

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
INTISARI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Tinjauan Pustaka	5
1.7 Landasan Teori	6
1.7.1 Media Sosial	7
1.7.2 Instagram	7
1.7.3 Social Media Marketing	8

1.7.4	Promosi	9
1.8	Metode Penelitian.....	11
1.8.1	Jenis Penelitian.....	11
1.8.2	Waktu Penelitian	12
1.8.3	Alat Penelitian.....	12
1.8.4	Jenis Data	13
1.8.5	Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.8.6	Teknik Analisis Data.....	15
BAB II	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	18
2.1	Lokasi Ramayana Ballet Prambanan.....	18
2.2	Sejarah Ramayana Ballet Prambanan.....	18
2.3	Visi dan Misi Ramayana Ballet Prambanan.....	19
2.4	Produk Ramayana Ballet Prambanan	21
2.5	Fasilitas Ramayana Ballet Prambanan	23
2.5.1	Toilet	23
2.5.2	Area Parkir	23
2.5.3	Resto.....	23
2.5.4	Ruang Kesehatan.....	23
2.5.5	Mushola.....	24
2.6	Struktur Organisasi Unit Teater dan Pentas	24
BAB III	PEMBAHASAN	25
3.1	Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi Ramayana Ballet Prambanan	25
3.1.1	Pemanfaatan Instagram sebagai alat periklanan produk Ramayana Ballet Prambanan.....	25
3.1.2	Pemanfaatan Instagram untuk promosi penjualan Ramayana Ballet Prambanan	29
3.1.3	Pemanfaatan Instagram sebagai <i>Public Relations</i> Ramayana Ballet Prambanan	32

3.1.4	Pemanfaatan Instagram untuk <i>personal selling</i> Ramayana Ballet Prambanan	36
3.2	Tujuan Ramayana Ballet Prambanan dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi	39
3.2.1	Mengenalkan produk wisata Ramayana Ballet Prambanan	40
3.2.2	Meningkatkan kunjungan wisatawan.....	40
3.3	Kendala dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Ramayana Ballet Prambanan	41
3.3.1	Harus <i>Update</i> secara berkala.....	41
3.3.2	Transaksi penjualan yang kurang praktis	42
3.3.3	Persaingan yang ketat.....	43
BAB IV	PENUTUP	44
4.1	Kesimpulan.....	44
4.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
Lampiran	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Denah Lokasi Ramayana Ballet Prambanan.....	18
Gambar 2. 2 Kalender Pertunjukan Ramayana Ballet Prambanan	22
Gambar 3. 1 Iklan <i>Special Performance</i> di Instagram <i>Stories</i>	26
Gambar 3. 2 Iklan di <i>Feed</i> Instagram	27
Gambar 3. 3 Iklan Mengenai <i>Trailer</i> Video Pementasan	28
Gambar 3. 4 Unggahan Promosi Potongan Harga.....	30
Gambar 3. 5 Unggahan Mengenai <i>Giveaway</i> di Instagram.....	31
Gambar 3. 6 Pemberian Sertifikat Chse Oleh Tim Audit Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.....	32
Gambar 3. 7 Dokumentasi Pementasan Panggung <i>Outdoor</i> Ramayana Ballet Prambanan.....	33
Gambar 3. 8 Jadwal Pementasan Ramayana Ballet Prambanan 2020.....	34
Gambar 3. 9 Unggahan Tentang <i>Event</i> Pementasan Teater Kontemporer Dionysus	35
Gambar 3. 10 <i>Direct Message</i> dari Pengguna Instagram	37
Gambar 3. 11 Pertanyaan di Kolom Komentar Mengenai Harga Tiket	38
Gambar 3. 12 Penjelasan dari Ramayana Ballet Prambanan Terkait Pertanyaan Mengenai Perbedaan Episode Pementasan	39
Gambar 3. 13 Tampilan Profil Instagram Ramayana Ballet Prambanan	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Ramayana Ballet Prambanan	24
---	----



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI DI RAMAYANA
BALLET PRAMBANAN**

JOHAN ISMOYO ADI, Cerry Surya Pradana, S.S., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Narasumber.....	49
--	----

DAFTAR ISTILAH

<i>Admin</i>	: Orang yang bertugas mengelola akun media sosial
<i>Comment</i>	: Sebuah tulisan komentar yang terdapat dalam media sosial
<i>Direct message</i>	: Sebuah fitur dalam Instagram atau <i>social media</i> untuk mengirim pesan secara langsung
<i>Event</i>	: Suatu agenda kegiatan yang terjadi pada waktu tertentu
<i>Feed Instagram</i>	: Semua foto dan video yang terpampang di Instagram
<i>Followers</i>	: Nama pengikut dalam media sosial
<i>Hashtag</i>	: Simbol pagar yang digunakan untuk mengelompokkan suatu konten
<i>Influencer</i>	: Seseorang atau kelompok yang dapat memengaruhi orang lain di media sosial
<i>Instagram Stories</i>	: Fitur Instagram untuk membagikan cerita berupa foto dan video dalam kurun waktu 24 jam
<i>Mention</i>	: Nama lain di saat seseorang menyebut nama kita di media sosial
<i>Offline</i>	: Menunjukkan keadaan langsung
<i>Online</i>	: Menunjukkan keadaan dalam jaringan internet



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI DI RAMAYANA
BALLET PRAMBANAN**

JOHAN ISMOYO ADI, Cerry Surya Pradana, S.S., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Platform : Sebuah wadah aplikasi jaringan dalam internet

Update : Pembaharuan konten di media sosial

Upload : Unggahan pada media sosial

DAFTAR SINGKATAN

CHSE	: <i>Cleanliness, Health, Safety and Environment</i>
COVID-19	: <i>Corona Virus Disease 2019</i>
HTM	: Harga Tiket Masuk
Persero	: Perusahaan Perseroan
PT	: Perusahaan Terbatas
SDM	: Sumber Daya Manusia
SMM	: <i>Social Media Marketing</i>
TWC	: Taman Wisata Candi
WEB	: <i>World Electric Browser</i>



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI DI RAMAYANA
BALLET PRAMBANAN**

JOHAN ISMOYO ADI, Cerry Surya Pradana, S.S., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>