



3.05%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JUL 2024, 12:58 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL 0.02% ● CHANGED TEXT 3.03% ● QUOTES 0.11%

Report #22114667

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Pariwisata budaya menjadi daya tarik wisatawan domestik untuk menjelajahi keragaman nusantara. Terlebih era digital saat ini memudahkan penyebaran informasi yang berkaitan wisata lokal untuk menampilkan eksistensinya agar tetap terjaga kelestariannya. Salah satunya melalui akun Instagram Karisma Event Nusantara (KEN) diluncurkan selaras dengan mulainya program yakni pada tanggal 10 April 2021, sebuah platform yang menampilkan konten-konten berisikan acara-acara kebudayaan unggulan seluruh Indonesia yang dipilih dari 219 event yang diajukan menjadi 110 event oleh Dinas Pariwisata berkolaborasi dengan Kemenparekraf yang dikemas dalam bentuk gambar maupun video. Sandiaga Uno dalam selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa pentingnya media sosial termasuk akun Instagram @karismaeventnusantara sebagai media promosi telah mendukung penyampaian pesan pariwisata budaya pada penyelenggaraan KEN 2023 sehingga semakin ramai dikunjungi wisatawan domestik dengan dibuktikan bahwa terdapat kenaikan jumlah pergerakan kunjungan per Januari hingga November 2023 mencapai 15% dibandingkan tahun 2019 atau hampir 730 juta wisatawan , serta berkontribusi meningkatkan produksi barang dan jasa (output) menjadi Rp 212,2 miliar serta Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp 198,6 miliar (Putri & Gandhi, 2024). Sehingga dapat membawa angin segar dalam memulihkan pergerakan kunjungan pariwisata

REPORT #22114667

budaya Indonesia setelah diterpa pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang kala itu sempat menurun mencapai 28,2% . Selama tahun 2023, audiens dapat mengikuti perkembangan acara-acara menarik yang berlangsung di berbagai wilayah negeri melalui akun Instagram @karismaeventnusantara . Akun ini fokus mempublikasikan konten terkait KEN Festival 2023 dengan memperlihatkan slogan “Rumah dari 110 # WonderfulEvents Unggulan yang Hanya Ada di #DiIndonesiaAja! menggambarkan bahwa di dalamnya menampilkan konten berbagai acara menarik tentang keanekaragaman budaya dan seni Indonesia disajikan secara menarik melalui platform ini, mulai dari Festival Pesona Minangkabau hingga Festival Budaya Kalimantan Timur. Sampai saat ini, jumlah followers Karisma Event Nusantara mengalami kenaikan hingga 30 Januari 2024 mencapai 14K pengikut dan followers dari @karismaeventnusantara memiliki sebutan sobat event . Pada tabel di atas dari hasil pra-riset peneliti ditemukan perbandingan terkait akun @karismaeventnusantara dengan akun serupa yang membahas mengenai promosi pariwisata budaya di antaranya @jakarta_tourism dan @boborobudur. Dari kedua akun tersebut perbedaan paling menonjol terletak pada target audiens yang lebih luas serta mengangkat pembahasan keseluruhan event pariwisata budaya yang ada di seluruh Indonesia mulai acara budaya, festival-festival yang termasuk dalam kurasi 110 event 1 (Putri, 2024) (Jayani, 2021) (Riani, 2023) terpilih, dan memberikan sumber informasi lengkap bagi para pengikutnya untuk mengeksplorasi keberagaman budaya di berbagai daerah. Akun Instagram @karismaeventnusantara secara aktif membagikan konten- kontennya melalui Feeds , Instagram Story , dan Instagram Reels . Hingga April 2024 terdapat 829 postingan pada feeds akun Instagram KEN. Di mana konten-konten tersebut mempromosikan event kebudayaan unggulan di Indonesia dan menyebarkan pesan pariwisata budaya membuat pengguna dapat mengetahui berbagai peristiwa menarik yang terkait dengan budaya dan tradisi lokal yang berbeda. Hal ini sejalan dengan definisi menurut Nasrullah (2015) tentang media sosial sebagai saluran untuk berkomunikasi maupun berbagi informasi penting sesuai minat dari

pengguna. Pemaparan survei We Are Social Hootsuite menyatakan bahwa 54% masyarakat Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial dalam mencari informasi (Kemp, 2023). Berkaitan hal tersebut, pesan pariwisata budaya yang mengandung aspek cultural heritage dan cultural capital menjadi dasar untuk mengembangkan keunggulan pariwisata budaya sehingga dapat menyampaikan pesan lebih maksimal. Dengan pernyataan ini membuktikan bahwa pemilihan akun Instagram @karismaeventnusantara dalam penelitian ini menguatkan pemanfaatan Instagram sebagai media pariwisata budaya mampu meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi wisata lokal termasuk karena adanya event budaya. Secara khusus Karisma Event Nusantara bertujuan untuk melestarikan budaya, meningkatkan ekonomi kreatif, memperkuat hubungan antar daerah dan meningkatkan wawasan kebudayaan masyarakat. Konten promosi event yang dibuat berdasarkan atas pelaksanaan festival- festival tidak hanya berfungsi sebagai informasi relevan dari kalender program untuk mendorong pertumbuhan ekonomi pariwisata, tetapi juga menjadi alat yang bermanfaat untuk melestarikan budaya yang belum sepenuhnya berjalan dengan maksimal. Program ini termasuk memberikan sarana bagi masyarakat lokal untuk memperkenalkan, merayakan, dan mempertahankan warisan budaya mereka melalui kegiatan yang berlangsung. Sebagaimana distribusi konten dari akun yang kredibel dapat menjadi sumber informasi tepat bagi audiensnya. Sebagai contohnya, kegiatan Festival Budaya Kalimantan Timur banyak menampilkan atraksi budaya baik tradisi, kesenian, dan kuliner seperti huduq pekayang, balikpapan fest, dan pesta adat budaya lom plai, . Hal tersebut menjadi sebuah pariwisata budaya yang berpusat pada pengalaman wisatawan dan interaksi dengan budaya lokal atau tempat mencakup budaya tangible (kekayaan benda) dan intangible (kekayaan tak benda). Oleh sebab itu, memandang fenomena sekarang dengan adanya urgensi pelestarian budaya yang harus terus digalangkan sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas suatu bangsa. Industri pariwisata menjadi bidang yang menjanjikan dengan kontribusinya signifikan dalam menumbuhkan daya perekonomian dan terbukanya

peluang lapangan kerja. Meningkatnya perhatian terhadap sektor pariwisata sebagai penggerak ekonomi 2 (Syamyanti, n.d.) (Wijayanti & Susanti, 2021) (Kemenparekraf, 2024) (McKercher, 2016) terlihat dari sektor perhotelan, transportasi, industri kreatif dan kerajinan lokal yang dapat menciptakan berbagai peluang ekonomi Saat wisatawan mengunjungi suatu tempat, mereka tidak hanya menghabiskan uang untuk akomodasi tetapi juga berbelanja dan menikmati hiburan lokal. Alhasil, uang yang di keluarkan berputar dalam pertumbuhan ekonomi Salah satu faktor yang mendorong sektor pariwisata Indonesia juga dilihat dari kekayaan budaya yang beragam dan keindahan alam yang memukau. Dengan mempromosikan berbagai destinasi wisata budaya, pemerintah Indonesia juga membantu pertumbuhan sektor pariwisata. Festival-festival ini menarik wisatawan untuk mengenal lebih dekat dengan budaya Indonesia dan berinteraksi dengan orang-orang di sana. Tak hanya itu, fenomena isu pelestarian budaya juga menjadi topik hangat diperbincangkan karena dengan adanya pengaruh globalisasi memunculkan kekhawatiran akan tergerusnya budaya lokal oleh budaya asing atau baru lebih modern masif tersebar. Salah satu efek negatif globalisasi budaya adalah peningkatan individualisme, materialisme, konsumerisme, dan hedonisme yang menghilangkan prinsip kesederhanaan, kepedulian, dan kebersamaan di masyarakat. Kemudian, dibuktikan melalui data Indeks Partisipasi Kebudayaan Kemendikbudristek (2021) bahwa keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sederhana seperti mengenakan busana daerah/tradisional yang hanya mencapai 13,13%. Dari persentase tersebut, 6,88% masyarakat mengenakan busana tradisional untuk menghadiri acara/upacara adat, 4,30% dalam rangka memperingati hari besar nasional, dan 1,97% untuk aktivitas lainnya. Menunjukkan bahwa adanya dampak negatif nyata globalisasi budaya yang mengancam pelestarian budaya dan nilai-nilai tradisional di wilayah tersebut. Selain itu, menurut Indonesia Gen Z Report IDN Research Institute (2024) generasi muda gemar berlama-lama untuk bermain media sosial dengan durasi 1-6 jam setiap hari bahkan ada yang bisa sampai 10 jam dapat aktif. Pemaparan ini menunjukkan

perbandingan mencolok bahwa generasi muda semakin intens untuk menghabiskan waktu berselancar media sosial daripada mempelajari maupun mengikuti kegiatan budaya. Ditambah lagi, dominasi tren budaya barat khususnya pada home page atau beranda beragam platform media sosial, semakin memperparah kemunduran budaya lokal dan nasional. Oleh karena itu, melalui ter-sahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, pemerintah menunjukkan komitmennya yang kuat terhadap kemajuan kebudayaan Indonesia dan meningkatkan ketahanan budaya serta kontribusi budaya Indonesia. **14** Pelindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan adalah empat pilar utama yang menjalankan proses pemajuan kebudayaan. Kemudian, UU tersebut mencantumkan sepuluh objek pemajuan kebudayaan dan tradisi. Selain berfokus pada pelestarian budaya, pemerintah juga aktif mempromosikan acara budaya yang dirancang pada pemanfaatan media sosial guna menumbuhkan kesadaran masyarakat akan kekayaan budaya Indonesia dan menarik 3 (Yakup, 2019). (Ermawan, 2017) (Zulkifli, 2021) wisatawan lokal. Meningkatkan kebudayaan adalah kewajiban semua orang, bukan hanya pemerintah. Salah satu cara masyarakat dapat berkontribusi adalah dengan mempelajari dan melestarikan budaya lokal, mengikuti peristiwa budaya, mendukung para pelaku budaya, dan menjaga dan merawat situs budaya. Penerapan aksi telah digerakkan oleh Kemenparekraf melalui Karisma Event Nusantara (KEN) pada pembuatan konten promosi event di Instagram resminya. Pada penelitian ini akan mengelaborasi konsep pesan pariwisata budaya di media sosial Instagram dengan meneliti bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten @karismaeventnusantara dalam perspektif komunikasi pemasaran digital pariwisata. Pesan digunakan sebagai transmisi koneksi penyaluran ide, gagasan, dan pikiran selama penciptaan pemahaman yang diwakili lambang, bahasa, atau media lainnya. Lebih lanjut, dalam penelitian ini memilih periode konten promosi yang dipublikasi pada Januari sampai Desember 2023 dengan dasar mewakili satu tahun penuh pasca pandemi di mana pariwisata telah pulih kembali, memungkinkan menganalisis penggambaran pesan pariwisata budaya yang relevan

dengan durasi cukup panjang untuk mengetahui variasi dan konsistensi pendekatan pengemasannya terlebih mencakup berbagai musim acara budaya yang terselenggara. Hal ini penting karena pariwisata budaya sering kali bersifat musiman dan terkait acara tertentu. Serta dapat melihat tren terbaru dalam mengemas pesan pariwisata budaya yang berbeda dari segi perkembangan industri pariwisata maupun perbedaan dari akun lainnya. Tidak hanya itu, peneliti menetapkan untuk membatasi fokus pada konten promosi event saja guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengemasan pesan dalam menyampaikan pesan-pesan pariwisata budaya yang digunakan di akun Instagram @karismaeventnusantara. Dalam memahami ruang lingkup masalah guna memastikan penelitian ini relevan dalam mengembangkan konsep serta penggunaan metode analisis isi sehingga menghasilkan kebaruan, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi yang terdapat kesamaan pada aspek konsep atau konteks permasalahan. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Putri Faradilah Yasin dengan judul “Pengemasan Pesan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Akun Tiktok @kemenparekraf menggunakan Analisis Isi Kualitatif Pada Konten AKI, KATA, ADWI Periode Desember 2021 – Oktober 2022 mendapatkan temuan bahwa akun media sosial yang dikelola Kemenparekraf dapat memberikan informasi eksklusif kepada audiens dengan penjelasan yang detail mengenai berbagai program. Serta memakai pendekatan pengemasan pesan dari jenis dan bentuk konten yang dapat diminati oleh audiens. Selanjutnya, penggunaan penelitian terdahulu kedua berjudul “Pemanfaatan Instagram @FestivalDieng Sebagai Media Promosi Pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015 – 2020 yang diteliti oleh Irene Marlowibowo menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi serta analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan akun Instagram 4 (Effendi, 2017) (2023) (2022) @festivaldieng sebagai platform promosi DCF telah menghasilkan hasil yang baik. Strategi promosi melalui Instagram cukup efektif dalam menjangkau target audiens dan meningkatkan kesadaran

masyarakat tentang keberadaan DCF. Peningkatan jumlah pengunjung DCF, terutama selama periode pasca pandemi Covid-19, telah menunjukkan dampak yang menguntungkan. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Fifi Liana Wahyuningsih berjudul “Pemanfaatan Media Sosial YouTube dan Instagram Sebagai Sarana Pelestarian Budaya dan Promosi Pariwisata Keraton Jogja dengan tujuan menjelaskan bagaimana pengelola Keraton Jogja menggunakan platform seperti YouTube dan Instagram untuk mempertahankan kelestarian budaya serta menarik wisatawan dengan menggunakan metode studi kasus. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola Keraton Jogja memanfaatkan media sosial tersebut dalam membagikan konten visual dan audio visual yang terkait budaya dan pariwisata, di mana konten yang dipublikasi terdapat beragam jenis sesuai fitur yang tersedia. Meskipun strategi promosi pariwisata yang dilakukan secara implisit tetap dapat memberikan dampak yang cukup efektif dalam menarik minat wisatawan mengunjungi Keraton Yogyakarta dan memberi pemahaman yang lebih baik tentang budayanya. Setelah memahami latar belakang masalah dan konsep yang digunakan, peneliti ingin memfokuskan penelitian dengan judul “Pengemasan Pesan Pariwisata Budaya Pada Akun Instagram @karismaeventnusantara (Analisis Isi Kualitatif Pada Konten Promosi Event Periode Januari hingga Desember 2023). Dengan harapan, menghasilkan kebaruan pada elaborasi konsep pengemasan pesan di media sosial khususnya Instagram pada konteks pariwisata budaya dari bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten dan jenis konten dalam konten promosi event terkait isu pelestarian budaya di mana yang dilakukan oleh Kemenparekraf sebagai pengelola Karisma Event Nusantara ialah sejalan atas wujud komitmen dalam pemajuan kebudayaan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan domestik sampai upaya melestarikan nilai-nilai budaya lokal khas citra bangsa Indonesia. 1.2. 16 Rumusan Masalah Berlandaskan paparan latar belakang masalah, peneliti merancang rumusan masalah penelitian, yakni 1 “Bagaimana pengemasan pesan pariwisata budaya di konten promosi event pada akun Instagram @karismaeventnusantara a periode Januari – Desember 2023 , kemudian diuraikan dalam beberapa

pertanyaan rinci yaitu: 1. Bagaimana bentuk pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023? 2. Bagaimana tema pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023? 3. Bagaimana bentuk konten pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023? 5 (2022) 4. Bagaimana jenis konten pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023? 1.3. Tujuan Penelitian Mengacu pada rumusan masalah yang diajukan peneliti, mengarahkan mencapai tujuan yaitu menjelaskan pengemasan pesan pariwisata budaya di konten promosi event pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023 dengan penjabaran tujuan secara detail, sebagai berikut. 1. Mengetahui bentuk pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023. 2. Mengetahui tema – tema pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023. 3. Mengetahui bentuk – bentuk konten pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023. 4. Mengetahui jenis konten pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari – Desember 2023. 1.4. Manfaat Penelitian Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai maka setelah meneliti kajian penelitian ini, diharapkan bahwa temuan hasil yang diperoleh dapat memberikan kontribusi manfaat signifikan. Adapun manfaat dari penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua kategori: 1.4.1. Manfaat Akademis Penelitian ini diharapkan membantu menghasilkan manfaat akademis agar berguna bagi pengembangan teori ilmu komunikasi khususnya perspektif komunikasi pemasaran dalam promosi pariwisata dan konteks pengemasan pesan terkait pariwisata budaya dengan pemanfaatan saluran atau medium Instagram. 1.4.2. Manfaat Praktis Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat secara praktis untuk lembaga pemerintah atau organisasi sejenis yang bergerak di bidang industri pariwisata terkait pengemasan pesan

pariwisata budaya melalui efektivitas konten Instagram yang dilihat melalui bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten dan jenis konten yang menarik perhatian pengguna terhadap destinasi wisata. Kemudian, temuan penelitian dapat berguna untuk merancang penyampaian pesan pariwisata budaya yang lebih cermat dalam mempromosikan destinasi wisata nusantara yang memiliki keunggulan wisata 6 budaya. Pemerintah dapat mengoptimalkan sumber daya dan promosi dengan memahami preferensi persepsi pengguna media sosial.

10

22 7 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Penelitian Terdahulu Peneliti menelaah tinjauan pustaka terkait literatur penelitian terdahulu yang berhubungan dengan metodologi dan fokus penelitian. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi temuan baru dan perbedaan yang signifikan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang terdiri dari: Penelitian ini menunjukkan perbedaan besar antara penelitian sebelumnya. Pertama, analisis isi kualitatif dilakukan pada akun Instagram @karismaeventnusantara dari Januari hingga Desember tahun 2023 dengan memfokuskan pada konten promosi event yang diunggah. Konten yang diunggah di akun Instagram tersebut dianggap sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan-pesan strategis terkait dengan pariwisata budaya yang ditujukan guna menarik perhatian audiens agar memiliki antusias mempelajari secara langsung nilai-nilai budaya di destinasi penyelenggaraan festival sehingga berdampak pula pada peningkatan kunjungan wisatawan terutama domestik. Selain itu, penelitian ini melihat bagaimana setiap postingan dan interaksi di media sosial mencerminkan langkah nyata untuk memperkuat pelestarian budaya yang kini menjadi isu yang sering diperdebatkan karena minimnya partisipasi masyarakat untuk terlibat serta adanya pengaruh budaya barat di era globalisasi saat ini menyebabkan lunturnya semangat generasi muda melanjutkan kegiatan budaya lokal. Kedua, analisis isi kualitatif terhadap konten-konten yang dilakukan tidak hanya menitikberatkan pada hasil dari suatu event, melainkan juga pada efek yang muncul dalam lingkup digital terutama di platform Instagram. Ketiga, penelitian ini juga membuka peluang untuk pemahaman yang lebih menyeluruh terkait peran

media sosial dalam upaya mempertahankan eksistensi kebudayaan lokal yang menjadi identitas bangsa Indonesia. 2.2. Teori dan Konsep 2.2.1.

Komunikasi Pemasaran Digital Di era digital seperti ini, media sosial telah menjadi sumber penting bagi wisatawan untuk mendapatkan informasi mengenai rencana perjalanan mereka. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menyediakan pengunjung dengan pengalaman yang mendalam dan menarik. Platform-platform ini memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi berbagai tempat wisata secara virtual melalui foto-foto dan video-video yang memukau. Misalnya, seseorang dapat melihat pemandangan indah dari suatu tempat atau melihat ulasan tempat-tempat menarik dari seluruh dunia. 8 Konten-konten yang menarik ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membantu mereka untuk menimbulkan rasa ingin tahu. Berdasarkan Eva dalam gambar dan video yang terdapat di media sosial dapat menarik perhatian dan memengaruhi keputusan wisatawan dalam waktu singkat. Sering kali, rencana perjalanan yang telah mereka buat sebelumnya dapat berubah dengan cepat karena terinspirasi oleh unggahan-unggahan menarik yang mereka lihat di media sosial. Misalnya, seseorang yang awalnya berencana untuk mengunjungi pantai di suatu negara mungkin tiba-tiba memutuskan untuk mengunjungi gunung setelah melihat foto-foto atau video menarik dari teman atau influencer yang dibagikan di Instagram atau TikTok. Oleh karena itu, untuk menarik minat wisatawan perlu adanya strategi dari para pelaku pariwisata. **12** Penyalpaaian pesan yang menarik dan menarik melalui berbagai platform media sosial adalah cara terbaik untuk mencapai hal ini. Konten yang menarik dan relevan harus menarik pengguna smartphone, situs web, dan platform media sosial lainnya. Pelaku usaha pariwisata dapat membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi dan merasakan pengalaman yang ditawarkan oleh industri pariwisata. Dengan mengoptimalkan strategi yang tepat, media sosial dapat menjadi alat yang tepat untuk mendorong pertumbuhan bisnis di sektor pariwisata. Hal Ini menjadikan media sosial sebagai komponen yang tak terpisahkan dari strategi pemasaran di era digital ini. 2.2.2.

Pengemasan Pesan Menurut Harold D. Lasswell dalam bukunya “ The Structure and Content of Communication ” yang dijabarkan oleh pesan didefinisikan sebagai elemen yang dipilih dari seluruh pengalaman mewakili perasaan, nilai, dan gagasan menggunakan simbol dan bahasa untuk disampaikan kepada komunikan (penerima pesan) melalui medium atau saluran media yang digunakan. Sementara, mengungkapkan bahwa pesan dapat berupa berbagai bentuk sinyal, seperti kata-kata, gambar, suara, atau bahkan gerakan tubuh yang mengandung makna bagi penerima, nantinya sinyal akan ditafsirkan sesuai interpretasi masing-masing individu berdasarkan budaya atau situasi. Sehingga dapat dijelaskan bahwa pesan dapat terdiri atas gabungan elemen yang berisikan informasi dari komunikator sebagai sumber untuk dikirimkan kepada komunikan. Dalam era digital, konten media sosial menjadi cara utama untuk mengirimkan pesan. Konten adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan informasi yang dibagikan melalui media sosial yang dapat berupa teks, gambar, suar, video, atau kombinasi dari semua jenis media tersebut. Sejalan istilah tersebut menurut menyatakan konten merupakan informasi yang dikomunikasikan melalui kata-kata, simbol, musik, atau bahasa tubuh dalam balutan gambar, teks, suara, atau video. Dalam menarik perhatian audiens agar pesan dapat diterima dengan baik, menarik, dan 9 (Mahardika & Aji, 2018) (Effendi, 2017) (Severin & Tankard, 2018) (Pratiwi, 2021) mudah dipahami maka harus menggunakan sebuah teknik atau strategi pengemasan pesan yang efektif sesuai konteks makna. Berdasarkan untuk mencapai tujuan komunikasi, pengemasan pesan adalah metode sangat penting untuk memenuhi tujuan yang hendak dicapai dengan menyampaikan pesan dengan cara yang dapat dipahami oleh komunikan. Agar pesan tersampaikan dengan baik dan diterima oleh target audiens, untuk itu komunikator harus memperhatikan proses pengemasan pesan atau encoding . Dengan cara, mempertimbangkan pemilihan bahasa dan pikiran yang tepat untuk menyampaikan pesan sebagai bagian dari proses encoding . Ketika komunikator memahami dan mengemas pesan secara efektif, komunikasi yang sukses akan terjadi.

Kemudian, memastikan bahwa pesan disampaikan dengan tepat, penting untuk mempertimbangkan sifat dan tema pesan. 15 Dilakukan dengan tujuan agar pesan disampaikan sesuai sasaran maupun diterima dengan baik oleh khalayak. 2.2.1.1.

Bentuk Pesan Menyampaikan pesan adalah bagian penting dari proses komunikasi karena memungkinkan pengirim untuk menyampaikan informasi, ide, dan tujuan kepada penerima. Meskipun pesan dapat disampaikan dalam berbagai cara, penting untuk diingat bahwa tujuan akhir dari komunikasi harus dicapai. Sehingga komunikator perlu memilih bentuk pesan yang nantinya akan berpengaruh pada daya tangkap atau penerimaan oleh audiens. Dalam hal ini, pakar komunikasi Widjaja dan Wahab dalam mengklasifikasikan bentuk pesan menjadi tiga, yaitu: 1. Pesan Informatif Pesan informatif dibuat dengan maksud menyajikan kebenaran atau realitas fakta kepada audiens tanpa berusaha memengaruhi atau mengubah perilaku mereka. Pesan informatif bertujuan untuk memberikan pengetahuan, fakta, atau berita yang dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran audiens tentang suatu topik tertentu dengan menggunakan pendekatan yang tidak memihak dan netral. 2. Pesan Persuasif Pesan persuasif adalah jenis komunikasi yang dimaksudkan untuk memengaruhi atau mengubah sikap, perilaku, atau keyakinan audiens. Pesan persuasif menggunakan argumen yang meyakinkan untuk mendorong orang yang menerimanya untuk bertindak atau menyetujui sudut pandang tertentu. Pesan persuasif berusaha untuk mempengaruhi perilaku dan sikap audiensnya dengan menggunakan strategi seperti pemikiran persuasif, pembangkitan emosi, otoritas, dan bukti yang kuat. 3. Pesan Koersif Pesan koersif digunakan dalam komunikasi untuk memaksa atau memaksa audiens untuk melakukan sesuatu tanpa memberi mereka pilihan. Salah satu ciri utamanya adalah penggunaan bahasa yang mengancam, menakut-nakuti, 10 (Effendi, 2017) (Karim, 2019) atau memanipulasi, serta memberikan tekanan dan ultimatum untuk membuat orang berperilaku sesuai dengan keinginannya. Pesan jenis ini sering kali mengabaikan kebutuhan dan keinginan audiens dan berkonsentrasi pada mencapai tujuan tertentu tanpa memperhatikan perasaan atau perspektif

orang yang dituju. 2.2.1.2. Tema Pesan Dalam mewujudkan komunikasi yang efektif membutuhkan tema, di mana menurut merujuk pada ide atau gagasan utama yang menjadi dasar komunikasi dan ingin disampaikan oleh komunikator kepada audiens. Tema dapat berupa topik, isu, atau masalah yang ingin didiskusikan, dipelajari, atau diselesaikan melalui komunikasi. Dalam membawakan tema dengan cara yang menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan konteks audiens memerlukan pesan. Sehingga tema dan pesan dan pesan menjadi dua aspek. Tema berfungsi sebagai fondasi yang menentukan arah dan tujuan komunikasi, dan pesan berfungsi sebagai wadah untuk menyampaikan tema dengan efektif. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti pada akun Instagram @karismaeventnusantara, dapat diperoleh klasifikasi tema pesan berlandaskan isi konten yang menggambarkan pengungkapan pesan pariwisata budaya dengan bentuk gambar maupun video. Adapun berikut klasifikasi kategori yang didapatkan pada konten promosi event Instagram @karismaeventnusantara, di antaranya: 1 . Event Musik Tema ini mengangkat sebuah pesan tentang kegiatan penampilan musik atau penyanyi baik yang berasal dari daerah, nasional, dan internasional. Event musik menampilkan baik pertunjukan musik tradisional maupun kontemporer serta kolaborasi budaya, membuka jendela bagi audiens untuk memahami kekayaan budaya Indonesia . Sehingga penggunaannya tak hanya dijadikan sarana hiburan semata, tetapi juga berfungsi sebagai wadah efektif untuk mempromosikan destinasi wisata budaya karena mereka mampu memikat hati wisatawan untuk mendatangi, mengalami, dan menikmati langsung suasana keberagaman budaya destinasi wisata tertentu. 2. Event Kuliner Event kuliner menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman dari berbagai budaya dan daerah, baik lokal maupun internasional Dalam tema event ini, tidak hanya memiliki kesempatan untuk menikmati pengalaman kuliner yang lezat dan beragam, tetapi mereka juga memiliki kesempatan untuk menjelajahi cita rasa dan kekayaan kuliner dari berbagai daerah, serta mempelajari tradisi dan budaya yang melatarbelakanginya. Sehingga seseorang dapat membuka pemahaman

yang mendalam tentang budaya dan sejarah suatu tempat dengan mencicipi 11 (Severin & Tankard, 2018) (Goldblatt, 2018) (Dimanche & Bowen, 2016). makanan lokal yang unik, sehingga peristiwa kuliner terkait erat dengan pesan pariwisata budaya. 3. Event Tradisi Tradisi adalah bentuk kebudayaan yang tetap dan tidak dapat berubah yang diwariskan dari generasi ke generasi (Koentjaraningrat; . Tradisi biasanya mengandung nilai-nilai, kepercayaan, dan norma budaya yang diwariskan dan dilestarikan oleh masyarakat. Dalam tema pesan ini, KEN menunjukkan event tradisi memberikan kesempatan kepada pengunjung dari berbagai daerah dan bahkan negara lain untuk menyaksikan pertunjukan seni tradisional ataupun aktivitas kebudayaan masyarakat setempat. 4. Event Karnaval Karnaval adalah acara budaya yang terdiri dari parade, pertunjukan seni, dan kostum yang berwarna-warni. Karnaval biasanya diadakan untuk merayakan peristiwa penting seperti hari raya, musim panen, atau kemenangan dalam pertandingan . Dalam tema pesan ini, mengarahkan bahwa KEN mengungkapkan event karnaval sebagai upaya mempromosikan pariwisata budaya dan menyebarkan pesan-pesan positif selain membuat suasana yang menyenangkan dan menghibur. Berakar dari penjelasan di atas, penelitian ini menetapkan pengemasan pesan sebagai konsep utama dengan maksud peneliti ingin menganalisis bagaimana pengemasan pesan terutama pariwisata budaya yang dijalankan oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengacu pada sifat dan tema pesan yang hendak dikomunikasikan. 2.2.1.3. Bentuk Konten Bentuk konten yang dapat diunggah di Instagram sangat beragam dan ditampilkan pada feed akun pengguna. **17** Feed akun adalah halaman profil utama yang menampilkan foto dan video yang telah diunggah oleh pengguna. Kemudian, setelah peneliti rangkum terdapat tiga jenis konten yang dapat diunggah di Instagram yaitu sebagai berikut : 1. Single Image Yang dimaksud dengan konten single image adalah mengunggah satu gambar atau foto dalam satu postingan dan terdapat tiga pilihan yaitu 1080 x 608 Pixel (Landscape), 1080 x 1080 Pixel (Square) dan 1080 x 1350 Pixel (Potrait). 2. Carousel Yang dimaksud dengan konten carousel yaitu dapat

mengunggah lebih dari satu foto atau gambar dalam satu postingan. Umumnya, sepuluh foto paling banyak dapat diunggah dalam satu postingan. Ukuran yang tersedia untuk konten carousel adalah 1080 x 1080 Pixel (Square) dan 1080 x 1350 Pixel (Portrait). Banyak kreator menggunakan format konten carousel untuk membuat microblog dengan konten yang bersifat edukasi karena memungkinkan (Kumalasari et al., 2023) (Andreas, 2021) pengguna Instagram untuk memanfaatkan Q share dan save. Karena pengguna Instagram dapat menggeser gambar menuju urutan konten sebelum dan sesudahnya.

3. Video Reels Instagram Reels adalah konten dalam format video yang diunggah. Ukuran video saat diunggah adalah 1080 x 1920 pixel, atau rasio 9:16. Oleh karena itu, konten Instagram Reels harus dioptimasi untuk menjangkau pengikut yang sudah ada dan mereka yang tidak mengikuti akun Instagram lainnya. Instagram Reels memiliki durasi maksimum sembilan puluh detik. Platform media sosial Instagram terus berkembang dengan menghadirkan fitur-fitur baru yang menarik dan terus berkembang. Salah satunya yaitu Video Reels yang menjadi favorit baru bagi penggunanya untuk berkreasi dan mengekspresikan diri. Studi menunjukkan bahwa terdapat fakta yang diungkapkan menurut semakin tinggi frekuensi jumlah postingan maka semakin banyak audiens yang berinteraksi. Selain itu, temuan yang didapatkannya menunjukkan format konten yang paling efektif untuk menarik perhatian audiens dan mendorong interaktivitas adalah video.

2.2.1.4. Jenis Konten Media sosial adalah platform yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan menyebarkan berbagai jenis konten. Konten-konten ini memiliki berbagai jenis dan tujuan, dan dapat dikategorikan menurut fungsinya. Berikut ini adalah uraian singkat tentang tiga kategori jenis konten umum yang sering ditemukan di media sosial yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Hiburan Dengan tujuan utama untuk menghibur audiens, konten hiburan tersedia dalam berbagai format, termasuk video lucu, gambar menarik, cerita yang menghibur, siaran langsung yang interaktif, dan streaming game langsung. Fungsi utamanya adalah untuk membantu mengurangi stres,

meningkatkan mood dan membawa kebahagiaan di tengah kesibukan sehari-hari.

Genre, format, dan target audiens adalah beberapa faktor yang dapat menentukan kategori konten hiburan. Contohnya adalah jenis hiburan seperti komedi, musik, tarian, permainan, dan blog video. Dengan platform media sosial berubah menjadi wadah utama untuk konsumsi dan penyebaran konten hiburan, pengguna dapat dengan mudah menemukan, mengakses, dan membagikan konten yang mereka sukai kepada orang lain.

2. Informasi Jenis konten yang dimaksudkan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan kepada audiens disebut konten informasi. Postingan tentang edukasi, instruksional, data statistik, laporan penelitian, dan berbagai bentuk lain (Rahman & Mutum, 2022) (Sari & Hayati, 2020) informasi lainnya adalah beberapa contoh jenis konten ini. Keakuratan, kepercayaan, dan kemudahan dalam pemahaman adalah karakteristik utama konten informasi (Susanti & Wijayanti, 2021). Konten harus didasarkan pada fakta dan data yang valid agar dapat dipercaya oleh penonton.

Untuk menarik perhatian dan mencapai tujuan penyampaian, konten informasi harus menarik dan mudah dipahami. 3. Inspirasi Konten inspirasi adalah jenis konten yang dimaksudkan untuk memberikan motivasi, semangat, dan inspirasi kepada audiens. Jenis konten ini dapat berupa tulisan (kata-kata bijak, kutipan, cerita inspiratif), gambar (foto indah, infografis, desain grafis), dan video (motivasi, cerita sukses, tutorial).

. Tujuan pembuatan konten inspiratif untuk mendorong audiens mengeksplorasi kekayaan budaya Indonesia dengan berisikan informasi rinci tentang acara, termasuk tanggal, lokasi, dan kegiatan yang ditawarkan agar meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap pariwisata budaya Indonesia, mengundang mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut, dan menyebarkan nilai-nilai budaya Indonesia kepada khalayak yang lebih luas.

2.2.3. Media Baru Media baru atau yang dikenal sebagai new media, merupakan kumpulan teknologi yang memiliki kemampuan untuk meluaskan jangkauan informasi kepada masyarakat. New media bukan hanya media baru yang muncul dalam komunikasi tetapi hasil dari perubahan



pada media konvensional yang tidak lagi relevan dengan kemajuan teknologi saat ini. New media mencakup transformasi dan evolusi menuju bentuk-bentuk yang lebih responsif terhadap tuntutan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan demikian, konsep new media tidak hanya mencakup aspek baru, tetapi juga mencerminkan adaptasi dan pembaruan dari media yang sebelumnya. Menurut Denis McQuail sebagaimana dikutip dari, terdapat 5 jenis new media, yaitu: 1. Media Komunikasi Interpersonal New media jenis ini mencakup berbagai platform yang memungkinkan proses penyampaian dan penerimaan informasi berlangsung secara interaktif. Hal ini membuat komunikasi tergolong menjadi lebih privacy dan memungkinkan pengguna untuk terlibat secara aktif dalam pertukaran informasi. 3 4

2. Media Permainan Interaktif New media jenis ini melibatkan permainan yang berbasis komputer, video games, dan perangkat virtual sebagai bentuk hiburan. Salah satu aspek inovatifnya adalah kehadiran dinamika interaktivitas yang meningkatkan tingkat kepuasan dalam proses bermain. Dengan hadirnya media permainan interaktif pemain dapat berpartisipasi dalam bentuk kelompok atau tanpa (Rahmawati & Arifin, 2020) (Habibah, 2021) (Prabowo, 2018) (V. K. M. Putri, 2022) batasan pada satu individu. Keadaan ini menciptakan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan dengan konsep virtual dan memungkinkan interaksi yang lebih intens antara pemain. Dengan demikian, media ini tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan, melainkan juga membentuk komunitas virtual yang terkoneksi melalui pengalaman bermain yang bersifat kolaboratif dan sosial. 3. Media Pencari Informasi Jenis media ini sangat disukai di berbagai lapisan masyarakat mulai dari pelajar hingga karyawan. 3 Media pencari informasi dapat menjadi alat yang efektif untuk proses pembelajaran dan memperoleh informasi tambahan jika digunakan dengan benar dan efektif. Dalam hal ini, keberadaan dan kemudahan penggunaan new media sangat membantu meningkatkan literasi informasi dan memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk terus belajar dan memahami berbagai aspek pengetahuan dan kehidupan. 4 4

Media Partisipasi Kolektif New media jenis ini didorong oleh penggunaan

internet sebagai alat untuk pertukaran informasi, ide, gagasan, pengalaman, dan pengembangan relasi personal. Keunikan media baru terletak pada kemampuannya untuk menggalang partisipasi yang masif dari masyarakat, membuka pintu bagi terbentuknya komunitas-komunitas daring yang aktif, dan merangkul beragam sudut pandang dalam menyikapi dinamika sosial, politik, dan budaya. Dengan memanfaatkan teknologi internet, media baru bukan hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga menjadi kekuatan sosial yang mendukung dialog terbuka dan pemberdayaan individu dalam menyuarakan aspirasi dan keprihatinan mereka.

2.2.3.1. 9 Media Sosial mendefinisikan media sosial sebagai platform online yang memfasilitasi berbagi informasi, kerja tim, dan komunikasi virtual antar pengguna. Hasilnya, media sosial berubah menjadi platform di mana orang dapat melakukan berbagai tugas online, seperti membangun jaringan sosial yang tumbuh di platform digital dan tempat berinteraksi secara dinamis.

2 Enam kategori utama media sosial diidentifikasi dalam buku Media Sosial dari Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi :

1. Social Networking Social networking sebagai sebuah sarana interaksi yang saat ini terus berkembang dan memiliki fungsi sebagai platform untuk berkomunikasi. Karakteristik utama dari social networking adalah kemampuannya memfasilitasi pengguna dalam membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam konteks ini, situs-situs seperti Facebook dan Instagram merupakan contoh yang sangat mencerminkan jaringan sosial yang luas, di mana pengguna dapat 15 Nasrullah (2015) (Nasrullah, 2015) terhubung, berbagi, dan berinteraksi dengan individu lainnya tanpa terbatas oleh batas geografis, menciptakan ruang maya untuk pertukaran ide, informasi, dan pengalaman.
- 2 5 2. Blog Blog adalah jenis media sosial tempat pengguna dapat memposting aktivitas sehari-hari, meninggalkan komentar, dan berkomunikasi dengan pengguna lain melalui berbagai fitur seperti berbagi tautan, materi, dan jenis informasi lainnya. Pengguna dapat menyumbangkan informasi, pendapat, dan pengalaman pribadinya kepada audiens menggunakan platform ini.
3. Microblogging Microblogging merupakan alat komunikasi yang memberikan ruang ekspresi singkat namun kuat dan

memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam dialog instan serta berbagi momen dengan cepat dan langsung kepada audiens mereka. 4. Media Sharing Sebagai salah satu contoh dari media sharing yaitu YouTube yang memberikan ruang yang luas bagi pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan beragam konten multimedia. 5. Social Bookmarking Social bookmarking merupakan platform atau layanan yang dapat menyimpan tautan ke berbagai seperti artikel, gambar, video, dan halaman web lainnya, serta berbagi tautan tersebut dengan pengguna lain. 6. Wiki Wiki adalah web di mana pengguna dapat mengorganisir, mengedit, me-review, merevisi, atau me-retrieve isi dari halaman tersebut dengan mudah dan bekerja sama dengan orang lain. 2.2.3.2. Instagram Sebagai Medium Promosi Pariwisata Budaya Dalam konteks promosi, media memiliki peran yang sangat signifikan dalam menyampaikan pesan informasi. Media bukan hanya menjadi alat untuk mengirimkan pesan dari pengirim kepada penerima pesan dalam suatu proses komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai wadah yang memungkinkan interaksi antara keduanya. Dalam konteks promosi terdapat berbagai jenis media sesuai dengan jenis promosinya, misalnya seperti iklan di televisi, radio, internet, atau media cetak. Seorang yang melakukan promosi melalui media berharap dapat umpan balik dari audiens atau penerima pesan. Respons tersebut menjadi kunci untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas promosi, seberapa besar dampak yang dihasilkan dan bagaimana pesan tersebut diterima oleh target audiens. Oleh karena itu, hubungan dinamis antara pengirim pesan, media, dan penerima pesan menjadi esensial dalam mengukur keberhasilan suatu promosi melalui 16 media. Karena setelah transformasi media kini, sudah bagaikan kebutuhan gaya hidup modern yang dipergunakan di keseharian. Konteks komunikasi pemasaran digital dalam promosi pariwisata, menurut media sosial menjadi saluran komunikasi utama di era digital sebagai strategi dengan fokus pada pembuatan konten yang menarik perhatian agar dapat menjangkau audiens lebih luas serta memungkinkan adanya keterlibatan interaktif dengan calon pengunjung. Melalui platform media sosial yang mudah

diakses, kini banyak perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata memiliki peluang untuk meningkatkan kesadaran merek. Dengan demikian, media sosial bukan hanya menjadi alat pemasaran, tetapi juga menjadi saluran yang memperluas ruang interaksi antara perusahaan dan konsumen, menciptakan dinamika baru dalam lanskap bisnis yang terus berubah . Selanjutnya, Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video telah menjadi platform digital utama untuk menyebarkan pesan pariwisata budaya. Instagram, yang pertama kali dirilis tahun 2010 telah berkembang pesat di mana 2 miliar partisipasi aktif pengguna setiap bulan dari seluruh penjuru dunia, adapun Indonesia menjadi salah satu negara dengan pengguna terbanyak . Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi momen, tetapi juga sebagai media promosi yang tepat bagi para pelaku usaha. Salah satu fitur yang bisa dimanfaatkan untuk promosi di Instagram adalah caption . **6** Caption adalah tulisan atau keterangan yang terkait dengan foto atau video yang diunggah. Jika seseorang menulis keterangan foto, hal itu akan menarik minat audiens untuk membaca isi keterangan atau caption secara keseluruhan. Caption yang menarik perhatian tidak hanya membuat pengikut ingin membaca lebih lanjut, tetapi juga bisa memancing mereka untuk berinteraksi melalui like , comment , atau share unggahan tersebut Keunggulan Instagram sebagai alat pengirim pesan untuk mendorong pariwisata budaya karena kemampuan untuk berbagi konten visual yang menarik dan mudah dibagikan. Instagram juga menawarkan fitur seperti Reels , Live , dan Stories , yang memungkinkan pengguna membuat konten dinamis seperti video pendek tentang tradisi budaya, siaran langsung dari acara budaya, atau cerita pengagum yang meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap destinasi pariwisata budaya . Dengan melihat keuntungan ini pun dimanfaatkan juga oleh lembaga pemerintah yakni Kementerian Pariwisata dan Kreatif dalam menjalankan programnya bernama Karisma Event Nusantara melalui Instagram. Konten yang dipublikasikan dalam akun @karismaeventnusantara menampilkan promosi-promosi event kebudayaan hasil

kurasi yang telah dilakukan dari beragam festival seluruh wilayah berdasarkan dengan bentuk konten. 2.2.4. Pariwisata Budaya Sebagai Isu Pelestarian Kebudayaan Indonesia Berdasarkan beragam definisi mengenai pariwisata sendiri, salah satunya pernyataan pariwisata merupakan sebuah sektor industri yang menyediakan layanan bagi individu dalam melakukan aktivitas perpindahan dari satu 17 (Mahardika & Aji, 2018) (Nanda, 2021) (Kemp, 2023) (Antasari & Pratiwi, 2022). (Marlowibowo, 2022) Kotler et al. (2022) tempat ke tempat lainnya baik untuk sementara maupun menetap dengan berbagai alasan seperti rekreasi, pekerjaan, kegiatan belajar, dan kesehatan. Setiap negara memiliki cara masing-masing untuk menjadikan wilayahnya sebagai destinasi pariwisata unggulan, salah satunya pemanfaatan pariwisata budaya. Menurut pariwisata budaya merupakan perjalanan yang dilakukan individu termasuk mengunjungi situs bersejarah, mempelajari tradisi lokal, merasakan kuliner lokal, dan menonton pertunjukan seni. Selain memberikan pengalaman berharga kepada wisatawan, sehingga pariwisata budaya juga membantu memperlihatkan bahwa pentingnya isu pelestarian budaya dalam mempertahankan keindahan budaya yang diwariskan. Isu pelestarian budaya adalah bentuk upaya berkelanjutan untuk menjaga warisan budaya dari kepunahan dan tergerus oleh perkembangan zaman. Menurut Koentjaraningrat dalam mengemukakan pelestarian budaya bukanlah kegiatan yang dapat dilakukan secara individu karena budaya adalah sistem yang melibatkan masyarakat homogen atau banyak dengan komponen yang saling terhubung. Kaitannya pelestarian menjadi cara konservasi sebagai upaya terencana melanjutkan atau menjaga warisan budaya agar lestari, adaptif, dan selektif (Wijaya dalam . Dengan kekayaan budayanya yang luar biasa, Indonesia tercatat memiliki 2.319 cagar budaya dan 435 museum ditambah 11.622 warisan budaya atau tak benda serta sebanyak 1.941 telah diakui oleh UNESCO menjadi warisan dunia (Kemendikbukristek, 2023). Maka dari itu, Identitas dan kemajuan bangsa didasarkan pada kekayaan budaya ini melalui melestarikan budaya berarti mempertahankan identitas bangsa, memperkuat persatuan dan kesatuan, dan

mendorong kemajuan ekonomi kreatif. Korelasi pariwisata budaya sebagai isu pelestarian budaya dari penelitian ini merujuk pada publikasi konten promosi event yang dilakukan Karisma Event Nusantara sebagai unit analisis adalah konten yang menggambarkan upaya mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan pariwisata budaya. Hal ini sesuai artian pariwisata budaya sendiri merupakan isu pelestarian budaya selaras dengan judul yang diangkat peneliti yakni pengemasan pesan pariwisata budaya. Oleh karena itu, konsep yang dipakai ini dapat memberikan pemahaman bahwa pariwisata budaya menjadi bagian dari isu pelestarian budaya dalam konteks objek penelitian ini.

2.3. Kerangka Berpikir Berdasarkan kerangka berpikir, penelitian ini mengangkat fenomena terkait masifnya budaya barat yang masuk ke Indonesia menyebabkan dampak negatif pada budaya lokal yang mulai pudar eksistensinya. Dalam melakukan penyebaran informasi terkait pariwisata budaya khususnya melalui media sosial menggunakan konten-konten promosi untuk mengupayakan peningkatan kunjungan wisatawan terutama domestik pada festival yang terselenggara. Terdapat akun Instagram @karismaeventnusantara 18 Chhabra (2022) (Qibtiyah, 2022) Qibtiyah, 2022) yang tidak hanya membahas aspek promosi, tetapi juga memberikan konten pengalaman wisata budaya. Sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana pengemasan pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara dalam konten promosi periode Januari hingga Desember 2023? .

Dalam menggunakan metode analisis isi kualitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian, akan mengkaji postingan terutama promosi event Instagram dari akun @karismaeventnusantara melalui indikator atau dimensi konsep bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten. Melalui kajian ini, dapat mengetahui pengemasan pesan pariwisata budaya yang dilakukan pada konten promosi dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan dapat menggerakkan industri pariwisata budaya sekaligus mengupayakan pelestarian budaya.

21 19 BAB III METODOLOGI PENELITIAN 3.1. Pendekatan Penelitian Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif bertujuan menyelidiki maupun memahami perilaku serta fenomena sosial individu maupun kelompok yang terpilih.

menyatakan bahwa penelitian kualitatif sering disebut metode naturalistik karena mengamati lingkungan atau keadaan alami dengan mengandalkan kemampuan pengamatan manusia yang biasanya dijalankan oleh peneliti. Peneliti menjadi peranan kunci melalui teknik pengumpulan data melalui triangulasi dan analisis data induktif untuk menjabarkan gejala secara komprehensif dan kontekstual. Penghasilan data penelitian kualitatif disajikan secara deskriptif menggunakan kata-kata maupun gambar bukan angka. Serta arti induktif sendiri mengacu pada istilah awal penelitian yang hanya bersifat tentative atau sekilas. Kemudian, penelitian ini menggunakan penyajian deskriptif ditujukan menggali fenomena yang diteliti melalui fokus pada dokumen berupa teks, gambar, dan video serta didasarkan rentang kurun waktu untuk mendapatkan pemahaman mendalam terkait objek penelitian. Jenis ini terdapat tiga kategori yang membantu peneliti mencermati hal-hal spesifik, yakni mengumpulkan fakta (fact finding), penafsiran kritis (critical interpretation), dan complete research (kelengkapan penelitian). Berdasarkan, secara umum pendekatan penelitian dapat disebut pula sebagai paradigma penelitian mengartikan cara mendasar dalam memersepsikan, berpikir, menilai, dan melakukan sesuatu dengan khusus serta visi yang realistis. Kemudian menjelaskan bahwa ada empat jenis paradigma yang berbeda di bidang penelitian sosial, yakni post-positivisme, kritis, dan konstruktivisme di mana masing-masing menawarkan dasar filosofis untuk menyelidiki fenomena sosial. Dalam penelitian ini, mengadopsi paradigma post-positivisme yang menekankan pemahaman mendalam terhadap makna, bukan hanya mengukur fakta semata seperti positivisme karena dapat membatasi pemahaman dan menolak pendekatan pengukuran terhadap data abstrak. Post-positivisme mengakui aliran bahwa hukum alam mengatur dunia, tetapi menyadari bahwa manusia tidak dapat memahami sepenuhnya. Oleh karena itu, untuk mencapai pemahaman lebih luas post- positivisme mendorong penggunaan triangulasi yang melibatkan berbagai metode, sumber data, dan teori. Post-positivisme mengutamakan deskriptif kualitatif berbeda dengan positivisme yang hanya bergantung

pada observasi . Selain itu, dengan maksud tersebut dapat menggambarkan bahwa peneliti menggunakan paradigma post-positivisme karena menganggap penelitian sebagai proses logis yang saling terkait. Di mana paradigma ini menyatakan bahwa keberagaman sudut pandang peneliti lebih penting daripada adanya realitas tunggal dengan adanya pengumpulan, analisis data yang didukung oleh berbagai perspektif, dan menggunakan perhitungan untuk memastikan keandalan. Oleh karena itu, 20 Sugiyono (2019) (Sutikno & Hadisaputra, 2020) (Cresswell & Cresswell, 2018:63) (Hilway dalam Samsu, 2021) Moleong (2015) Denzin & Lincoln (2018) (Irawati et al., 2021) penelitian ini menghasilkan informasi akurat tentang bagaimana pengemasan pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara yang dikelola Kemenparekraf diimplementasikan dalam publikasi konten promosi event . 3.2. Metode Penelitian Penelitian ini menerapkan metode penelitian dengan analisis isi kualitatif yang cenderung sifatnya deskriptif untuk membantu peneliti menginterpretasikan, mengidentifikasi, dan menganalisis konten media sosial mencakup pola-pola, tema, makna tersirat terkhusus di Instagram @karismaeventnusantara. Analisis isi kualitatif atau content analysis merupakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada kejelasan isi komunikasi, makna, cara membaca, dan memahami simbol dalam interaksi manusia secara sistematis dan objektif untuk menggambarkan isi manifestasi komunikasi (Bungin dalam . Beberapa bentuk data yang digunakan seperti dokumen, rekaman, hasil suatu tes, dan lain-lain yang selanjutnya dilakukan penyaringan terhadap teks atau kata-kata ke dalam berbagai kategori. Tujuan utama analisis isi adalah mempermudah pemahaman data dan menghasilkan kesimpulan, secara teknis mencakup pembagian lambang-lambang yang digunakan dalam komunikasi, penerapan kriteria untuk klasifikasi atau membuat prediksi. Untuk itu, analisis data dalam analisis isi memiliki proses logika yang mirip dengan analisis data dalam penelitian kuantitatif di mana dimulai dengan mengumpulkan informasi dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, kemudian pembuatan prediksi dengan menggunakan teknik analisis yang sesuai . Analisis isi

umumnya berkaitan semua hal mengenai analisis isi teks, tetapi juga dapat digunakan untuk mendetailkan pendekatan analisis lebih spesifik. Melakukan analisis isi konten, sangat penting untuk membuat kategori yang tepat dan menghitung jumlah total istilah saat muncul mengklasifikasikan rangkaian kata yang diteliti. Proses coding harus konsisten dan tidak boleh ada distorsi ketika sedang dijalankan. Berdasarkan penelitian dan buku “Memahami Analisis Kualitatif oleh mengungkapkannya dalam analisis isi peneliti perlu melengkapi prosedur secara spesifik yang dapat dijadikan landasan guna mempermudah proses penelitian, sebagai berikut. 1. Merumuskan masalah: pada penelitian ini adalah bagaimana pengemasan pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode Januari hingga Desember 2023? 2. Pemilihan media (sumber data): peneliti harus memilih sumber data yang sesuai dengan masalah penelitian. Untuk itu pilot study perlu dilakukan dengan melakukan observasi wawancara di lapangan penelitian, serta studi kepustakaan atau media massa yang dapat membantu menentukan sumber data. Penentuan periode waktu dan jumlah subjek yang akan diteliti atau sampel perlu dipertimbangkan. 21 Moleong, 2015) (Denzin & Lincoln, 2018) Rozali (2022) Nuriman et al. (2022) 3. **1** Definisi operasional: unit analisis yang dipilih berdasarkan topik atau masalah penelitian, yakni terkait konsep pengemasan pesan. 4. Melatih penyusunan kode dan mengecek reliabilitas: langkah ini melibatkan pelatihan dalam menyusun coding untuk mengenali karakteristik utama kategori yang akan dianalisis. Idealnya, peneliti akan menggunakan satu atau dua alat analisis data atau coder dalam memeriksa kredibilitas dengan membandingkan satu demi satu kategori yang telah disusun. 5. Analisis data dan penyusunan laporan: Data yang diperoleh dari analisis isi dapat dianalisis dengan menggunakan teknik statistik. Laporan akan ditulis dalam format akademis atau menggunakan prosedur yang cenderung fleksibel sesuai dengan versi media massa atau buku, serta menggunakan coding sheet . Dalam hal ini, alasan peneliti memilih analisis isi kualitatif karena metode ini memperlakukan dokumen

atau konten sebagai unit analisis. Fokus analisis penelitian adalah dokumen gambar dan video yang di unggah pada feeds Instagram @karismaeventnusantara dari Januari hingga Desember 2023. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengemasan pesan pariwisata budaya yang digunakan dalam pesan dikirim melalui berbagai bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten di feeds Instagram @karismaeventnusantara. Peneliti melakukan coding bersama dengan code r lainnya untuk menghindari subjektivitas.

3.3. Unit Analisis Dalam

mendapatkan penjelasan terkait seluruh unit yang akan dianalisis, peneliti mengambil dokumentasi berupa konten yang diunggah pada akun Instagram @karismaeventnusantara periode bulan Januari – Desember 2023. Pemilihan periode bulan Januari – Desember 2023 sebagai periode yang diteliti, dengan mempertimbangkan tingkat keterlibatan atau engagement yang cukup tinggi pada rentang waktu tersebut yang didukung dengan masa kenaikan jumlah followers yang signifikan. Cakupan analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu semua konten yang berupa gambar dan juga video dengan kategori yang mengandung promosi event, informasi dan tentunya selaras dengan indikator atau dimensi pengemasan pesan meliputi bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten yang berjumlah 73 konten. Bagian yang menjadi fokus penelitian adalah keseluruhan postingan yang ditampilkan di feeds. Konten yang dianalisis merupakan hasil dari kolaborasi yang dilakukan Kemenparekraf dengan berbagai event organizer di bidang pariwisata. Selanjutnya unit analisis akan ditelaah berdasarkan indikator yang telah ditentukan yaitu bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten di media sosial Instagram @karismaeventnusantara. Di bawah ini merupakan rincian jumlah postingan dan contoh unit analisis pada penelitian ini: Peneliti akan menganalisis semua unit analisis yang telah dikumpulkan di tampilan feeds akun Instagram @karismaeventnusantara dimasukkan ke dalam dokumen dan kemudian dikategorikan sesuai dengan coding sheet untuk menghasilkan 22 kesimpulan tentang pesan pariwisata budaya pada konten promosi yang berkaitan dengan 110

event yang diselenggarakan di seluruh nusantara. 3.4. **7** Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan upaya sistematis mendapatkan keperluan informasi guna merespons pertanyaan tertentu dan data yang diperoleh disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pada umumnya, dalam penelitian

kualitatif terdapat beberapa instrumen atau perangkat yang dapat dimanfaatkan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini teknik dokumentasi digunakan dengan cara yang dilakukan melalui penelitian arsip, termasuk buku-buku yang mengandung pendapat, teori, prinsip, hukum, dan hal-hal terkait dengan permasalahan penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data ini menjadi sangat penting karena digunakan untuk membuktikan hipotesis secara logis dan rasional melalui pendapat, teori baik yang mendukung maupun menolak hipotesis tersebut.

Peneliti memperoleh data melalui teknik pengumpulan data dokumentasi, dengan mengambil postingan yang terdapat pada akun Instagram @karismaeventnusantara dengan periode bulan Januari – Desember 2023 sebagai unit analisis melalui tangkapan layar maupun rekaman layar digunakan.

Sementara untuk tambahan kajian kepustakaan sekunder diperoleh melalui literatur guna mendapatkan informasi yang telah ada sebelumnya. Setelah peneliti mengumpulkan informasi yang diperlukan, analisis dilakukan dan hasilnya disajikan dalam bentuk deskripsi kemudian ditarik kesimpulan

untuk memenuhi kebutuhan jawaban penelitian. Oleh sebab itu, peneliti mendapatkan data primer dari panduan, yaitu: 1. Seleksi data dari akun Instagram @karismaeventnusantara sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan untuk unit analisis. 2. Mengunduh data yang memenuhi kriteria dalam bentuk gambar atau video. 3. Menggabungkan semua data yang telah dikumpulkan ke dalam satu tabel yang sudah dibuat. 4. Merangkum data yang telah terkumpul dalam satu tabel sesuai periode bulan yang telah ditetapkan oleh peneliti. 3.5. Metode Pengujian Data Penelitian kualitatif

dianggap valid ketika tidak jauh berbeda dengan penyampaian oleh peneliti dengan objek penelitiannya.

10 Terdapat empat metode untuk menguji data kualitatif yaitu credibility, transferability, dependability, dan confirmability.

Dalam penelitian ini, metode pengujian data yang digunakan adalah uji confirmability atau yang juga dikenal sebagai uji objektivitas penelitian. Suatu penelitian dianggap objektif jika hasilnya telah diterima oleh banyak orang dan dapat diuji secara bersamaan. Jika hasil penelitian, dipengaruhi oleh keabsahan temuan 23 terkonfirmasi melalui standar ilmiah tingkatan confirmability tercapai (Sugiyono, 2017). Studi ini akan melibatkan seseorang yang telah dipilih oleh peneliti yang akan disebut sebagai coder 2. **18** Untuk metode pengujian data akan menggunakan lembar kode atau coding sheet yang sudah siap. Sering menggunakan media sosial, mengikuti akun Instagram @karismaeventnusantara, dan menunjukkan ketertarikan terhadap konten yang diunggah akun ini—khususnya postingan yang bersifat instruksional dan informatif serta pesan-pesan promosi budaya terkait peristiwa yang terjadi di seluruh nusantara—adalah syarat untuk menjadi coder 2. Peneliti akan menggunakan rumus Holsti untuk menghitung ketergantungan antara pengkode 1 dan 2, membandingkan dan menambahkan temuan pengkodean dari pengkode 2 ke hasil pengkode 1. Holsti mengungkapkan bahwa tingkat reliabilitas minimal adalah 70%, atau setara dengan 0,7, untuk sebuah indikator. Jika hasilnya di bawah 70% atau 0,7 maka perhitungan dianggap tidak reliabel. Sebaliknya, jika hasilnya sama atau lebih dari 70% dapat dianggap reliabel. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini: Berdasarkan pengujian reliabilitas keandalan dibuktikan oleh coder 1 dan coder 2 menunjukkan bahwa indikator yang digunakan dalam setiap kategori di atas 70% sehingga dinyatakan reliabel. Alat ukur tersebut dianggap reliabel karena antara coder 1 dan coder 2 telah menyetujui untuk seluruh indikator dengan nilai persentase paling kecil yaitu 96% pada indikator tema pesan.

3.6. Metode Analisis Data

Secara umum, analisis data dalam penelitian kualitatif mencakup empat karakteristik. Pertama, terdapat analisis induktif yaitu eksplorasi data terbuka bersifat induktif tanpa tanpa prasangka mengkonfirmasi kebenaran hipotesis. Proses ini melibatkan informasi yang diperoleh di lapangan dengan tujuan mencapai temuan yang

dapat disimpulkan sebagai teori berdasarkan pola-pola yang terdapat dalam realitasnya.

20 Kedua, analisis dilakukan di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Saat data terkumpul, analisis dimulai dengan menyusun refleksi peneliti yang berupa kerangka berpikir dan ide dari data yang telah ditemukan.

Ketiga yaitu proses interaktif yang dilakukan dengan membandingkan setiap data yang diperoleh secara terus-menerus dengan data lainnya. Keempat, yaitu proses siklus di mana setiap kesimpulan diperkuat dengan pengumpulan data yang berkelanjutan. Pada tahap verifikasi, peneliti dapat melakukan penelusuran kembali terhadap semua bukti penelitian jika data dianggap kurang valid untuk penarikan kesimpulan. Dengan demikian, tahap triangulasi juga dilakukan sebelum mencapai kesimpulan akhir (Nasrullah, 2015). Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dokumen yang terdiri dari gambar, video, atau kombinasi konten Karisma Event Nusantara. Peneliti akan menganalisis dokumen-dokumen ini menggunakan tiga tahap pengolahan data, dimulai dengan pengurangan data, yang kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi naratif 24 yang bertujuan untuk menjelaskan konten data dan memudahkan interpretasinya. Setelah tahap ini, peneliti akan menafsirkan setiap dokumen secara menyeluruh, sehingga nantinya peneliti dapat menyimpulkan pengemasan pesan pariwisata budaya pada konten promosi event untuk mengupayakan pelestarian budaya lokal Indonesia.

3.7. Keterbatasan Penelitian Terdapat beberapa keterbatasan penelitian di antaranya seperti:

1. Tidak terlihat adanya struktur pesan yang jelas terutama dalam bentuk pesan persuasif. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk pesan persuasif yang disampaikan secara bersamaan juga mengandung informasi yang mendalam dari setiap acara yang akan diselenggarakan.
2. Penelitian ini tidak membahas mengenai persepsi audiens atau pengaruhnya pada keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi wisata.

25 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diawali pemaparan menyeluruh subjek penelitian, diikuti dengan penjabaran mengenai intensitas frekuensi postingan di akun Instagram @karismaeventnusantara. Data konten yang akan dikaji peneliti meliputi rentang waktu dari Januari

hingga Desember 2023. Langkah selanjutnya adalah pengkategorisasian data dari unit analisis tersebut di mana peneliti akan memilih beberapa konten yang mencerminkan kategori-kategori penting untuk studi ini. Peneliti akan menginterpretasikan perspektif uraian makna dari data yang telah diorganisir. Fokus penelitian akan terletak pada bagaimana QKarisma Event NusantaraQmengemas pesan menggunakan teks dan elemen visual dalam konten yang ditunjukkan. Selain itu, analisis juga akan mencakup menafsirkan makna pesan dalam konteks fenomena yang digambarkan dalam konten yang diunggah di akun media sosial @karismaeventnusantara. Meninjau bagaimana Karisma Event Nusantara mengemas pesan pariwisata budaya di media sosial Instagram, interpretasi ini akan disampaikan melalui sub-bab yang didasarkan pada kategori yang telah ditentukan. Analisis ini akan dilakukan dengan memperhatikan kategori bentuk pesan yang mencakup aspek informatif, persuasif, dan koersif. Selain itu, akan diperinci berdasarkan kategori tema pesan yang mencakup event musik, event kuliner, event tradisi dan event karnaval. Selanjutnya, analisis bentuk konten berupa single image , carousel , dan video reels . Serta, kategori jenis konten yaitu hiburan, informasi dan inspirasi.

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Setelah bergabung dengan platform media sosial Instagram, akun @karismaeventnusantara resmi aktif pada bulan Januari 2023. Meskipun program Karisma Event Nusantara telah berdiri sejak tahun 2021, eksistensinya di Instagram baru dimulai pada bulan Januari 2023. Akun tersebut saat ini memiliki 14,4 ribu pengikut dan 871 konten telah diposting hingga 29 April 2024. Menurut analisis yang dilakukan, pada awalnya Karisma Event Nusantara hanya memposting empat konten dalam di bulan Januari. Konten yang diposting berupa informasi peluncuran program KEN 2023 melalui video live streaming YouTube Kemenparekraf yang berupa poster dan video teaser. Namun, seiring berjalannya waktu postingan meningkat menjadi satu hingga tiga konten setiap hari. Terlihat dari tinjauan konten yang di posting oleh Kemenparekraf di akun Instagram @karismaeventnusantara bahwa terdapat banyak variasi dalam hal tempat

, visual, dan penggunaan kata-kata yang menarik. Keanekaragaman ini menarik pengikut Instagram @karismaeventnusantara seperti yang ditunjukkan oleh tingkat interaksi yang tinggi yang ditunjukkan melalui likes dan comment pada setiap unggahan serta share pada postingan reels . 26

4.2. Hasil dan Analisis Penelitian Dalam sub-bab ini, rumusan masalah digunakan sebagai panduan bagi peneliti untuk menganalisis bagaimana Kemenparekraf mengemas pesan pariwisata budaya di akun Instagram @karismaeventnusantara. Rumusan masalah ini kemudian dibagi menjadi sub-permasalahan yang lebih detail yang mencakup analisis bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten dan jenis konten yang terkait dengan kegiatan festival budaya yang dipublikasikan di akun Instagram @karismaeventnusantara dalam rentang waktu Januari – Desember 2023. Dengan adanya konten @karismaeventnusantara menghadirkan bentuk upaya pelestarian budaya melalui penyebaran informasi, cerita dan tradisi budaya yang beraneka ragam. Konten ini juga membantu melestarikan warisan budaya yang ada tetapi juga membangun kesadaran akan kekayaan budaya yang perlu dilestarikan bagi generasi mendatang.

4.2.1. Frekuensi Postingan Instagram @karismaeventnusantara Pada postingan feeds akun Instagram @karismaeventnusantara peneliti menghitung berdasarkan frekuensi jumlah konten yang sudah tersusun berdasarkan dengan periode Januari – Desember 2023. Hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui jumlah konten per bulannya dalam periode tersebut. Analisis konten Instagram @karismaeventnusantara menunjukkan bahwa total keseluruhan postingan konten baik feeds maupun reels pada periode Januari – Desember 2023 sebanyak 73 konten (100%). Jika ditinjau, dari persentase bulan dari yang tertinggi sampai ke yang rendah dari unggahan akun Instagram, di urutan pertama ialah pada bulan Juni 2023 dengan persentase sebesar 18%. Diikuti oleh bulan Juli sebanyak 16% dan Agustus dengan persentase sebesar 15%, sedangkan bulan Maret menempati urutan terendah dengan 0%. Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dikonfirmasi bahwa tingginya jumlah postingan berada pada bulan Juni 2023 di mana bulan

tersebut adalah rutin mengunggah konten termasuk konten promosi event .
Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, periode Juni 2023 memiliki jumlah dan frekuensi postingan yang paling banyak dibandingkan dengan periode lain karena lebih sering menampilkan konten dengan fitur video reels dengan tingkat impresi yang lebih tinggi. Hal ini dibuktikan dengan adanya salah satu konten periode 23 Juni 2023 memiliki tingkat impresi yang mencapai 31 ribu views, 819 likes, 9 comments dan 12 shared. Selain itu, terdapat konten periode 14 Juni 2023 yang memiliki jumlah comment terbanyak yaitu 46 comments dengan jumlah likes sebanyak 223 yang menjadikannya sebagai konten dengan interaksi komen paling banyak di antara semua konten yang diunggah pada bulan tersebut. Angka-angka ini menunjukkan bahwa periode Juni memiliki interaksi yang cukup berhasil menarik perhatian dan keterlibatan audiens sehingga intensi pesan pariwisata budayanya sampai kepada audiens yang bisa menumbuhkan minat terhadap pariwisata budaya yang ditawarkan. 27 Hal ini sesuai dengan konsep menurut bahwa hasil analisis penelitian yang dilakukan dengan menggunakan 100 sampel dari masing- masing jenis konten menunjukkan bahwa video reels memberikan kontribusi terbesar terhadap keterlibatan audiens. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa video reels dapat menyampaikan cerita dengan lebih baik dan menyajikan informasi yang lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, video dapat menyampaikan konten yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan menarik, sehingga audiens dapat lebih cepat memahami dan mengingat pesan yang disampaikan. 4.2.2. Bentuk Pesan Berdasarkan kategori yang telah dibuat sebelumnya, analisis isi kualitatif dalam penelitian ini akan digunakan untuk menentukan bentuk pesan yang terkandung dalam setiap konten. Bentuk pesan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pesan yang disampaikan oleh seseorang kepada audiens. Dalam penelitian ini bentuk pesan yang ada dalam konten dilihat berdasarkan informatif, persuasif, dan koersif. Bentuk pesan yang pertama dari akun Instagram @karismaeventnusanantara adalah pesan informatif yang berfokus pada tradisi


dan adat istiadat. Bentuk pesan yang kedua yaitu pesan persuasif. Pesan ini ditujukan untuk mengajak orang untuk terlibat dalam rangkaian acara dari 110 Karisma Event Nusantara serta membeli produk-produk lokal yang diproduksi oleh UMKM. Bentuk pesan yang ketiga adalah koersif. Pesan koersif cenderung bersifat memaksa, termasuk intimidasi, ancaman, atau tekanan kepada orang lain untuk melakukan sesuatu. Setelah melakukan kategori berdasarkan bentuk pesan yang terdapat dalam setiap konten @karismaeventnusantara, hasilnya adalah: Dilihat berdasarkan tabel 4.2. peneliti menemukan temuan bahwa: 1. Konten dengan bentuk pesan informatif merupakan yang paling banyak ditampilkan sedangkan pesan persuasif yang paling sedikit ditampilkan. 2. Konten dengan bentuk pesan koersif merupakan konten yang tidak ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara. Hasil analisis menunjukkan bahwa akun Instagram @karismaeventnusantara cenderung memiliki bentuk pesan informatif dan persuasif untuk berkomunikasi dengan audiensnya. Sedangkan konten dengan bentuk pesan koersif tidak ditemukan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara. Meskipun tidak ada pesan koersif, bentuk pesan yang digunakan lebih berfokus pada pemberian informasi tentang pariwisata budaya dan mendorong audiens untuk berpartisipasi aktif dalam acara serta ajakan untuk terus menggunakan produk lokal. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, bentuk pesan informatif lebih banyak ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara. Hal ini berpengaruh terhadap pesan pariwisata budaya sangat signifikan dalam membentuk persepsi dan minat audiens (Rahman & Mutum, 2022). Bentuk pesan informatif memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya efektif dalam konteks pariwisata budaya, terutama ketika tujuannya untuk menarik minat pengunjung dan mendorong keterlibatan yang lebih besar. Salah satu keunggulan yang didapatkan yaitu membangun minat melalui edukasi. Bentuk pesan informatif memiliki kekuatan edukatif yang dapat menumbuhkan minat audiens terhadap pariwisata budaya. Dengan memberikan audiens wawasan baru dan pengetahuan tentang warisan budaya yang mungkin belum mereka ketahui

sebelumnya, audiens menjadi lebih tertarik dan termotivasi untuk mengeksplorasi lebih lanjut. 4.2.2.1. Informatif Gambar 4.2. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk pesan informatif pada 10 Mei 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan informatif karena informasi tersebut di jelaskan dalam caption mencakup detail kegiatan seperti seni pertunjukan yang akan di lakukan oleh ratusan penari keraton. Selain itu, terdapat informasi mengenai berbagai lokasi pelaksanaan acara Solo Menari 2023 yang dibuka langsung oleh Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata. Peneliti melihat bahwa dengan memberikan informasi yang detail terkait berbagai kegiatan dan lokasi acara, konten tersebut akan membantu audiens dalam meningkatkan partisipasi mereka untuk ikut serta dalam acara tersebut. Gambar 4.3. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk pesan informatif pada 21 Mei 2023 . Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan informatif karena memberikan informasi mengenai latar belakang dilaksanakannya acara Seba Baduy yaitu sebagai bentuk rasa syukur atas hasil panen yang terus melimpah sepanjang tahun. Acara ini juga dihadiri lebih dari 1.000 warga Baduy serta menarik perhatian lebih dari 25.000 pengunjung. Selain itu keberhasilan Seba Baduy juga dilihat dari berbagai kegiatan yang diberikan, yaitu pementasan Wayang Golek, pagelaran musik, berkemah, pameran produk ekonomi kreatif dan berbagai perlombaan yang melibatkan masyarakat umum. Sesuai dengan konsep menurut Widjaja dan Wahab dalam konten informatif adalah konten bertujuan untuk memberikan informasi yang objektif dan akurat dan memberikan pengetahuan, fakta, atau berita yang dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran audiens. Dengan memberikan informasi yang akurat dan tidak bias tentang budaya dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran audiens, mendorong untuk menghormati budaya lokal dan memotivasi audiens untuk mengunjungi tempat wisata budaya. Peneliti melihat bahwa

REPORT #22114667

konten di atas memberikan informasi yang mendalam dapat membantu audiens memahami dengan baik apa yang 29 (Karim, 2019) diharapkan ketika mereka mengunjungi lokasi tersebut, sehingga dapat meningkatkan minat audiens untuk berkunjung. Gambar 4.4. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusanantara mengenai bentuk pesan informatif pada 29 Juni 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan informatif karena memberikan informasi mengenai Festival Budaya Sekala Bekhak yang diadakan setiap tahun di Lamban Budaya Pancasila di Lampung Barat, menunjukkan keunikan budaya Lampung salah satunya yaitu topeng tradisional Sekura telah ada sejak abad ke-13 Sebelum Masehi dan merupakan simbol penting dari budaya masyarakat setempat. Festival ini mengangkat tema “Sekura the Mask of Nation yang menampilkan Sekura sebagai atribut budaya dan identitas bangsa yang harus dilestarikan. Dengan menggunakan atribut Sekura, pertunjukan budaya menunjukkan kekayaan tradisi dan keberagaman budaya Lampung Barat. Berbagai tarian dan pertunjukan musik ditawarkan kepada penonton festival yang menggabungkan nilai-nilai budaya lokal yang kuat. Sesuai dengan konsep menurut Widjaja dan Wahab dalam konten informatif adalah pesan yang disampaikan dalam konten tersebut diklasifikasikan sebagai informasi penting jika pesan tersebut mengandung data atau fakta yang ditemukan di lapangan. Hal ini ditunjukkan dalam informasi yang memberikan fakta bahwa topeng Sekura merupakan warisan budaya tak benda yang sudah diakui UNESCO sejak tahun 2015 silam yang sudah menjadi hak paten daerah Lampung yang kemudian dari postingan ini menarik perhatian media massa untuk memberitakan hal serupa mengenai tradisi unik dari festival tersebut 4.2.2.2. Persuasif Gambar 4.5. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusanantara mengenai bentuk pesan persuasif pada 16 Juli 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan persuasif karena terlihat di akhir video reels menunjukkan keterangan ajakan untuk datang ke Aceh Culinary Festival yang diselenggarakan pada tanggal 14 sampai dengan 17

Juli 2023 berlokasi di Taman Sulthanah Safiatuddin, Banda Aceh. Hal tersebut dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan positif tentang upaya melestarikan budaya dengan datang menjelajahi ragam kuliner serta meningkatkan kesadaran budaya dengan mempelajari sejarah yang terkandung dalam berbagai hidangan kuliner yang disajikan. Peneliti melihat bahwa konten tersebut mengajak secara langsung untuk mengikuti kegiatan Aceh Culinary Festival yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah dan mengenal lebih dalam budaya Aceh melalui kegiatan positif yang ditawarkan. Bentuk pesan persuasif yang ditampilkan dalam unggahan postingan di atas juga dapat menumbuhkan rasa ingin tahu dan minat audiens untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya lokal dan mendorong mereka untuk mengunjungi tempat wisata 30 (Karim, 2019) (Nadhiroh, 2022). budaya. Hal ini selaras dengan konsep menurut Widjaja dan Wahab dalam bahwa pesan persuasif dapat mendorong audiens untuk bertindak. Pesan persuasif, seperti ajakan untuk pergi ke Aceh Culinary Festival dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk belajar lebih banyak tentang budaya lokal sehingga meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Gambar 4.6. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk pesan persuasif pada 17 Agustus 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan persuasif karena terlihat di akhir carousel menunjukkan keterangan ajakan untuk datang ke Festival Budaya Lembah Baliem. Salah satu rangkaian festival ini dimeriahkan dengan tarian kolosal oleh 106 orang yang membawa Noken sepanjang 30 meter pemecah rekor MURI. Bilamana dikaitkan dengan konteks komunikasi pemasaran digital pariwisata, menurut penggunaan media sosial seperti Instagram membantu mempromosikan acara wisata dan menyebarkan informasi. Media sosial menjadi saluran komunikasi utama di era digital sebagai strategi dengan fokus pada pembuatan konten yang menarik perhatian agar dapat menjangkau audiens lebih luas serta memungkinkan adanya keterlibatan interaktif dengan calon wisatawan. Peneliti melihat

bahwa konten yang menginformasikan seperti tarian kolosal oleh 106 orang yang membawa Noken sepanjang 30 meter dan berhasil memecahkan rekor MURI, dapat menambah daya tarik yang dapat memotivasi audiens untuk terlibat. Konten tersebut juga mengangkat pariwisata budaya sebagai masalah pelestarian. Festival ini menampilkan Noken street fashion show yang merupakan bagian dari warisan budaya tak untuk mempertahankan identitas budaya khas Papua dan menunjukkan kekayaan budaya melalui festival budaya Lembah Baliem. Gambar 4.7. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk pesan persuasif pada 21 September 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis bentuk pesan persuasif karena terlihat di konten tersebut menunjukkan kalimat ajakan di event Bandung Art Month yang melibatkan berbagai komunitas seni di Bandung Raya seperti seniman, galeri, organisasi seni, institusi pendidikan, dan pusat seni rupa. Kalimat tersebut merujuk pada promosi Bandung Art Month ke-6 yang digunakan untuk mengundang masyarakat umum dan berbagai komunitas seni di Bandung Raya untuk berpartisipasi dalam acara tersebut.  Event ini mencakup berbagai kegiatan seperti pameran, lokakarya, dan bentuk seni lainnya yang diselenggarakan di ruang publik maupun tempat khusus seperti kafe, rumah, dan studio. Bandung Art Month ke-6 akan berlangsung selama satu bulan mulai dari 20 Agustus hingga 20 September 2023, dengan tema “MENANG”. Tema ini memiliki makna yaitu untuk menunjukkan keberhasilan bangsa dalam melewati masa sulit dan berbagai pembatasan yang diberlakukan oleh pandemi COVID-19 dan menunjukkan optimisme tentang kemajuan seni dan budaya. 31 (Karim, 2019) (Mahardika & Aji, 2018) Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa Instagram sebagai platform media baru yang interaktif dengan fitur seperti foto, video, dan caption sangat cocok untuk menyebarkan informasi tentang pariwisata budaya. Acara seperti Bandung Art Month membantu melestarikan budaya dengan mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan seni, memperkuat identitas budaya lokal dan menarik wisatawan

yang tertarik pada pengalaman budaya asli. Oleh karena itu, penggunaan teknologi baru dalam promosi pariwisata adalah bagian penting dari rencana pariwisata yang berkelanjutan untuk mendukung budaya lokal dan mengembangkannya. 4.2.3. Tema Pesan Dalam penelitian ini, analisis isi kualitatif bertujuan untuk menentukan tema-tema yang muncul dalam konten Instagram @karismaeventnusantara. Setiap konten yang dipilih untuk dianalisis merupakan representasi dari tema yang terkait. Oleh karena itu, analisis ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari dan memahami berbagai tema yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara. Tema pesan menurut merujuk pada ide atau gagasan utama yang menjadi dasar komunikasi dan ingin disampaikan oleh komunikator kepada audiens yang berupa topik, isu, atau masalah yang ingin didiskusikan, dipelajari, atau diselesaikan melalui komunikasi. Peneliti melakukan analisis dan membagi tema pesan menjadi beberapa kategori berdasarkan konten yang diunggah di akun Instagram @karismaeventnusantara, yaitu event musik, event kuliner, event tradisi dan event karnaval. Tema pesan yang pertama yaitu event musik yang terlihat bahwa Menparekraf menyelenggarakan event musik dari berbagai daerah yang memiliki potensi sebagai sarana promosi pariwisata budaya. Sedangkan tema kedua yaitu event kuliner yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman dari berbagai budaya dan daerah. Selanjutnya tema pesan keempat adalah event tradisi. Dalam tema pesan ini, akun Instagram @karismaeventnusantara menunjukkan event tradisi memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk menyaksikan pertunjukan seni tradisional ataupun aktivitas kebudayaan masyarakat setempat. Sedangkan tema pesan yang terakhir adalah event karnaval. Setelah melakukan pengelompokan, berikut adalah jumlah konten berdasarkan tema pesan yang muncul dalam setiap unit analisis: Dilihat berdasarkan tabel 4.3. peneliti menemukan temuan bahwa: 1. Jika dilihat berdasarkan kategori, tema pesan yang ingin disampaikan oleh Karisma Event Nusantara adalah event tradisi yang memiliki jumlah postingan dan persentase paling besar. 2. Konten dengan tema pesan event musik

merupakan konten yang paling sedikit ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara. Artinya, hasil analisis menunjukkan bahwa akun Instagram @karismaeventnusantara cenderung menampilkan tema pesan dengan kategori event 32 (Severin & Tankard, 2018) tradisi. Hal ini dapat dilihat dari pola konten yang sering kali menampilkan acara atau perayaan yang berhubungan dengan budaya dan tradisi lokal. Konten yang diposting berupa upacara adat atau acara lainnya yang melestarikan kekayaan budaya dan tradisi nusantara. Dengan demikian, hal tersebut dapat dijadikan bukti untuk memperkuat upaya promosi dan memperkenalkan keindahan serta keberagaman budaya Indonesia kepada masyarakat luas melalui platform media sosial Instagram.

4.2.3.1. Event Musik Gambar 4.8.

merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event musik pada 11 April 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event musik karena menunjukkan upaya untuk menghadirkan pengalaman budaya yang unik melalui Jogja Violin Festival ke-4. Dengan melibatkan ratusan violinis muda yang berkolaborasi dengan musik dangdut, acara tersebut menggabungkan musik lokal dengan musik mancanegara. Hal tersebut dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan positif karena para pengunjung memiliki banyak pengalaman yang menarik dan beragam dari berbagai kegiatan seperti workshop, pagelaran musik, pameran UMKM, bazar, dan lomba violin. Peneliti melihat bahwa konten ini sebagai wadah untuk mempromosikan keberagaman budaya dan meningkatkan pengalaman wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, konten event musik tidak hanya sebagai ajang promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal, meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, dan mendukung perekonomian daerah melalui sektor pariwisata. Hal ini sependapat dengan konsep dari pesan pariwisata budaya dalam konten event musik berkontribusi pada penguatan identitas budaya. Hal ini membantu melestarikan dan mempromosikan warisan budaya kepada audiens yang lebih

REPORT #22114667

luas. Gambar 4.9. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event musik pada 28 Mei 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event musik karena terdapat informasi mengenai festival musik yang menggabungkan kombinasi musik rock dan blues di Pantai Mertasari, Bali. Bali Rockin Blues Festival yang berlangsung pada 5-6 Mei 2023 tersebut tidak hanya dihadiri oleh belasan musisi lokal dan internasional, tetapi juga menjadi ajang para musisi Bali saling silaturahmi. Dengan adanya pameran otomotif mobil dan motor klasik, wisatawan bisa sambil menikmati alunan musik. Peneliti melihat bahwa festival ini sebagai wadah untuk mempromosikan keberagaman musik sekaligus meningkatkan daya tarik wisata Bali bagi para wisatawan. 33 (Severin & Tankard, 2018) Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, konten event musik di atas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pesan pariwisata budaya, salah satunya yaitu pengembangan ekonomi lokal melalui berbagai kuliner yang tersedia. Pesan pariwisata budaya ini sering kali mencakup elemen khas daerah yang diintegrasikan dalam acara musik tersebut. Misalnya, festival musik yang diadakan di Bali tidak hanya menampilkan musisi dan band dari berbagai genre, tetapi juga menonjolkan keindahan alam Pantai Mertasari Bali. Sesuai dengan konsep , tema ini mengangkat sebuah pesan tentang kegiatan penampilan musik atau penyanyi baik yang berasal dari daerah, nasional, dan internasional. Kehadiran musisi internasional di festival ini memberikan ruang dan kesempatan bagi musisi untuk menampilkan karya mereka kepada audiens yang lebih luas, memperkaya pengalaman audiens, dan mempromosikan pertukaran genre musik antar budaya.

4.2.3.2. Event Kuliner Gambar 4.10. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event kuliner pada 19 Agustus 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event kuliner karena terlihat bahwa festival kuliner ini tidak hanya menawarkan pengalaman kuliner, tetapi juga berbagai hiburan dan

atraksi menarik seperti lomba makan, cooking competition , dan fashion show . Hal tersebut dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan positif karena terdapat pemecahan Rekor MURI yaitu menyusun strudel apel terpanjang di Indonesia yang mencapai 780 meter dan dibagikan secara gratis untuk masyarakat. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event kuliner di atas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pesan pariwisata budaya. Menurut event kuliner memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menikmati pengalaman kuliner yang lezat dan beragam dengan menampilkan nilai budaya dan sejarah yang kaya sekaligus mempelajari cita rasa dan kekayaan kuliner dari berbagai daerah baik lokal maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan konten di atas yang tidak hanya sekedar ajang makan bersama, tetapi menjadi sebuah perjalanan budaya yang memungkinkan wisatawan untuk memahami nilai-nilai budaya. Melalui konten tersebut terdapat berbagai aneka kuliner yang mencerminkan sejarah mulai dari era kolonialisme, era penjajahan Jepang, era kemerdekaan, kuliner legenda hingga kuliner modern yang dapat memberikan pemahaman dan apresiasi audiens terhadap warisan budaya suatu daerah. Dengan demikian, konten tersebut dapat dikatakan berhasil menarik minat audiens untuk merasakan keberagaman budaya melalui pengalaman kuliner yang autentik dan bermakna. Gambar 4.11. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event kuliner pada 8 Agustus 2023. 34 (Goldblatt, 2018) (Dimanche & Bowen, 2016)

Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event kuliner karena menunjukkan kekayaan bahari melalui Labuan Bajo Maritime Festival. Event tersebut menampilkan sejarah maritim melalui berbagai pertunjukan dan kekayaan kuliner bahari di Labuan Bajo seperti tuna battle dan bartender competition . Labuan Bajo Maritime Festival tidak hanya menjadi ajang festival kuliner, tetapi juga memberi kesempatan bagi wisatawan untuk belajar mengenai tradisi dan budaya yang mendasari makanan. Wisatawan yang datang ke Labuan Bajo dapat merasakan

kekayaan budaya dan sejarah maritimnya melalui pertunjukan seni dan tarian dengan sejarah maritim Labuan Bajo. Hal tersebut dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan positif karena memberikan pengalaman yang menyeluruh dan mendalam tentang kekayaan budaya Labuan Bajo. Dengan demikian, konten yang dipromosikan dalam acara tersebut menekankan pentingnya menjaga dan melestarikan warisan budaya dan mendorong wisatawan untuk berpartisipasi lebih aktif dalam pelestarian budaya. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event kuliner di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Festival ini memungkinkan wisatawan mendapatkan pengalaman yang lengkap dan mendalam tentang kekayaan budaya Labuan Bajo. Menonton pertunjukan seni dan tarian tradisional yang memiliki nilai sejarah maritim memungkinkan wisatawan untuk menghargai dan memahami lebih dalam tentang budaya setempat. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa peristiwa kuliner terkait erat dengan pesan pariwisata budaya karena makanan lokal yang unik memberikan wawasan tentang sejarah dan budaya suatu tempat.

4.2.3.3. Event Tradisi Gambar 4.12. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusanantara mengenai tema pesan event tradisi pada 24 Mei 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event tradisi karena terdapat informasi mengenai tradisi unik yang dipercaya bisa bertemu dengan seorang jodoh yang bernama Festival Kande Kande Tolandana. Selain itu, konten yang menginformasikan tentang event ini mencakup informasi mengenai sejarah yang terkait dengan festival tersebut. Sejarahnya, tradisi ini dipercaya untuk merayakan kemenangan para kesatria yang bertugas di wilayah Kesultanan Buton. Kesultanan memberikan pelayanan khusus kepada para kesatria termasuk makan dengan cara yang disebut Kande Tompa ala kesatria Buton, yang berarti mereka disuapi oleh para putri Keraton. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event tradisi di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Tidak hanya sekedar pesta makan

bersama, penampilan budaya seperti tarian tradisional dan pertunjukkan gambus menunjukkan warisan seni dan tradisi Tolandona. Dengan menampilkan sejarah yang terkait dengan tradisi, festival ini mengajarkan 35 (Dimanche & Bowen, 2016) wisatawan mengenai warisan budaya Tolandona dan meningkatkan pemahaman tentang prinsip-prinsip yang dianut oleh masyarakat setempat. Sebagaimana dijelaskan oleh (Koentjaraningrat; tradisi tidak hanya memberikan kesempatan untuk menyaksikan pertunjukan seni tradisional dan aktivitas kebudayaan masyarakat setempat, tetapi juga mempromosikan nilai-nilai, kepercayaan dan norma budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Selain itu, festival ini juga diramaikan dengan perlombaan dan pameran UMKM yang menunjukkan dukungan terhadap produk lokal dan ekonomi kreatif. Dengan demikian, konten yang dipromosikan dalam acara tersebut menekankan pentingnya mempertahankan budaya dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui pariwisata yang berkelanjutan. Festival ini juga membantu memperkuat identitas budaya dan ekonomi kreatif masyarakat Tolandona dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mendalam bagi para wisatawan. Gambar 4.13. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusanantara mengenai tema pesan event tradisi pada 5 Juni 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event tradisi karena terdapat informasi mengenai tradisi yang dilakukan oleh warga Palabuhanratu ke tengah laut demi mengikuti prosesi upacara Labuh Saji. Perayaan tersebut dilakukan sebagai ungkapan syukur masyarakat pesisir khususnya para nelayan atas hasil laut yang melimpah. Upacara yang dilakukan di Pantai Selatan juga merupakan salah satu cara untuk menunjukkan kedekatan hubungan masyarakat pesisir dengan laut dan terhadap sumber daya alam yang memberi mereka kehidupan. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event tradisi di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Lebih dari sekadar upacara, festival ini dihiasi dengan berbagai pertunjukan budaya misalnya seperti pemilihan Raja dan Putri Nelayan

Pelabuhan Ratu yang tidak hanya berfokus pada ajang kompetisi tetapi juga untuk menghargai individu-individu yang berkontribusi pada budaya maritim lokal. Selain itu, terdapat kegiatan iring-iringan perahu yang menaburkan benih ikan, bibit udang, dan anak penyu yang menunjukkan betapa pentingnya masyarakat untuk menjaga lingkungan laut. Kegiatan ini memberikan pesan yang kuat tentang pentingnya menjaga keseimbangan ekosistem laut. Peneliti melihat bahwa dengan adanya festival ini, seluruh masyarakat lokal dapat menyaksikan langsung kekayaan budaya pesisir yang dimiliki oleh Pelabuhan Ratu. Pesan pariwisata budaya yang terkandung dalam konten ini bukan hanya sebagai perayaan, tetapi juga sebagai ajang promosi budaya. Melalui festival ini, wisatawan diberi kesempatan untuk lebih mengenal dan menghargai tradisi dan kehidupan masyarakat pesisir. Gambar 4.14. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event tradisi pada tanggal 21 Juli 2023. (Putra, 2022) Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event tradisi karena terlihat bahwa terdapat upaya mempromosikan warisan budaya yang unik dan menarik dari Kalimantan Timur yang bernama tarian Kanjar Ganjur. Tarian tersebut merupakan hasil dari pencampuran budaya yang mempunyai makna untuk mengusir roh jahat selama upacara bepelas sultan berlangsung. Tarian ini, yang awalnya merupakan tarian pengusir roh jahat dari Jawa, kini dilestarikan dan berkembang di Kalimantan Timur. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event tradisi di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Melalui konten ini, audiens mempelajari tentang bagaimana perpaduan budaya dapat membuat warisan baru yang memiliki nilai ritual dan historis. Tarian Kanjar Ganjur menggabungkan elemen-elemen tradisional dari Jawa dan elemen-elemen dari Kalimantan Timur, menjadikannya sebuah simbol keseimbangan budaya di Indonesia. Selain itu, konten ini juga memberikan pemahaman tentang bagaimana tradisi dapat berkembang dan berubah dalam berbagai konteks budaya.

Peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut secara tidak langsung mengedukasi audiens mengenai nilai-nilai budaya, kepercayaan, dan tradisi yang terkandung dalam tarian tersebut. Selain itu, konten di atas juga berpotensi untuk meningkatkan minat dan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya Indonesia di mana korelasi penerapan konsep pariwisata budaya dapat secara signifikan mempromosikan kegiatan yang banyak menarik wisatawan dilihat dari ketertarikan audiens menonton konten tradisi.

4.2.3.4. Event Karnaval Gambar 4.15. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event karnaval pada tanggal 15 Juli 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event karnaval karena terlihat bahwa terdapat upaya mempromosikan pariwisata dan kegiatan budaya yang menarik dari daerah Banyuwangi yang ditampilkan sepanjang 3 kilometer jalan. Banyuwangi Ethno Carnival memberikan kesempatan bagi UMKM lokal untuk menampilkan dan menjual barang-barang yang menjual produk kreatif mereka. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event karnaval di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Melalui acara ini, wisatawan dapat menyaksikan berbagai atraksi, tarian, dan talenta yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik tentang kekayaan budaya dan alam Banyuwangi. Dengan kostum yang dirancang untuk mencerminkan keindahan dan keunikan Geopark Ijen, membuat pengunjung lebih menghargai dan memahami nilai-nilai alam dan budaya yang ada di daerah tersebut. Peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut juga memberikan informasi kepada audiens mengenai representasi kebudayaan melalui kostum-kostum yang 37 terinspirasi dari 7 ikon Geopark Ijen dengan tema “The Magical of Ijen Geopark” dan memperkenalkan potensi pariwisata dan kegiatan budaya yang menarik dari Banyuwangi. Gambar 4.16. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event karnaval pada tanggal 20 September 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema

pesan event karnaval karena terlihat kemegahan Jember Fashion Carnival, salah satu karnaval terbesar di Indonesia dan terbesar ketiga di dunia yang menampilkan berbagai jenis kostum dengan tema perjalanan planet bumi. Dengan menawarkan berbagai rangkaian pertunjukan seperti Wonderful Archipelago Carnival Indonesia (WACI), Pets Carnival, Kids and Artwear Carnival dan Grand Carnival yang memiliki subtema purbakala dan futuristik. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event karnaval di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Melalui acara ini, wisatawan dapat mempelajari aspek kehidupan di bumi mulai dari sejarah purbakala yang semuanya dirangkai dalam kostum-kostum yang memukau. Selain menikmati karnaval, wisatawan memiliki kesempatan untuk berbelanja di pameran UMKM. Wisatawan memiliki kesempatan untuk membeli berbagai produk kreatif lokal mulai dari kuliner, fashion hingga oleh-oleh dengan 2.548 pilihan produk. Pameran UMKM ini juga mendapatkan rekor MURI sebagai pameran terpanjang di dunia. Dengan memadukan hiburan dan mendukung ekonomi lokal, Jember Fashion Carnival menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan pariwisata budaya. Kontennya mendorong wisatawan untuk menikmati karnaval sambil membantu pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut menjadi acara untuk mempromosikan dan melestarikan warisan budaya Indonesia di mata dunia. Gambar 4.17. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai tema pesan event karnaval pada tanggal 20 September 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis tema pesan event karnaval karena terlihat bahwa acara yang ditampilkan dalam sebuah parade fashion berlangsung pada 8 hingga 10 September 2023 ini menampilkan berbagai songket Silungkang yang dipadukan dengan kostum unik, nyentrik dan menciptakan tampilan yang luar biasa dan spektakuler. Selain parade fashion, event tersebut juga menyajikan berbagai pertunjukan budaya dan kesenian seperti kompetisi melukis Payuang Kote, pameran songket, serta booth

kuliner dan cendera mata khas Sawahlunto. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa konten dengan tema pesan event karnaval di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Pesan pariwisata budaya yang terkandung dalam konten ini adalah bahwa 38 warisan budaya seperti songket dapat terus hidup dan dikenal lebih luas melalui pelestarian dan inovasi yang menguntungkan ekonomi lokal. Peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut memiliki pesan penting untuk memperkenalkan dan mempromosikan kekayaan warisan budaya Indonesia. International Songket Silungkang Carnival di Sawahlunto adalah perayaan yang menampilkan songket tertua di Indonesia dalam pertunjukan fashion yang memukau. Event ini menunjukkan bagaimana tradisi kain tenun yang kaya sejarah dapat dikemas dengan cara yang modern dan menarik sehingga dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas. Selain itu, konten tersebut memberikan informasi tentang berbagai kegiatan seni dan budaya lainnya yang termasuk dalam karnaval. Lomba melukis Payuang Kote mendorong pengunjung untuk berpartisipasi lebih aktif dalam aktivitas kreatif. Selain menambah daya tarik acara seperti pameran songket, booth kuliner, dan cendera mata khas Sawahlunto mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, Sawahlunto International Songket Silungkang Carnival dapat menjadi sarana untuk mempromosikan dan melestarikan kekayaan warisan budaya Indonesia di seluruh dunia.

4.2.4. Bentuk Konten Peneliti

menggunakan metode analisis isi kualitatif yang diposting di akun Instagram @karismaeventnusantara untuk menemukan berbagai bentuk konten yang diunggah berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan sebelumnya. Penggunaan alat ukur penelitian ini berdasarkan relevansi konten yang disajikan di Instagram. Peneliti melakukan pengelompokan konten yang diposting di akun Instagram @karismaeventnusantara ke dalam tiga kategori penyajian yaitu single image, carousel, dan video reels.

Berikut adalah hasil angka yang diperoleh berdasarkan bentuk konten: Dilihat berdasarkan tabel 4.4 peneliti menemukan temuan bahwa: 1. Jika dilihat berdasarkan kategori, bentuk konten yang paling banyak digunakan

oleh akun Instagram @karismaeventnusantara yaitu video reels yang memiliki jumlah postingan paling banyak. 2. Bentuk konten yang paling sedikit ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara yaitu single image . Artinya konten yang diunggah oleh Karisma Event Nusantara banyak menggunakan bentuk konten video Reels dengan persentase 89% agar audiens lebih tertarik dibandingkan dengan bentuk konten single image maupun carousel . Hal ini didukung dengan data artikel dari Kelas.work yang menyatakan bahwa Instagram Reels memiliki peluang yang lebih besar untuk menarik perhatian audiens dibandingkan dengan unggahan foto. Hal ini dikarenakan audiens lebih tertarik untuk 39 melihat sebuah gambar bergerak dengan tambahan musik yang sedang trending atau konsep video yang unik

4.2.4.1. Single Image Gambar 4.18. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk konten single image pada 26 Januari 2023. Postingan tersebut merupakan momen peluncuran yang memaparkan berbagai jenis festival yang akan diselenggarakan oleh Karisma Event Nusantara sepanjang tahun 2023. Konten ini termasuk ke dalam jenis konten single image karena tidak adanya konten lain yang diunggah dalam satu kali postingan yang dilakukan oleh akun Instagram @karismaeventnusantara.

4.2.4.2. Carousel Gambar 4.19 . merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk konten carousel pada 18 Juni 2023. Postingan tersebut memaparkan fakta unik mengenai festival pesona Danau Limboto yang disuguhkan dengan pertunjukan seni dan budaya lokal yang digelar di tepi danau hasil letusan gunung berapi. Konten ini termasuk ke dalam bentuk konten carousel karena penyajiannya lebih dari satu gambar yang diunggah dalam satu postingan oleh akun Instagram @karismaeventnusantara. Dalam konten tersebut juga terlihat bahwa terdapat beberapa informasi yang lebih rinci untuk menampilkan aspek dari konten yang dibagikan. Dengan demikian, peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut dapat memberikan informasi kepada audiens mengenai informasi yang lebih komprehensif dan berbagai gambar yang menarik.

4.2.4.3. Video Reels Gambar 4.20. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai bentuk konten video reels pada 27 Mei 2023. Postingan tersebut merupakan Festival Rujak Uleg yang dihadiri oleh 431 warga Surabaya untuk turun langsung ke jalan dan nguleg bersama. Konten ini termasuk ke dalam bentuk konten video reels karena penyajiannya yang menggabungkan visual, suara, dan teks secara bersamaan. Peneliti melihat bahwa melalui konten tersebut dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta memanfaatkan audio saat audiens 40 (Adinda Nawangwulan, 2023). mendengarkannya. Hal ini memungkinkan audiens dengan mudah menerima informasi dan pesan promosi event yang disampaikan dalam video reels . Penelitian ini menemukan bahwa akun Instagram @karismaeventnusantara telah berhasil menjangkau audiens dengan memanfaatkan berbagai format konten Instagram. Terlihat penerapan optimalisasi mereka dalam mengumumkan berbagai festival yang akan diselenggarakan dengan pengemasan pesan pada format single image dan carousel yang memungkinkan penyampaian lebih jelas menyeluruh gambar serta teks yang lebih rinci. Format video reels yang digunakan dapat menarik perhatian audiens dengan kombinasi visual, suara, dan teks memungkinkan audiens menonton atau menangkap informasi yang tidak membosankan. Dengan menggunakan format tersebut, akun Instagram @karismaeventnusantara menunjukkan strategi komunikasi yang inovatif dan efektif untuk menarik minat audiens dalam mempromosikan acara- acara telah di agendakan.

4.2.5. Jenis Konten Analisis kualitatif peneliti dalam menentukan penggunaan jenis konten yang diterapkan untuk mengemas pesan Instagram @karismaeventnusantara. Peneliti melakukan pengelompokan ke dalam tiga kategori jenis konten yaitu hiburan, informasi dan inspirasi. Berikut adalah hasil angka yang diperoleh berdasarkan jenis konten: Dilihat berdasarkan tabel 4.5 peneliti menemukan temuan bahwa:

1. Jika dilihat berdasarkan kategori, jenis konten yang paling banyak digunakan oleh akun Instagram @karismaeventnusantara yaitu informasi yang memiliki jumlah postingan paling banyak.
2. Jenis konten yang paling

sedikit ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara yaitu inspirasi. 3. Sedangkan jenis konten yang tidak ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara yaitu hiburan. Artinya, akun Instagram @karismaeventnusantara dalam membuat konten untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat lebih banyak menggunakan jenis konten Informasi dengan persentase sebesar 74%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memberikan informasi maka akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan memahami berbagai acara dan kegiatan yang diselenggarakan dengan berbagai sehingga dapat meningkatkan partisipasi. Dengan menyajikan jenis konten informasi dengan pesan pariwisata budaya, tentunya memiliki tujuan untuk mempromosikan dan mengedukasi masyarakat tentang keberagaman budaya di seluruh Nusantara. 4.2.5.1. Informasi Gambar 4.21. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten informasi pada 2 Oktober 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis konten 41 informasi karena terlihat konten tersebut menginformasikan tentang Numbay Creative Festival diadakan di Kota Jayapura, Papua. Numbay Creative Festival menjadi acara tahunan yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat Papua karena tujuan dari festival ini adalah untuk menghargai dan mempromosikan budaya dan seni di Papua yang unik. Festival yang diadakan di Taman Imbi diharapkan dapat memberikan inspirasi dan meningkatkan pariwisata Jayapura. Berbagai komunitas kreatif seperti di bidang musik, perfilman, fotografi, fashion, dan kuliner berhasil terhubung melalui tema "Connecting Creativities". Beberapa keseruan yang ditawarkan oleh acara tersebut yaitu pertunjukan budaya, tarian tradisional dan modern, dan street art. Festival ini menampilkan potensi kreatif lokal dan memperkuat hubungan komunitas kreatif di Kota Jayapura. Hal ini merupakan upaya penting untuk mendukung pertumbuhan pariwisata global dan meningkatkan ekonomi masyarakat. Pesan pariwisata budaya yang terdapat pada event tersebut menunjukkan keanekaragaman budaya Papua, mendorong partisipasi komunitas kreatif, dan mendukung ekonomi lokal yang membantu pengembangan pariwisata

di Indonesia. Gambar 4.22. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten informasi pada 2 November 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis konten informasi karena terlihat bahwa provinsi Sulawesi Tenggara yang memiliki tarian penyambutan bernama Tari Balumpa dengan kostum yang unik. Biasanya tari ini sebagai simbol untuk penyambutan tamu kehormatan dan juga ditarikan sebagai ungkapan rasa syukur atas kebahagiaan. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa jenis konten di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Pesan pariwisata budaya yang terkandung dalam konten ini adalah tarian tradisional yang mencerminkan keramahan, kesantunan, dan kerendahan hati masyarakat lokal. Tarian ini bukan hanya sebuah pertunjukan tetapi juga menunjukkan bagaimana orang-orang di Sulawesi Tenggara menghormati tamu dan menekankan nilai-nilai budaya yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, konten tersebut memberikan informasi tentang gerakan dalam tarian tersebut memiliki hentakan yang dinamis, iringan musik gambus yang cepat dan kostum yang berwarna-warni yang cerah bernama kostum Kombo. Kostum Kombo yang memiliki lapisan paling banyak 9 yang bermakna hormat kepada bangsawan, tamu atau anggota kesultanan. Gambaran mengenai keindahan dan keunikan pakaian tradisional untuk tarian ini diberikan oleh deskripsi kostum tarian yang menarik dan berlapis-lapis seperti “kue lapis”. Kostum tersebut mencerminkan kekayaan warisan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi, serta dedikasi dan keterampilan para perajin lokal. Wisatawan yang berkunjung diberi kesempatan untuk belajar lebih banyak tentang tarian penyambutan unik dari Sulawesi Tenggara melalui video yang disarankan untuk ditonton. Peneliti melihat bahwa melalui konten ini sebagai alat promosi sekaligus media edukasi yang membantu audiens untuk mempelajari tentang konteks budaya di 42 baliknya. Hal ini membantu audiens memahami nilai-nilai dan tradisi yang dihormati oleh masyarakat setempat. Diharapkan promosi ini akan mendorong lebih banyak wisatawan untuk

mengunjungi Sulawesi Tenggara dan menikmati keindahan alam serta budayanya. Gambar 4.23. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten informasi pada 11 November 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis konten informasi karena terlihat bahwa konten tersebut memperkenalkan sejarah Tari Cakalele Banda dari Maluku yang menjadi bagian dari Spice Island Festival. Tari Cakalele Banda memiliki sejarah yang berasal dari perjuangan melawan penjajah Belanda, yang menambah kesan historis ke festival ini. Tarian ini menceritakan tentang keberanian dan semangat juang masyarakat Banda melawan penjajahan. Tarian ini menunjukkan semangat juang dan keberanian yang diwariskan dari generasi ke generasi, dengan penari membawa senjata tradisional seperti tombak dan perisai. Oleh karena itu, tarian ini tidak bisa dipentaskan secara sembarangan dan pemeran yang hanya boleh diperankan oleh masyarakat Kepulauan Banda. Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa jenis konten di atas memiliki pengaruh terhadap pesan pariwisata budaya. Pesan pariwisata budaya yang terkandung dalam konten ini adalah menyoroti pentingnya pelestarian budaya dan peran yang dimainkan oleh komunitas lokal dalam menjaga warisan budaya mereka. Konten ini memberikan pesan yang kuat tentang penghargaan dan perlindungan tradisi lokal di tengah perkembangan modern dan globalisasi. Peneliti melihat bahwa melalui konten ini audiens yang menyaksikan tarian ini memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang latar belakang budaya dan sejarah masyarakat Maluku yang dapat meningkatkan apresiasi audiens terhadap warisan budaya yang kaya. Dengan demikian, konten ini memiliki fungsi sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata budaya dan menarik wisatawan untuk memahami lebih dalam tentang tradisi dan sejarah Maluku. 4.2.5.2. Inspirasi Gambar 4.24. merupakan unggahan konten yang di posting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten inspirasi pada 24 Oktober 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis konten inspirasi karena

terlihat bahwa konten tersebut merupakan perayaan Hari Ekonomi Kreatif Nasional (HEKRAFNAS) untuk memberikan penghargaan kepada para pelaku ekonomi kreatif Indonesia. Dalam konten ini, terdapat kalimat ajakan untuk terus membeli produk lokal dengan membeli produk kreatif yang dibuat di Indonesia. Panduan yang diberikan dalam video yang disertakan mencakup cara untuk mendukung ekonomi kreatif, menyebarkan pesan tentang kekayaan budaya Indonesia, dan mempromosikan kekayaan budaya melalui inovasi lokal dan kreativitas. 43 Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa jenis konten di atas memiliki fungsi inspirasi untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap pariwisata budaya Indonesia. Konten ini mendorong audiens untuk lebih mengenal dan menghargai warisan budaya Indonesia dengan menekankan pentingnya mendukung produk kreatif lokal. Hal ini juga mendorong wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata budaya, di mana mereka dapat melihat proses pembuatan produk kreatif secara langsung dan merasakan pengalaman budaya yang sebenarnya. Selain itu, konten ini juga menunjukkan bahwa budaya Indonesia tidak hanya berharga sebagai warisan, tetapi juga relevan dan berdaya saing dalam ekonomi global dengan menekankan kreativitas dan inovasi yang berakar pada budaya lokal. Hal ini mendukung pemahaman yang lebih baik kepada audiens tentang Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan kreativitas. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh konsep konten inspirasi adalah jenis konten yang dimaksudkan untuk memberikan motivasi, semangat, dan inspirasi kepada audiens. Jenis konten ini dapat berupa tulisan (kata-kata bijak, kutipan, cerita inspiratif), gambar (foto indah, info grafis, desain grafis), dan video (motivasi, cerita sukses, tutorial). Hal ini sesuai karena konten tersebut memberikan motivasi dan dorongan yang kuat kepada audiens dengan menekankan pentingnya bangga terhadap produk lokal dan berkontribusi pada kebangkitan ekonomi kreatif. Konten di atas juga menjelaskan informasi mengenai 21.900.000 pahlawan ekonomi kreatif dari 17 sub sektor yang telah menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan daya

saing yang kreatif, serta menjadi ajang untuk kebangkitan ekonomi Indonesia dengan mengunjungi event yang ada #DiIndonesiaAja, #BeliKreatifLokal di pameran UMKM. Hal ini merupakan bagian dari konsep jenis konten inspirasi karena banyak menceritakan keberhasilan yang diraih dari Karisma Event Nusantara selama tahun 2023. Gambar 4.25. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten inspirasi pada 24 Oktober 2023. Dalam unggahan konten tersebut, peneliti mengelompokkan ke dalam jenis konten inspirasi karena terlihat bahwa konten tersebut merupakan Festival Tanjung Waka di Maluku Utara yang memadukan acara budaya dan pelestarian lingkungan untuk menunjukkan kepedulian terhadap alam dan melestarikan budaya lokal. Di Desa Fatkauyon di Pantai Tanjung Waka, Kecamatan Sulabesi Timur, Kabupaten Kepulauan Sula, festival ini berlangsung selama tiga hari dan menampilkan berbagai aktivitas yang menguntungkan lingkungan serta berbagai atraksi budaya. Tujuan festival ini adalah untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya mempertahankan keseimbangan alam melalui aktivitas seperti membersihkan pantai dan pelepasan anak penyu ke laut. Selain menawarkan kegiatan lingkungan, festival ini juga menghadirkan berbagai atraksi budaya yang menarik. Kejadiannya berupa penampilan tarian kolosal tradisional oleh warga Sula, parade ratusan kapal dari 80 desa di kepulauan Sula, 20 Kapal Nelayan, 100 Kapal Arumbai dan kegiatan lainnya seperti Gowes Festival Tanjung Waka 2023. 44 (Rahmawati & Arifin, 2020) Jika dilihat berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat bahwa jenis konten di atas memiliki fungsi inspirasi yaitu menjadi pengembangan promosi pariwisata budaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan asing, terutama wisata bahari dengan menekankan penggunaan bahan ramah lingkungan dan konsep eco-event yang dapat menyebarkan nilai-nilai budaya yang berkaitan dengan keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Selain itu, secara keseluruhan informasi yang disajikan berhasil mendorong audiens untuk lebih menghargai dan mendukung pariwisata budaya Indonesia dengan menggabungkan pesan pelestarian budaya

dan lingkungan. Bilamana dikaitkan dengan konsep konten ini berhasil menarik minat masyarakat untuk berkunjung dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan dan melestarikan warisan budaya. Gambar 4.26. merupakan unggahan konten yang diposting oleh akun Instagram @karismaeventnusantara mengenai jenis konten inspirasi pada 21 Desember 2023. Dalam konten tersebut, format “throwback” digunakan untuk mengingat dan mengulas kembali pengalaman kuliner selama satu tahun di acara KEN (Karisma Event Nusantara). Acara ini bukan hanya memberikan peluang untuk mencoba berbagai makanan Nusantara, tetapi juga menonjolkan aspek-aspek budaya yang melekat pada setiap hidangan. Dengan mengajak para pengikut untuk tetap mengikuti kanal media sosial @karismaeventnusantara dan menantikan peluncuran acara Karisma Event Nusantara 2024, konten ini termasuk ke dalam jenis konten inspirasi yang dapat menimbulkan harapan. Hal ini mendorong audiens untuk terus berpartisipasi dan mendukung acara yang mengangkat kekayaan budaya Indonesia dengan menekankan ajakan untuk menikmati event kuliner #DiIndonesiaAja dan ikut membantu meningkatkan pariwisata ekonomi kreatif Indonesia. Oleh karena itu, konten ini menjadi refleksi selama satu tahun ke belakang dan mendorong lebih banyak masyarakat untuk berpartisipasi dan meningkatkan pariwisata budaya Indonesia.

4.3. Pembahasan

Penelitian Peneliti sudah menyajikan berbagai hasil unit analisis dalam pengemasan pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara yang sudah dibagi per kategori. Pembagian kategori tersebut mencakup bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan juga jenis konten yang sudah dijelaskan pada subbab di atas. Peneliti nantinya akan menjelaskan secara menyeluruh mengenai pengemasan pesan pariwisata budaya pada akun Instagram @karismaeventnusantara. Hal ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana pengemasan pesan di media sosial khususnya Instagram @karismaeventnusantara berdasarkan kategori mencakup bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten. Di bawah ini, terdapat pembahasan hasil analisis yang sudah dilakukan pada subbab sebelumnya.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, pengemasan pesan pada akun Instagram @karismaeventnusantara menunjukkan adanya variasi konten yang 4 5 (Rahmawati & Arifin, 2020), berbeda. Dalam pengemasan konten terdapat bentuk yang menggambarkan ciri khas dari pesan yang disampaikan. Seperti pada kategori bentuk pesan dengan kategori informatif yang memberikan informasi yang objektif dan akurat kepada audiens. Konten informatif umumnya mengandung pesan yang memberikan keterangan berisi nilai budaya, sejarah dan tradisi, detail rangkaian kegiatan yang berbasis pada fakta budaya lokal.

11 Bentuk pesan informatif ini disajikan dalam format yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi untuk disampaikan kepada audiens.

Pembahasan lain berdasarkan kategori tema pesan mencakup indikator event musik , event kuliner , event tradisi , event karnaval .

Tema pesan event musik biasanya terdapat pesan mempromosikan penampilan musisi atau band tertentu yang disampaikan melalui gambar atau video.

Bahasa yang digunakan bersifat informal dan mengajak dengan tujuan untuk menarik audiens. Tema pesan event kuliner biasanya mempromosikan dan memberikan informasi kuliner yang tersedia dengan berbagai latar belakang tradisi dan asal-usul makanan tersebut. Sedangkan tema pesan event tradisi memberikan informasi untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya dan tradisi tertentu. Tema pesan yang terakhir yaitu event karnaval

yang menampilkan berbagai atraksi dan pertunjukan yang meriah. 4.3 **13** 1. Bentuk

Pesan Bentuk pesan adalah inti informasi dari apa yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Walaupun bentuk pesan mencakup

informasi berupa fakta atau pendapat, komunikator tetap perlu memilih bentuk pesan yang tepat agar dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Dalam konteks ini, komunikator memastikan bahwa tujuan atau maksud disampaikan dengan efektif, penting untuk memperhatikan bagaimana pesan dirancang dan disusun. Struktur pesan informatif biasanya mencakup pengenalan topik, penjelasan fakta, dan kesimpulan yang merangkum informasi. Penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa akun Instagram @karismaeventnusantara secara konsisten menggunakan bentuk pesan informatif

dalam pengemasan konten pariwisata budayanya. Untuk menunjukkan kepada audiens bahwa konten yang diunggah benar, konten informatif tersebut dibuat semenarik mungkin. Namun, pesan informatif biasanya berisi informasi yang sama dan berulang kali. Setiap postingan menyampaikan informasi yang akurat dan mendetail tentang berbagai acara budaya, festival, dan tradisi lokal. Struktur pesan yang digunakan mencakup pengenalan singkat mengenai acara atau budaya yang diangkat serta penjelasan mendalam mengenai sejarah dan signifikansi budaya tersebut. Bentuk pesan yang ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara berupa kombinasi antara pesan informatif dan pesan persuasif. Akun ini tidak hanya mempromosikan event budaya, tetapi juga memberikan informasi yang mendalam tentang latar belakang dari setiap acara yang akan diselenggarakan. Namun, pesan persuasif yang ditampilkan juga menjabarkan informasi-informasi penting mengenai event tersebut. Dengan memberikan detail 46 informasi, akun ini membangun dasar rasional yang kuat untuk mendukung argumen mereka bahwa event tersebut layak untuk dihadiri. Dengan demikian, audiens tidak hanya merasa terajak oleh promosi yang dilakukan, tetapi juga mereka memperoleh pengetahuan berharga tentang budaya yang disampaikan. Hal ini selaras dengan pesan informatif dapat memperkuat efek persuasif dengan memberikan dasar rasional untuk mendukung argumen yang dikemukakan oleh 4.3.2. Tema Pesan Tema pesan membantu audiens untuk memahami segmentasi konten karena audiens memiliki minat dan ketertarikan yang sama dengan menetapkan tema tertentu. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti terhadap konten-konten yang diposting mencakup beberapa kategori seperti event musik, event kuliner, event tradisi, event karnaval. Adanya tema pesan yang sering diunggah pada akun Instagram @karismaeventnusantara adalah event tradisi. Hal ini selaras dengan isu pelestarian budaya menurut yaitu adanya pengaruh globalisasi memunculkan kekhawatiran akan tergerusnya budaya lokal oleh budaya asing. Oleh karena itu, peneliti melihat bahwa dengan banyaknya konten dengan tema pesan event tradisi

dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal. Struktur tema pesan pada akun Instagram @karismaeventnusantara sering kali dirancang melalui cerita dan testimoni dari para pelaku budaya termasuk wisatawan yang berkunjung. Konten ini memberikan perspektif yang lebih unik dengan menampilkan testimoni dari wisatawan yang memiliki pengalaman langsung dalam acara budaya. Hal ini mendorong audiens untuk merasakan kekayaan budaya yang ditampilkan, baik melalui partisipasi dalam acara maupun dengan mengapresiasi lebih dalam warisan budaya yang ada.

4.3.3. Bentuk Konten Berdasarkan konten yang dibuat oleh akun Instagram @karismaeventnusantara dibagi menjadi bentuk single image, carousel, serta video reels . Dari kategori tersebut yang paling sering diunggah adalah video reels . Bentuk konten tersebut menampilkan penyajian informasi dalam format visual yang bergerak bersama dengan teks dan musik yang mendukung cerita sehingga menghasilkan pengalaman yang lebih imersif kepada audiens. Bentuk konten ini sering menampilkan momen-momen tertentu seperti peristiwa budaya, penjelasan tentang tradisi tertentu, atau wawancara singkat dengan para pelaku budaya termasuk wisatawan yang disajikan dalam waktu yang singkat tetapi penuh informasi. Selain video reels , bentuk konten single image dan carousel juga ditampilkan dalam akun Instagram @karismaeventnusantara untuk menyampaikan pesan pariwisata budaya. Single image digunakan untuk menyoroti event yang spesifik, dengan teks penjelasan yang singkat dan padat untuk memberikan konteks kepada audiens. 47 (Sespiani & Triwibowo, 2022). (Ermawan, 2017) Sementara itu, carousel menampilkan serangkaian gambar atau infografis yang saling terkait dan memberikan informasi kepada audiens dalam satu unggahan.

4.3.4. Jenis Konten

Jenis konten yang diunggah di akun Instagram @karismaeventnusantara terbagi menjadi tiga kategori utama yaitu hiburan, informasi, dan inspirasi. Konten informasi dan inspirasi adalah yang paling sering diunggah. Sebagai hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa jenis konten kategori informasi yang ditemukan di akun Instagram @karismaeventnusantara efektif dalam menyebarkan

n informasi tentang pariwisata budaya. Konten informasi ini dimaksudkan untuk menyampaikan peristiwa budaya dan sejarah dengan keakuratan sumber informasi valid kepada audiens sebagaimana dijelaskan oleh (Susanti & Wijayanti, 2021). Selain itu, konten inspirasi yang ditemukan di akun Instagram @karismaeventnusantara adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap pariwisata budaya Indonesia, mengundang untuk mengunjungi tempat-tempat wisata, dan menyebarkan nilai-nilai budaya Indonesia kepada audiens. Tidak hanya audiens mendapatkan motivasi dari konten yang menginspirasi, tetapi mereka juga mendapatkan informasi yang mendalam dan relevan tentang berbagai aspek budaya yang diangkat yang dapat meningkatkan rasa bangga terhadap budaya lokal.

4.4. Diskusi Teoritik

Pada penelitian terdahulu, dengan judul “Pengemasan Pesan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Akun TikTok @Kemenparekraf (Analisis Isi Kualitatif Pada Konten AKI, KATA, ADWI, Periode Desember 2021 – Oktober 2022) yang menunjukkan bahwa TikTok adalah platform yang efektif untuk mempromosikan program Kemenparekraf karena kontennya yang menarik secara visual. Konten ini berfokus pada tiga program utama yang mendapat tanggapan positif dari masyarakat, menunjukkan bahwa pengemasan pesan yang direncanakan melalui visual yang menarik berhasil menarik perhatian audiens dan meningkatkan kesadaran tentang program Kemenparekraf. Sementara itu, penelitian ini menunjukkan bagaimana akun Instagram @karismaeventnusantara menggunakan konten yang lebih informatif dan inspiratif untuk mempromosikan pariwisata budaya. Berbeda pula dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Pemanfaatan Instagram @FestivalDieng Sebagai Media Promosi Pada Acara Dieng Culture Festival Tahun 2015 – 2020 yang menunjukkan bagaimana promosi Dieng Culture Festival (DCF) di Instagram dari tahun 2015 hingga 2020 berhasil menggunakan konsep komunikasi pemasaran dan media baru. Penelitian ini juga menemukan meskipun konten yang dipublikasikan sudah memenuhi persyaratan untuk indikator promosi online seperti pemanfaatan fitur Instagram seperti highlight, promosi, dan story masih 48 kurang maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa audiens

mungkin kurang terlibat dan berinteraksi dengan mereka. **19** Dalam konteks promosi, media memainkan peran penting dalam penyebaran pesan informasi. Mereka bukan hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima, tetapi juga berfungsi sebagai platform di mana orang-orang dapat berinteraksi satu sama lain. Mereka yang melakukan promosi melalui media berharap menerima umpan balik dari audiens atau penerima pesan. Untuk mengetahui seberapa efektif promosi, seberapa besar dampak yang dihasilkan, dan bagaimana pesan diterima oleh target audiens, respons sangat penting.

49 BAB V PENUTUP 5.1. Kesimpulan Pada penelitian ini kesimpulan didasari atas rumusan masalah dan tujuan penelitian adalah mampu mengetahui pengemasan pesan pariwisata budaya oleh akun Instagram @karismaeventnusantara dengan rentang mulai periode Januari hingga Desember 2023. Secara umum, penelitian ini menemukan bahwa akun Instagram @karismaeventnusantara telah berhasil mengemas pesan pariwisata budaya melalui platform owned mediana dengan berbagai jenis konten yang menarik dan informatif. Penggunaan bentuk pesan informatif secara dominan memungkinkan akun lebih efektif untuk menyampaikan nilai budaya, sejarah, dan tradisi Indonesia dengan cara yang akurat dan tidak bias. Hal ini menjadikan Instagram @karismaeventnusantara sebagai media promosi pariwisata budaya yang optimal dalam menarik minat wisatawan domestik untuk berkunjung menjelajahi kekayaan budaya Indonesia. Temuan utama yang didapatkan berasal dari penggambaran data analisis konten Instagram @karismaeventnusantara dari Januari sampai dengan Desember 2023 yang menghasilkan pesan pariwisata budaya. Untuk mengetahui strategi pengemasan pesan yang dilakukan, peneliti melihat konsentrasi konten terletak empat kategori, yakni bentuk pesan, tema pesan, bentuk konten, dan jenis konten. Pertama, penelitian ini menemukan kategori bentuk pesan yang dominan pada bentuk pesan informatif untuk mengemas pesan pariwisata budaya. Hal ini terlihat dari unggah konten yang bersifat informatif mengenai nilai budaya, sejarah, dan tradisi lokal dari sumber akurat. Dalam menampilkan bentuk pesan yang ditujukan mengenalkan

keragaman kebudayaan di berlangsungnya acara festival seperti Solo Menari, Seba Baduy, dan Sekala Bekhak. Maksud di balik dominasi pengemasan bentuk pesan informatif ini didasarkan pada tujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada masyarakat tentang budaya lokal dan mendorong kesadaran dan apresiasi terhadap warisan budaya yang ada. Dengan memberikan informasi yang mendalam dan akurat, konten-konten tersebut mampu memberikan pengalaman yang bermakna kepada audiens, mendorong mereka untuk lebih memahami dan menghargai kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Kedua, tema pesan yang diangkat dominan pada pesan event tradisi sebagai fokus utama dalam konten-kontennya. Hal ini tercermin banyaknya konten yang mempromosikan dan memperkenalkan berbagai peristiwa budaya dan tradisi. Penggunaannya didasari dengan tujuan peningkatan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya lokal dalam melestarikan tradisi yang ada. Sehingga penelitian ini membuktikan bahwa akun @karismaeventnusantra telah berkomitmen untuk memperbanyak dominasi tema pesan event tradisi ini sebagai respons dalam memperluas isu pelestarian budaya di tengah arus globalisasi yang menimbulkan kekhawatiran tergerusnya budaya lokal oleh budaya asing. Nantinya dimungkinkan 50 bahwa akun ini menjadi inspirasi bagi organisasi yang bergerak di bidang pariwisata untuk mengikuti upaya serupa. Ketiga, penelitian ini memperoleh temuan strategi yang dinilai dapat mendorong pariwisata budaya melalui penyajian bentuk konten dengan video reels. Penyajian informasi yang lebih komprehensif dan menarik dapat dicapai melalui penggunaan bentuk konten yang menggabungkan berbagai elemen seperti teks, gambar, dan video. Konten yang ditulis dengan bahasa non-formal menimbulkan kesan yang lebih dekat dan mendorong audiens untuk berpartisipasi. Metode ini terbukti efektif dalam menyoroti momen penting dalam suatu acara atau kegiatan budaya. Video singkat membantu menampilkan proses atau momen menarik secara efektif, meningkatkan pemahaman dan ketertarikan audiens terhadap kegiatan budaya yang dipromosikan Keempat, temuan yang dihasilkan dari penerapan jenis

konten Instagram @karismaeventnusantara terfokus pada dua pilar, yakni informasi dan inspirasi. Konten informasi, yang sering disajikan dalam bentuk video reels yang menarik perhatian memberikan penjelasan rinci tentang pelaksanaan berbagai event budaya. Di sisi lain, konten inspirasi memberikan momen-momen mengesankan yang terjadi selama event festival dan pernyataan relevan dari masyarakat dengan realitas budaya yang berada di sekitar daerah penyelenggaraan. Selain itu, penelitian ini mendapatkan beberapa temuan menarik perihal cara akun @karismaeventnusantara dalam menyajikan pesan konten pariwisata budaya. Upaya promosi event budaya yang dilakukan dengan tidak menggunakan konten hiburan, sebaliknya, kontennya berisi informasi dan memberikan inspirasi. Carousel memberikan informasi rinci dengan gambar yang menarik, video reels menampilkan acara budaya dengan cara yang dinamis dan menarik, dan konten satu gambar mengandung informasi penting tentang acara yang akan datang. Menarik perhatian audiens, meningkatkan keterlibatan, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya Indonesia adalah semua hasil positif dari pendekatan ini. Temuan menarik yang juga ditemukan dalam penelitian ini yaitu akun @karismaeventnusantara menghindari adanya stereotip dalam penggambaran budaya Indonesia. Hal ini terlihat dari pemilihan konten di unit analisis yang menampilkan berbagai aspek budaya Indonesia tanpa menonjolkan satu budaya tertentu atau memperkuat stereotip yang sudah ada. Peneliti berusaha untuk memberikan gambaran yang beragam tentang kebudayaan Indonesia mencakup berbagai suku, tradisi, tarian, musik, pakaian adat, dan ritual yang berbeda-beda dari seluruh nusantara. Hal ini juga terlihat dari beragamnya konten yang diunggah di akun @karismaeventnusantara yang mencakup berbagai tradisi, upacara, dan festival dari berbagai wilayah Indonesia. Sehingga akun ini memberikan masyarakat kesempatan untuk mengenal budaya yang berbeda. Mengangkat tampilan event budaya dalam konten yang bukan hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga sarana edukasi melestarikan budaya. Seperti halnya, 51 konten festival Kande Kande Tolandana menceritakan sejarah kesultanan

buton, festival labuh saji di Pelabuhan Ratu, Jawa Barat menunjukkan hubungan erat manusia dengan alam, dan Kanjar Gajur di Kalimantan Timur mengajarkan tentang percampuran budaya dan prinsip ritual. Oleh karena itu, penelitian pengemasan pesan pariwisata budaya di akun Instagram @karismaeventnusantara ini menawarkan kebaruan untuk memperluas pemahaman terhadap penyajian pesan pariwisata budaya. Meskipun penelitian serupa masih minim, temuan ini menunjukkan pentingnya konten inspirasi dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap warisan budaya. Diharapkan penelitian ini dapat mendorong pengembangan jenis konten inspirasi yang lebih mendalam dan menarik secara visual untuk jangkauan pesan pariwisata budaya.

5.2. Saran Kontribusi hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa pengemasan pesan pada akun Instagram @karismaeventnusantara dengan periode Januari – Desember 2023, beberapa kategori yang ditonjolkan adalah bentuk pesan informatif, tema pesan event tradisi, bentuk konten video reels yang impresif bagi pengalaman audiens, dan jenis konten informasi maupun inspirasi sebagai pilar kontennya. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan untuk pertimbangan yang dapat ditindaklanjuti bagi penelitian ke depannya.

5.2.1. Saran Akademis Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan topik yang serupa mengenai pariwisata budaya tetapi lebih kepada strategi komunikasi yang digunakan oleh pengelola akun untuk menjangkau wisatawan mancanegara.

1. Dari hasil penelitian ini terkait pengemasan pesan pariwisata budaya maka penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis resepsi bagaimana penerimaan khalayak target sasaran terhadap makna pesan persuasif setelah melihat konten.
2. Penelitian selanjutnya dapat mengungkapkan makna implisit yang terkandung dalam konten menggunakan metode semiotika untuk mengembangkan temuan penelitian ini.

5.2.2. Saran Praktis Merujuk pada temuan hasil penelitian ini secara praktis dapat digunakan oleh organisasi atau perusahaan di bidang pariwisata dalam mengembangkan konten promosi pariwisata dengan menampilkan budaya lokal di sekitarnya untuk membangun daya tarik wisatawan domestik. Kemudian, dapat

REPORT #22114667

menjadi acuan bagi content creator at au influencer yang sering melakukan traveling dalam kontennya untuk menyampaikan 52 pesan mendalam dari menariknya budaya. Serta umumnya bagi masyarakat akun Instagram @karismaeventnusantara ini dapat menjadi alternatif untuk memperoleh informasi kegiatan yang akan segera berlangsung ketika hendak melakukan wisata ke tempat tujuan. 53



REPORT #22114667

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.56% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14062/1/Buku%20-%20Metode%20Pe..	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.5% ojs.unikom.ac.id https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/1950/1307/	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.27% repositori.buddhidharma.ac.id https://repositori.buddhidharma.ac.id/1927/3/COVER-BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.26% www.kompas.com https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/25/120000469/jenis-jenis-new-m...	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.17% uia.e-journal.id https://uia.e-journal.id/akademika/article/download/1959/1283/	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.15% jurnal.fisip.untad.ac.id https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/article/download/327/246/	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.15% repository.iainkudus.ac.id http://repository.iainkudus.ac.id/800/6/FILE%206%20BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.12% www.pikiran-rakyat.com https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-017018803/bandung-art-mon..	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.11% eprints.umm.ac.id http://eprints.umm.ac.id/3017/3/BAB%20II.pdf	●



REPORT #22114667

INTERNET SOURCE		
10. 0.11%	eprints.upnyk.ac.id http://eprints.upnyk.ac.id/22566/5/Skripsi%20Full.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
11. 0.1%	repository.ut.ac.id https://repository.ut.ac.id/4042/1/ASIP4204-M1.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.09%	www.gravity-adventure.com https://www.gravity-adventure.com/2023/07/permainan-apa-yang-dapat-melat...	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.09%	www.gamedia.com https://www.gamedia.com/literasi/komponen-penting-komunikasi/	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.08%	peraturan.bpk.go.id https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/218758/Permen%20Dikbudristek%	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.07%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/24404/1/Alfi%20Ikfina%20Fitriani_Komunikasi%	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.07%	repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/12593/1/MAYA%20SOFIYA%20DIMYATI_TEKNIK...	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.07%	jagomarketing.id https://jagomarketing.id/instagram-marketing/jenis-konten-instagram/	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.06%	digilib.esaunggul.ac.id https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23188-11_2248.pdf	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.05%	upgraded.id https://upgraded.id/jenis-jenis-media-promosi	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.04%	eprints.unm.ac.id https://eprints.unm.ac.id/20838/1/buku%20Sapto%20METODOLOGI.pdf	●



REPORT #22114667

INTERNET SOURCE

21. **0.02%** repository.umj.ac.id

<https://repository.umj.ac.id/9338/12/12.%20BAB%20III.pdf>



INTERNET SOURCE

22. **0.02%** repository.uinjkt.ac.id

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/11908/1/HAYANI-FS...>



● QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.11%** repository.uinsaizu.ac.id

https://repository.uinsaizu.ac.id/12593/1/MAYA%20SOFIYA%20DIMYATI_TEKNIK...