



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*

Claudia Magdalena

44214010144

Perencanaan Media Sosial Instagram @kemenpar sebagai Media Komunikasi Kementerian Pariwisata RI dalam Ajang United Nation World Tourism (UNWTO) Tourism Video Competition 2017

Jumlah Halaman: 98 Halaman + 6 Lampiran

Bibliografi: 24, Tahun 1992-2015

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin bertambah modern dan canggih, dengan kehadiran media sosial yang didukung dengan sistem *real time* sehingga membuat masyarakat mampu mengetahui segala informasi dengan cepat. Hal tersebut mendukung Kementerian Pariwisata menjadikan media sosial Instagram sebagai salah satu media komunikasi dalam penyampaian informasi dalam ajang UNWTO Tourism Video Competition 2017.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui dan memahami perencanaan media sosial Instagram @kemenpar sebagai media komunikasi Kemenpar dalam ajang yang diadakan oleh UNWTO. Penggunaan Instagram @kemenpar untuk mengkomunikasikan serta mengedukasi ajang Tourism Video Competition kepada masyarakat. Dimana Kementerian Pariwisata ikut serta dalam kompetisi tersebut dengan mengirimkan video *Wonderful Indonesia: The Journey to A Wonderful World*. Partisipasi masyarakat dalam ajang ini sangat berperan penting karena diberlakukannya sistem *voting*.

Hasil penelitian menunjukkan perencanaan media sosial Instagram @kemenpar sudah optimal. Untuk proses share pemilihan Instagram dilatarbelakangi program *go digital*. Untuk proses optimize perencanaan komunikasi dengan *timeline schedule* dan optimalisasi pesan. Pada proses manage dilakukan dengan media monitoring dengan menganalisa posisi peringkat dan pemberitaan media. Pada akhirnya untuk proses engage perencanaan dilakukan dengan dukungan para Selebgram dan menjaga konsistensi pemberitaan.

Kata Kunci : Perencanaan Media Sosial, Instagram, Komunikasi



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Major of Public Relations

Claudia Magdalena

44214010144

“Instagram Social Media Planning @kemenpar as Communication Media of the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia in the 2017 UNWTO World Tourism Video Competition”

Number of Pages: 98 Pages + 6 attachments

Bibliografi: 24, Year 1992-2015

## ABSTRACT

The development of technology is increasingly modern and sophisticated, with the presence of social media that is supported by a real time system so that people are able to know all information quickly. This supports the Ministry of Tourism to make Instagram social media as one of the communication media in delivering information in the 2017 UNWTO Tourism Video Competition.

This research was conducted to find out and describe Instagram Social Media Planning @kemenpar as a communication media for Kemenpar in the event held by UNWTO. Using Instagram @kemenpar ministry to communicate and educate the Tourism Video Competition event to the public. Where the Ministry of Tourism participated in the competition by sending a video of Wonderful Indonesia: The Journey to A Wonderful World. Community's participation in this event was very important because the voting system was implemented.

The results showed that Instagram @kemenpar social media planning was optimal. For the Instagram selection sharing process, the background of digital go program. To optimize the communication planning with timeline schedule and message optimization. In the management process, media monitoring is carried out by analyzing media position and reporting. In the end, the engagement planning process is carried out with the support of the Selebgrams and maintaining the consistency of the news.

Key words : Social Media Planning, Instagram, Communication