

***Branding* Pasar Inis Sebagai Destinasi Obyek Wisata
Melalui Media Sosial Tahun 2019**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Fadlani Aji Zulma

20150530194

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan telah disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Senin

Tanggal : 16 Desember 2019

Tempat : Ruang Nego Ilmu Komunikasi UMY

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Dr. Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.

Penguji I


Dr. Adhianey Nurjannah, S.Sos., M.Si

Penguji II


Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal : 16 Desember 2019

Ketua Prodi Komunikasi



Haryadi Arief Naur Rasyid, S.IP., M.Sc.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fadlani Aji Zulma
NIM : 20150530194
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*Branding Pasar Inis Sebagai Destinasi Obyek Wisata Melalui Media Sosial Tahun 2019*" adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Januari 2020



Fadlani Aji Zulma

MOTTO

“Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya dan beramalah untuk akhiratmu seakan-akan kamu mati besok”

“skripsi ini bukan hanya untuk menjadi syarat memperoleh gelar sarjana tetapi skripsi ini merupakan wujud tanggung jawab dari amanah ilmu yang dierikan Allah SWT dan menunaikan tanggung jawab atas kepercayaan yang di berikan oleh kedua Orang Tua”

Fadlani Aji Zulma

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk

Bapak Ahmad Sugandi S.Pd.

Ibu Sri Wuntat Mawati S.Sos.

Kakak Farhan Hanifuddin

Adik Filza Dinta Zahrina

Terimakasih untuk setiap doa yang telah terucap.

Terimakasih untuk semangat dan nasihat yang selalu mengalir setiap saat.

Terimakasih untuk tetap menjadi tempat terbaik untuk pulang.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala proses telah terlewati sehingga dapat menghasilkan karya tulis ini, penulis mempersembahkan tulisan ini untuk semua pihak yang telah membantu dan berjasa besar pada proses kepenulisan karya ini. Ucapan terimakasih kepada mereka yang telah kebersamai dan mendukung penulis sehingga dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik.

1. **Allah Subhanahu Wa Ta'ala.** Alhamdulillah segala puji bagi Allah tuhan semsta alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah seta inayah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karena bukan saya yang hebat tapi Allah yang telah memepermudah jalan yang dia berikan untuk hamba seperti saya.
2. **Orangtua. Bapak Ahmad Sugandi dan Ibu Sri Wuntat Mawati,** terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak dan Ibu yang selalu berjuang keras untuk ketiga anak mereka agar tetap bisa bersekolah hingga setinggi-tingginya serta mendapatkan hidup yang layak. Juga terimakasih atas semangat dan juga doa yang selalu menjadi alasan untukku tetap hidup hinggta saat ini. Dan mohon maaf sebesar-besarnya karena tidak bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu dan belum bisa memberikan hasil yang pantas untuk perjuangan kalian. Tetapi walaupun banyak rintangan Alhamdulillah telah tuntas kuliah ini dan tanggung jawab yang telah di berikan untuk gelar ini.

3. **Kakak dan adik. Farhan Hanifuddin dan Filza Dinta Zahrina,** terima kasih telah menjadi bagian besar cerita kehidupan dan juga trimakasih atas semangat dan doa yang selalu di berikan moho maaf saya belum bisa menjadi adik dan kakak yang baik dan selalu menjadi perusuh untuk kalian tetapi kalian tetap mau menerima dan menjadi saudara yang terbaik untukku
4. **Ibu Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si** yang telah membimbing saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang tak ternilai harganya yang telah saya dapatkan selama kuliah dan juga membantu Ibu dalam perkuliahan. Semoga Ibu dapat di berikan balasan yang terbaik dari Allah atas kebaikan hati ibu, ilmu dna juga semangat ibu untuk dapat mencerdaskan tidak hanya mahasiswa UMY tetapi juga seluruh masyarakat Indonesia melalui ‘Aisyiyah.
5. **Pasar Inis.** Terima kasih kepada Lurah Pasar Inis **Mas Purnomo** dan juga seluruh anggota paguyuban Pasar Inis yang mau saya repotkan untuk bahan penelitian saya semoga Pasar Inis tetap eksis dan selalu menjadi tempat wisata yang inovatif dan andalan bagi kabupaten Purworejo aamin.

6. **Ibu Dr. Adhianty Nurjannah., S.Sos., M.Si., Bapak Aswad Ishak S.IP., M.Si., Mbak Ayu Amalia., S.Sos., M.Si., dan Mas Muhammad Muttaqien, S.Ikom., M.Sn.** sebagai dosen penguji pada seminar proposal dan ujian skripsi pendadaran yang telah banyak memberikan masukan berharga untuk menyempurnakan karya tulis saya ini agar menjadi yang lebih baik.
7. **Mas Roni, Diky, Mas Bernad, Mas Darel dan Mbak Cathy.** Terima kasih telah berkenan menjadi informan untuk penelitian ini dan menjadi sumber data terbaik untuk skripsi ini.
8. **Cucu Mbah Online.** Terima kasih Anggi, April, Dimas, Evi, Fida, Fifek, Icha, Laila, Laras, Linda, Okti, dan Pinasthi yang selalu mebersamai di saat perkuliahan baik suka maupun duka, mengajari banyak hal dari yang *receh* hingga pedoman hidup pokoknya kalian LUAR BIASA guys.
9. **Sengklek Addict.** Caito, Hanjani, Helvin dan Sabil terima kasih telah menjadi teman pertama di perkliahanku yang selalu ada dan siap membantu satu sama lain.
10. **IKOM Radio.** Terima kasih kepada teman-teman dan kakak-kakak yang telah mengijinkan saya belajar berorganisasi, menjadi penyiar radio dan juga pengelolaan *event* di kuliah. Kegilaan dan kehangatan di IKOM tak pernah tergantikan. Tetap *Be creative inspiring people* ya guys.

11. **Inspirator Muda Purworejo.** Terima kasih Mas Byu dan seluruh teman-teman dan kakak-kakak senior telah mengizinkan saya belajar dan mengabdikan untuk Pendidikan Purworejo melalui Organisasi yang luar biasa keren ini. Senoga bisa segera mendapatkan regenerasi dan tetap bisa menginspirasi teman-teman di atas langit Purworejo.
12. **Gandhoks member.** Terima kasih untuk Gandhok yang telah menjadi tempat terbaik skripsian bareng Dhifa, Pinasthi, Dimas, Anggi dkk yang telah menghabiskan uang dan waktunya untuk kafe yang sangat nyaman ini.
13. **Kunto Aji.** Terima kasih untuk album Mantra-mantra yang sangat luar biasa yang dapat menjadi tempat menuangkan segala keluh kesah di setiap lirik dan lagunya yang akhirnya bisa menguatkan dan mengenali diri ini lebih dekat lagi.
14. **Alen Tiara** terima kasih mau menjadi pendengar sekaligus pengingat saya kalau sudah lebay walau kadang galak hehe.
15. **Annisa Tri Utami** Terima kasih untuk bukunya yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini dan juga kerecehanya yang kadang harus mikir dulu baru paham (hehe).
16. **Yunisa Dhifa Luqyana.** Terima kasih untuk buku dan waktunya untuk diskusi tentang skripsi saya dhifa buku nya juga luar biasa berguna untuk skripsi saya matur nuhun nggih.

17. **Teman Bimbingan.** Terima kasih untuk Adit, Dinda, Habibi dan Laila untuk selalu berjuang bersama dan bantuannya sehingga skripsi ini bisa selesai. Tetap semangat dan selalu berdoa ya guys.
18. **OSIS SMA N 3 Purworejo 13/14.** Terima kasih untuk Anjar, Dea, Dendi, Dinda, Hilda, Indra, Lani, Lucky, Luthfika, Novita, Prima, Sukma, dan Zelika untuk selalu memberikan semangat dan doa meskipun jarak dan waktu yang sangat susah ya untuk ketemu lagi tapi kalian tetap di hati lah pokoknya hehe
19. **Poli Tulip Kanker Terpadu Sardjito.** Terima kasih untuk dokter Suwardjo Sp. B (K) Onk, perawat dan pejuang sehat di poli kanker ini. Salah satu fase terburuk sekaligus terbaik di hidup saya. Semangat dan pelajaran hidup saya dapatkan dari musibah ini sehingga saya Alhamdulillah dapat sembuh dan bersemangat lagi untuk tetap hidup.
20. **Komunitas PR Predator UMY.** Terima kasih kepada pengurus angkat kedua Riski Apriliani dan Yunisha Dhifa atas kesempatan belajar bersama dan ilmu yang telah di berikan semoga sukses selalu membersamai kita aamiin
21. **Dosen Ilmu Komunikasi UMY.** Terima kasih Ibu, Bapak, Mbak dan Mas dosen ynag telah memberikan ilmu serta pengalaman yang luar biasa bermanfaat untuk saya selama perkuliahan bai di dalam maupun luar kampus. Semoga pahala dan keberkahan senantiasa mengalir untuk kita semua aamiin.

22. **Tata Usaha ILKOM UMY.** Terima kasih Pak Jono, Mbak Siti dan Pak Mur atas bantuan dan bimbingannya selama di perkuliahan ini jasa dan amalnya di balas dengan imbalan yang luar biasa dari Allah aamiin
23. **Forum Mahasiswa Purworejo.** Terima Kasih untuk menjadi komunitas yang luar biasa dan menjadi tempat belajar berbagai hal dengan kalian anggota-anggota yang luar biasa unik.
24. **Kontrakan Sastro.** Terima Kasih untuk Alby, Aldin, Fadil dan Rere untuk satu tahun terkahir ini.
25. **Untuk diri saya sendiri,** terima kasih untuk selalu mau berjuang dan tetap melakukan yang terbaik untuk semua orang-orang terdekatmu.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “*“Branding Pasar Inis Sebagai Destinasi Obyek Wisata Melalui Media Sosial Tahun 2019”*” guna memperoleh gelar sarjana strata I di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Proses penulisan skripsi ini tentunya penulis juga berkesempatan bertemu, berinteraksi, dan berdiskusi dengan pihak-pihak yang sangat luar biasa dan dengan rendah hati membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Terkhusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan keajaiban, kesempatan, kemudahan, bimbingan, dan ridho-Nya yang tak terhingga untuk sehingga Skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
2. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Isipol, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi saya yang dengan baik telah memberikan support dan arahan saat berproses menulis skripsi.

4. Ibu Dr. Adhianty Nurjannah., S.Sos., M.Si., Bapak Aswad Ishak S.IP., M.Si., Mbak Ayu Amalia., S.Sos., M.Si., dan Mas Muhammad Muttaqien, S.Ikom., M.Sn. yang telah menjadi dosen penguji saya, terimakasih atas masukan dan sarannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang sudah memberikan ilmu kepada penulis.

6. Mas Purnomo Riyanto dn Bu Ester Yuniastuti , selaku Lurah Pasar Inis dan Ketua Paguyuban Pasar Inis yang dengan sangat luar biasa baik memberikan informasi – informasi terkait penelitian *Banding* Pasar Inis sebagai Destinasi Wisata Digital Melalui Media Sosial.

7. Mas Roni, Diky, Mas Bernad, Mas Darel dan Mbak Cathy. Terima kasih telah berkenan menjadi informan untuk penelitian ini dan menjadi sumber data terbaik untuk skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak atas penelitian ini. Akhir kata, kurang lebihnya penulis mohon maaf. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Penulis

Fadlani Aji Zulma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
E. Kajian Teori	17
1. Strategi <i>Branding</i> Produk Baru	17
2. Strategi Komunikasi melalui Media Sosial.....	27
F. Metode Penelitian.....	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3. Teknik Analisis Data	42
4. Uji Validitas Data.....	44
G. Sistematika Kepenulisan.....	45

BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Generasi Pesona Indonesia (GenPi)	46
B. Pasar Inis.....	51

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi <i>Branding</i> Pasar Inis Sebagai Produk Baru.....	63
1. Kategori <i>Brand</i> Pasar Inis	63
2. <i>Brand Building</i> Pasar Inis	64
3. <i>Brand Awareness</i>	72
B. Strategi Komunikasi Pasar Inis Melalui Media Sosial	73
1. <i>Platform</i> Media Sosial Pasar Inis	73
2. Pesan Pasar Inis pada Media Sosial.....	83
3. Interaksi Pasar Inis pada Media Sosial	96

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA

108

LAMPIRAN

109

DAFTAR GAMBAR

BAB I

1. Gambar 1.1 : Perkembangan Pariwisata Indonesia	2
2. Gambar 1.2 : Target Kunjungan Wisatawan Indonesia	4
3. Gambar 1.3 : Instagram Pasar Papingan (@pasarpapingan).....	7
4. Gambar 1.4 : Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2019.....	9
5. Gambar 1.5 : Pengunjung PASar Inis dari Perancis	11
6. Gambar 1.6 : Menu dan Uang Bambu di Pasar Inis.....	12
7. Gambar 1.7 : Media Sosial Pasar Inis	13
8. Gambar 1.8 : <i>Google Trends</i> Pasar Inis.....	14

9. Gambar 1.9 : Jumlah #pasarinis dan Penggunaanya pada @desakepel	15
10. Gambar 1.10 : <i>Determinants of Successful Brand</i>	21
11. Gambar 1.11 : <i>Dimensions of Brand Knowledge</i>	23
12. Gambar 1.12 : Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	26

BAB II

1. Gambar 2.1 : Logo Generasi Pesona Indonesia	49
2. Gambar 2.2 : Filosofi Logo GenPi.....	51
3. Gambar 2.3 : Peta Lokasi Pasar Inis	53
4. Gambar 2.4 : Foto Pedagang Pasar Inis.....	55
5. Gambar 2.5 : Makanan, Minuman dan Uang Bambu	56
6. Gambar 2.6 : Pengunjung dari Perancis	57
7. Gambar 2.7 : Poster Kegiatan Tambahan di Pasar Inis	58
8. Gambar 2.8 : <i>Homepages</i> Media Sosial Pasar Inis	60

BAB III

1. Gambar 3.1 : Unggahan Instagram <i>Soft Launching</i> Pasar Inis sebagai Destinasi Digital GenPi dan unggahan Instagram Pertama Pasar Inis	63
2. Gambar 3.2 : Kegiatan Evaluasi Pasar Inis	67
3. Gambar 3.3 : Denah dan Inovasi Minuman Telang	69
4. Gambar 3.4 : Pedagang Pasar Inis.....	69
5. Gambar 3.5 : <i>Feed</i> Akun Utama Pasar Inis (@ <i>pasarinis</i>).....	74
6. Gambar 3.6 : <i>Feed</i> akun lain Pasar Inis di Instagram	75
7. Gambar 3.7 : <i>Feed</i> akun @ <i>pasarinis_menu</i>	76
8. Gambar 3.8 : Jumlah # <i>pasarinis</i> di Instagram.....	77
9. Gambar 3.9 : Unggahan pada Akun Twitter dan Facebook Pasar Inis	77
10. Gambar 3.10 : Akun Twitter Pasar Inis @ <i>pasarinis</i>	78
11. Gambar 3.11 : Jumlah interaksi <i>keyword</i> <i>pasarinis</i> di Twitter	79
12. Gambar 3.12 : <i>Fanspage</i> Facebook Pasar Inis.....	79
13. Gambar 3.13 : <i>Channel</i> YouTube Pasar Inis	80
14. Gambar 3.14 : Sumber Konten Instagram Pasar Inis	82

15. Gambar 3.15 : Konten Media Sosial	83
16. Gambar 3.16 : <i>Caption</i> Instagram Pasar Inis	84
17. Gambar 3.17 : <i>Caption</i> di YouTube Pasar Inis	85
18. Gambar 3.18 : Unggahan Aktivitas Pengunjung pada Media Sosial Pasar Inis.....	85
19. Gambar 3.19 : Unggahan YouTube Pasar Inis	86
20. Gambar 3.20 : Timeline Instagram @pasarinis Maret –September 2018	87
21. Gambar 3.21 : Timeline Instagram @pasarinis Oktober – Maret 2019....	87
22. Gambar 3.22 : <i>Feed</i> Instagram Pasar Inis dengan <i>feed</i> Pasar Digital lain	88
23. Gambar 3.23 : Jenis Konten Media Sosial Pasar Inis	89
24. Gambar 3.24 : <i>Repost Instastory</i> @pasarinis.....	95
25. Gambar 3.25 : <i>Repost Feed</i> @pasarinis	95
26. Gambar 3.26 : Balasan Komentar Pengikut @pasarinis	96
27. Gambar 3.27 : Unggahan pada Akun Anggota Paguyuban Pasar Inis	98
28. Gambar 3.28 : Postingan #pasarinis pada Instagram	95
29. Gambar 3.30 : <i>Feed</i> akun @pasarinis_netizen	100
30. Gambar 3.31 : <i>Highlight</i> Instagram <i>Story</i> Netizen Inis.....	100

DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 : Pengikut Media Sosial Pasar Inis	72
2. Tabel 3.2 : Aktivitas Media Sosial Instagram Pasar Inis.....	91
3. Tabel 3.3 : Aktivitas Media Sosial Instagram Pasar Inis.....	91
4. Tabel 3.4 : Jumlah Unggahan Instagram Pasar Inis	91
5. Tabel 3.5 : Prosentase Konten Media Sosial Pasar Inis (Maret 2018 - Maret 2019).....	92
6. Tabel 3.6 : Frekuensi Konten per Bulan.....	92
7. Tabel 3.7 : Jumlah <i>Likes</i> Unggahan Instagram Pasar Inis	93
8. Tabel 3.8 : Jumlah <i>Likes</i> dan <i>Comment</i> di Instagram @pasarinis	96