



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI KEPADA PENDAKI**

**SKRIPSI**

**Muhammad Tajuddin**

**203516516319**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**INSTAGRAM MEDIA MANAGEMENT  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA AS INFORMATION  
MEDIA FOR HIKERS**

**THESIS**

**Submitted as partical of the requirements for the Bachedor's of  
Communication Science (S.I.KOM)**

**Muhammad Tajuddin**

**203516516319**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM  
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**JAKARTA**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM  
@TIGADEWAADVENTUREINDONESIA SEBAGAI MEDIA  
INFORMASI KEPADA PENDAKI**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.KOM)**

**Muhammad Tajuddin  
203516516319**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA FEBRUARI 2024**



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Tajuddin  
NPM : 203516516319  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Instagram @tigadewaadventureindonesia  
Sebagai Media Informasi Kepada Pendaki

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 30 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,

(Muhammad Tajuddin)

**HALAMAN PENGESAHAN**

Nama : Muhammad Tajuddin

NPM : 203516516319

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **Pengelolaan Media Instagram  
@tigadewaadventureindonesia Sebagai Media  
Informasi Kepada Pendaki**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si.

Penguji I : Swastiningsih, S.E., M.Si

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Februari 2024



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Tajuddin

NPM : 203516516319

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengelolaan Media Instagram @tigadewaadventureindonesia  
Sebagai Media Informasi Kepada Pendaki

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan.

Jakarta, 28 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kesabaran, serta ilmu pengetahuan kepada penulis. Atas izin dari-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul **“Pengelolaan Media Instagram @tigadewaadventureindonesia Sebagai Media Informasi Kepada Pendaki”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak luput dari bantuan dan dukungan orang lain. Maka dari itu penulis sangat berterimakasih kepada Ayah Mashur dan Ibu Zuliana serta Kakak Yulisa, Kakak Wadah, Kakak Zulia yang senantiasa membesarkan, membimbing, mendukung, menjadi inspirasi, menjadi semangat hidup dan memberikan tenaga dan waktunya. Semoga Allah selalu memberikan rahmatnya. Bimbingan dan motivasi selalu di berikan oleh para pengajar dan rekan-rekan serta keterlibatan banyak pihak yang membantu penulis. Oleh karena itu izinkan penulis berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Akademik dan Keuangan
4. Bapak Dr. (c) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Kerja Sama dan Sumber Daya Manusia
5. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
7. Ibu Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan pada penelitian ini.
8. Ibu Swastiningsih, SE, M.Si. selaku Dosem Pembimbing Akademik.

9. Segenap Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
10. Pihak Tiga Dewa Adventure Indonesia yang telah terlibat dalam penelitian ini.
11. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan material kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Teman seperjuangan Dio Fahrel, Aditya Haikal, Rifqi Fauzan, Bayu Sadewo, Farhan Syahputra, Muhammad Al Fahrezi Baihaqi, R yang sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelajar Sarjana.
13. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020.
14. Dan yang terakhir, terimakasih kepada diri sendiri. Terimakasih sudah bertahan, sudah sabar dan terimakasih sudah berjuang sejauh ini, I proud me.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih banyak kekurangannya, maka dari itu kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan. Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 30 Januari 2024

Penulis



Muhammad Tajuddin



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Tajuddin  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516319  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

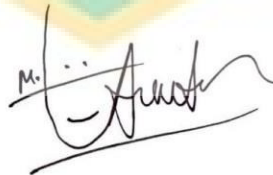
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGELOLAAN MEDIA INSTAGRAM @TIGADEWAADVENTUREINDONESIA  
SEBAGAI MEDIA INFORMASI KEPADA PENDAKI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengahlimedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 21 Februari 2024  
Yang menyatakan



(Muhammad Tajuddin)

## ABSTRAK

**Nama** : Muhammad Tajuddin  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : Pengelolaan Media Instagram  
@tigadewaadventureindonesia Sebagai Media Informasi  
Kepada Pendaki

<b>Kata Kunci</b>  Pengelolaan, Media Sosial Instagram Informasi	Fokus dari penelitian ini adalah eksplorasi mengenai strategi pengelolaan media Instagram oleh akun @tigadewaadventureindonesia dalam upaya penyebaran informasi, yang dipicu oleh pertumbuhan media sosial terutama Instagram yang menjadi sarana penting bagi para pendaki untuk menyebarkan informasi. Akun Instagram @tigadewaadventureindonesia secara aktif berpartisipasi dalam menyebarkan informasi seputar kegiatan pendakian gunung dan memiliki kegiatan unggah kontennya secara konsisten. Dalam penelitian ini, menggunakan Teori <i>New Media</i> oleh Denis McQuail, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana akun @tigadewaadventureindonesia mengelola media sosialnya sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi, dengan memanfaatkan konsep POAC dan model <i>The Circular Model of Some</i> yang dikembangkan oleh Regina Luttrell. Penelitian ini memilih pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada <i>key informan</i> dan tiga <i>informan</i> lainnya, serta dokumentasi sebagai sumber data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media Instagram @tigadewaadventureindonesia dalam penyebaran informasi dimulai dengan pembuatan konten yang memilih isu-isu yang relevan melalui proses agenda setting. Instagram dipilih sebagai <i>platform</i> utama karena popularitasnya dan daya tariknya terhadap generasi muda sebagai target audience. Strategi pengelolaan media sosial Instagram melibatkan penggunaan fitur-fitur khusus seperti unggahan konten secara rutin melalui <i>Feeds</i> dan <i>Instagram Story</i> . Selain itu, interaksi dengan pengikut dilakukan secara aktif melalui balasan <i>direct message</i> dan komentar. Akun @tigadewaadventureindonesia juga melakukan media monitoring menggunakan <i>fitur insight</i> Instagram untuk membuat laporan perkembangan Instagram serta menyebarkan survei kepada pengikutnya setiap tahun guna mendapatkan umpan balik dari audiensnya.
Pembimbing	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.

## ABSTRACT

**Name** : Muhammad Tajuddin

**Major** : Communication Science

**Essay Title** : Instagram Media Management @tigadewaadventureindonesia as Information Media for Climbers

<p><b>Keywords</b></p> <p>Management, Social Media, Instagram, Information,</p>	<p>The focus of this research is an exploration of the Instagram media management strategy by the @tigadewaadventureindonesia account in an effort to disseminate information, which was triggered by the growth of social media, especially Instagram, which has become an important means for climbers to disseminate information. The Instagram account @tigadewaadventureindonesia actively participates in disseminating information about mountain climbing activities and has consistent content upload activities. In this research, using New Media Theory by Denis McQuail, the research aims to understand how the @tigadewaadventureindonesia account manages its social media as a means of communication and information dissemination, by utilizing the POAC concept and The Circular Model of Some developed by Regina Luttrell. This research chose a qualitative approach by collecting data through in-depth interviews with the key informant and three other informants, as well as documentation as a secondary data source. The research results show that the management of Instagram @tigadewaadventureindonesia media in disseminating information begins with creating content that selects relevant issues through an agenda setting process. Instagram was chosen as the main platform because of its popularity and appeal to the younger generation as the target audience. Instagram's social media management strategy involves using special features such as regularly uploading content via Feeds and Instagram Stories. Apart from that, interaction with followers is carried out actively through direct message replies and comments. The @tigadewaadventureindonesia account also carries out media monitoring using the Instagram insight feature to create Instagram development reports and distribute surveys to its followers every year to get feedback from its audience.</p>
<p>Advisor</p>	<p>Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.</p>

## DAFTAR ISI

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Teori <i>New Media</i> .....	14
2.2.1 Fungsi dan Manfaat <i>New Media</i> .....	16
2.3 Media Sosial.....	17
2.3.1 Jenis-Jenis Media Sosial .....	19
2.4 Instagram .....	20
2.5 Pengelolaan .....	25
2.6 Informasi .....	27
2.6.1 Penyebaran (Diseminasi) Informasi .....	29
2.6.2 Berdasarkan persyaratan yang diperlukan Informasi yang tepercaya .....	30

2.6.3 Berdasarkan dimensi waktu Informasi masa lalu .....	31
2.6.4 Berdasarkan sasaran pengguna Informasi individual.....	31
2.6.5 Berdasarkan tujuan penggunaan .....	31
2.7 <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	32
2.8 Kerangka Pemikiran.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Penentuan <i>Informan</i> .....	38
3.2.1 <i>Key Informan</i> .....	38
3.2.2 <i>Informan</i> .....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Sumber Primer .....	39
3.3.2 Sumber sekunder.....	40
3.4 Teknik Pengelolaan dan Analisis Data.....	41
3.5 Uji Keabsahan Data .....	42
3.5.1 Uji kredibilitas .....	42
3.5.2 Perpanjangan Pengamatan .....	42
3.6 Triangulasi .....	43
3.7 Lokasi Penelitian .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>

<b>4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.1 Sejarah Dan Profil Tiga Dewa Adventure .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.2. Visi Tiga Dewa Adventure.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1.3 Misi Tiga Dewa Adventure.....</b>	<b>47</b>
<b>4.1.4. Tujuan Tiga Dewa Adventure.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.5. Struktur Tiga Dewa Adventure .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2 Profil <i>Informan</i> .....</b>	<b>50</b>
<b>4.3 Hasil Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.1 Latar Belakang Akun @tigadewaadventureindonesia Dalam Penyebaran Informasi .....</b>	<b>51</b>
<b>4.3.2 Instagram Sebagai Bentuk Media Baru.....</b>	<b>53</b>
<b>4.3.3 Pengelolaan Akun @tigadewaadventureindonesia Dalam Memproduksi Konten.....</b>	<b>57</b>
<b>a. Tahap <i>Planning</i> (Perencanaan) .....</b>	<b>57</b>
<b>b. Tahap <i>Organizing</i> (Pengorganisasian).....</b>	<b>59</b>
<b>c. Tahap <i>Actuating</i> (Pelaksanaan) .....</b>	<b>61</b>
<b>d. Tahap <i>Controlling</i> (Pengawasan) .....</b>	<b>62</b>
<b>4.3.4 Pengelolaan Media Sosial Instagram @tigadewaadventureindonesia Dalam Penyebaran Informasi .....</b>	<b>63</b>
<b>4.4 Pembahasan Penelitian .....</b>	<b>65</b>
<b>4.4.1 Perencanaan Konten Instagram @tigadewaadventureindonesia.....</b>	<b>72</b>

<b>4.4.2 Organisasi dalam Pembuatan Konten.....</b>	<b>74</b>
<b>4.4.3 Pelaksanaan Pengelolaan media informasi pada Instagram Tiga Dewa Adventure Indonesia .....</b>	<b>76</b>
<b>4.4.4 Evaluasi media Instagram @tigadewaadventureindonesia .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>85</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR PUSAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>
<b>Lampiran 1 : Transkrip Pertanyaan Wawancara.....</b>	<b>92</b>
<b>Lampiran II : Dokumentasi.....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran III : Surat Permohonan Penelitian dan Informasi Data .....</b>	<b>110</b>
<b>Lampiran IV: Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi .....</b>	<b>111</b>
<b>Lampiran V : Surat Penugasan.....</b>	<b>112</b>
<b>Lampiran VI : Hasil Turnitin.....</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran VII : SKPI .....</b>	<b>113</b>
<b>Lampiran VIII : Daftar Riwayat Hidup.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial yang Sering Digunakan di Indonesia 2023.....	3
Gambar 1. 2 Postingan Media Informasi Komunitas Pendaki Gunung di akun Instagram @tigadewaadventureindonesia .....	7
Gambar 2. 1 Logo Instagram.....	21
Gambar 2. 2 Sumber : Kompas Tebo Instagram Stories.....	22
Gambar 2. 3 <i>Highlightt</i> Instagram <i>Story</i> .....	23
Gambar 2. 4 <i>Direct Message</i> .....	23
Gambar 2. 5 Instagram <i>Live</i> .....	24
Gambar 2. 6 Instagramfitur .....	25
Gambar 4. 1 Logo Tiga Dewa Adventure .....	48
Gambar 4. 2 <i>Instastory</i> instaram Tiga Dewa Adventure Indonesia.....	55
Gambar 4. 3 <i>Reels</i> instagram Tiga Dewa Adventure Indonesia.....	56
Gambar 4. 4 Fitur Komentar yang digunakan akun @tigadewaadventureindonesia dalam merespons pengikutnya.....	59
Gambar 4. 5 Instagram <i>Story</i> Tiga Dewa Adventure (tentang penutupan jalur gunung Prau).....	61
Gambar 4. 6 Tim Tiga Dewa Adventure.....	63
Gambar 4. 7 konten @tigadewaadventureindonesia .....	65
Gambar 4. 8 Penggunaan Bahasa Pada <i>Caption</i> .....	83
Gambar 4. 9 <i>9 story</i> instagram Tiga Dewa Adventure.....	84
Gambar 4. 10 Kolom Komentar Instagram Tiga Dewa Adventure.....	85
Gambar 4. 11 konten kolaborasi.....	86
Gambar 4. 12 <i>tag story</i> .....	88

