



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Dewi Sukma Ramadhania
44218010029

Analisis Isi Pesan Media Instagram Sebagai Sumber Informasi Wisatawan (Studi Pada Akun @kuliner.mataram Periode 2020)

Jumlah Halaman : Cover + 80 halaman + Lampiran

Bibliography: 12 buku + 7 Jurnal + 5 website

ABSTRAK

Media Instagram adalah media yang mampu menyebarkan informasi dengan cepat serta memiliki jangkauan yang luas dibandingkan dengan media manapun. Jenis informasi yang paling banyak dicari masyarakat adalah makanan/kuliner yang sedang terkenal di daerah tertentu. Masyarakat pun mencari informasi tentang promo atau diskon dari makanan melalui media sosial. Kuliner saat ini merupakan suatu hal yang menarik pada beberapa kota salah satunya mataram, yang menjadi tujuan untuk wisata kuliner wisatawan.

Penelitian ini menggunakan teori analisis isi menurut Krippendorff pada media nstagram sebagai sumber informasi dengan penggunaan media sosial dimensi 4C penggunaan media sosial yaitu : context, communication, collaboration, dan connection.

Metode penelitian kuantitatif pendekatan analisis isi, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana isi pesan dan kecenderungan isi pesan yang muncul pada akun Instagram @Kuliner.mataram yang menjadikannya sebagai sumber informasi kuliner wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media instagram mampu dalam menyebarkan informasi yakni dengan didukung oleh fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan dalam membuat pesan dari segala bentuk informasi di media sosial. Hal ini terlihat isi pesan pada akun instagram @kuliner.mataram pada periode 2020 yang memenuhi kriteria sebagai sumber informasi kuliner wisatawan sebesar 91,75 (94,58%) dengan dimensi paling kuat adalah dimensi connention.

Kata Kunci : Pesan, Instagram, Informasi, Kuliner



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Public Relations
Dewi Sukma Ramadhania
44218010029

Analysis of the Contents of Instagram Media Messages as a Source of Tourist Information (Study on the Account @kuliner.mataram 2020 Period)

Number of Pages : Cover + 80 pages + Attachments

Bibliography: 12 books + 7 journals + 5 websites

ABSTRACT

Instagram media is a medium that is able to disseminate information quickly and has a broad reach compared to any other media. The type of information that is most sought after by the public is food/culinary that is currently popular in a certain area. People are also looking for information about promos or discounts on food through social media. Culinary is currently an interesting thing in several cities, one of which is Mataram, which is a destination for culinary tourism for tourists.

This study uses content analysis theory according to Krippendorff on Instagram as a source of information with the use of social media in the 4C dimension of using social media, namely: context, communication, collaboration, and connection.

With a quantitative method of content analysis approach, with the aim of knowing how the content of the message and the tendency of the message content that appears on the @Kuliner.mataram Instagram account that makes it a source of tourist culinary information.

The results show that Instagram media is capable of disseminating information, which is supported by features that can be used to create messages from all forms of information on social media. This can be seen in the content of messages on the Instagram account @kuliner.mataram in the 2020 period which meets the criteria as a source of tourist culinary information of 91.75 (94.58%) with the strongest dimension being the connection dimension.

Keywords: Message, Instagram, Information, Culinary