.1 Kesimpulan .....	156
5.2 Saran.....	159
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>clxiv</b>

## DAFTAR GAMBAR

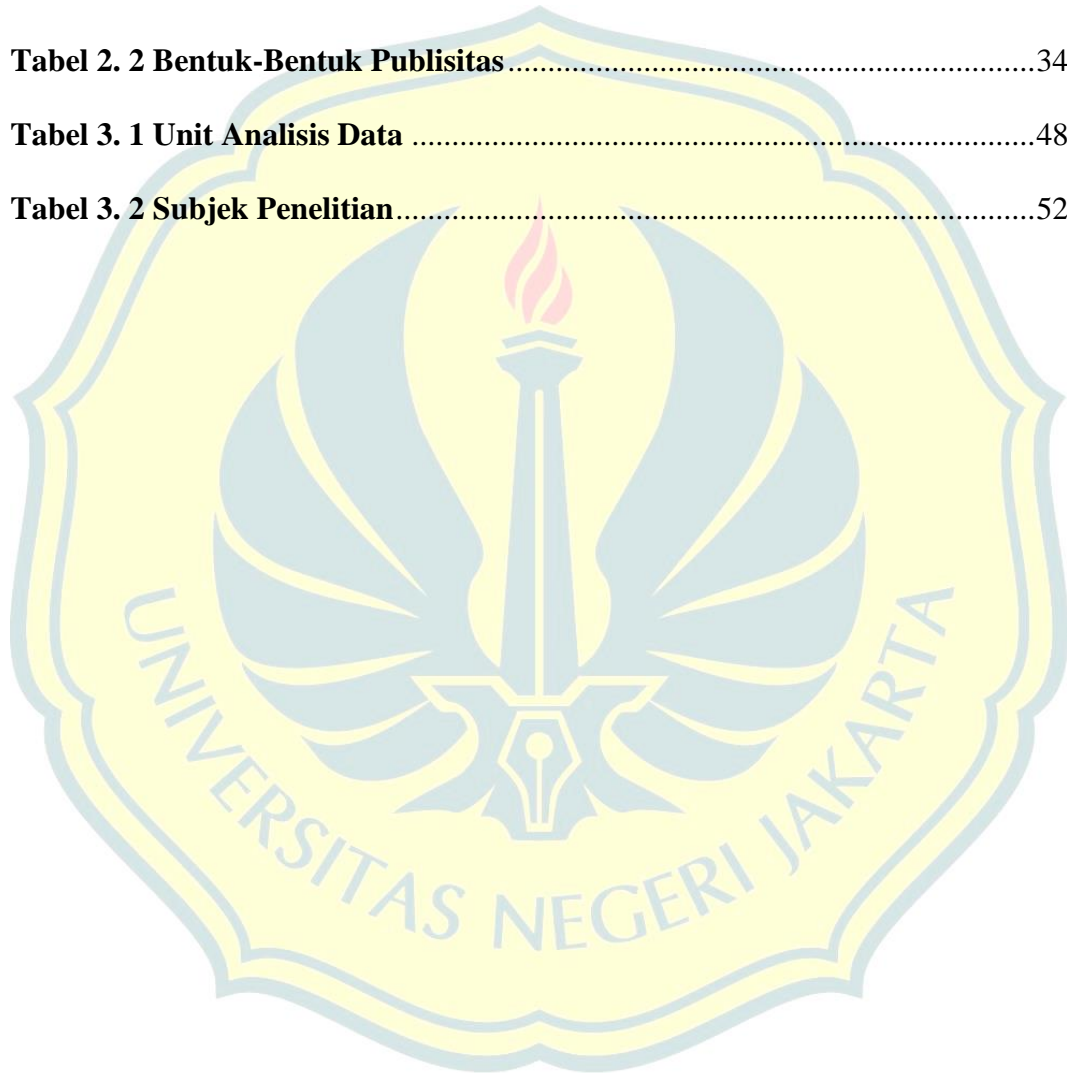
Gambar 1. 1 Dokumentasi Pra-Wawancara bersama Anggota Divisi Infokom Forum Uda Uni Kota Padang .....	7
Gambar 1. 2 Festival Anak Nagari (FAN) .....	11
Gambar 2. 1 Lima Model Komunikasi Pemasaran.....	30
Gambar 4. 1 Target Audiens Kegiatan FAN .....	71
Gambar 4. 2 Bagan Tahapan Publisitas Kegiatan “FAN” Media Sosial Instagram Duta Wisata Uda Uni Kota Padang Tahun 2023 Dalam Meningkatkan Paariwisata Pantai Purus Kota Padang .....	99



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Data Pengunjung Wisata Kota Padang.....</b>	<b>10</b>
<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 2. 2 Bentuk-Bentuk Publisitas.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3. 1 Unit Analisis Data .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 3. 2 Subjek Penelitian.....</b>	<b>52</b>



*Intelligentia - Dignitas*

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Operasi Konsep .....	clxiv
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara .....	clxv
Lampiran 3. Bukti Submit Jurnal .....	clxvii
Lampiran 4. Tabel Matriks Wawancara.....	clxix
Lampiran 5' Transkrip Wawancara .....	ccx
Lampiran 6. Dokumentasi Pra-Wawancara bersama Anggota Divisi Infokom Forum Uda Uni Kota Padang .....	ccxvi
Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara.....	ccxvii
Lampiran 8. Bukti Turnitin Skripsi.....	ccxix
Lampiran 9. . Kegiatan Wawancara.....	ccxix
Lampiran 10. Artikel.....	ccxxii
Lampiran 11. Biodata Peneliti .....	ccxxxiii

*Intelligentia - Dignitas*