

## ABSTRAK

Nama : Aditya Ahmad Fazhari  
NIM : 44316110089  
Program Studi : *Marketing Communication & Digital Advertising*  
Judul Laporan Skripsi: Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Khalayak pada Destinasi *Hangout* yang *Instagramable* Analisis Isi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram (@worthyourvisit)  
Pembimbing : M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.

Keinginan untuk mengabadikan momen seru dan mengunggahnya ke Instagram membuat orang-orang kini berlomba-lomba mencari tempat yang *Instagramable*. Mulai dari kafe, restoran, mal, taman kota, hingga tempat wisata alam akhirnya menyediakan ruang untuk latar pengambilan gambar. Penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dalam membangun *awareness* khalayak akan lokasi atau destinasi *hangout* yang *Instagramable*.

Konsep yang digunakan meliputi komunikasi pemasaran, promosi, *computer mediated communication* atau komunikasi digital, dan media baru. Dengan metode dan analisis deskriptif kualitatif terhadap akun Instagram @worthyourvisit, terutama mengamati konten *feeds*, *stories*, dan *reels* akun Instagram @worthyourvisit.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram dalam membangun *awareness* destinasi *hangout* yang *Instagramable* dilakukan dengan cara mengunggah konten yang berisi informasi mengenai lokasi, menu makanan, layanan, dan dekorasi yang dapat menarik *follower* terhadap destinasi *hangout*. Adapun pengemasan dilakukan dengan memanfaatkan fitur Instagram dan audio yang berkualitas. Kombinasi keduanya menjadikan bahan promosi yang dapat membangun dan meningkatkan *awareness* terhadap destinasi *hangout* yang disajikan.

*Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Promosi, Media Digital, Media Sosial, Instagram.*

## ABSTRACT

Name : Aditya Ahmad Fazhari  
NIM : 44316110089  
Study Program : Marketing Communication & Digital Advertising  
Thesis Report Title : Instagram Social Media as a Communication Medium to Build Audience Awareness in Instagramable Hangout Destinations (Qualitative Descriptive Content Analysis of Instagram Account @worthyourvisit)  
Counsellor : M. Taufiq Hidayat, M.I.Kom.

*The desire to capture exciting moments and upload them to Instagram makes people now compete to find Instagramable places. Starting from cafes, restaurants, malls, city parks, to natural tourist attractions, they finally provide space for shooting backgrounds. This research was directed to describe the use of Instagram social media as a communication medium in building public awareness of Instagramable hangout locations or destinations.*

*The concepts used include marketing communications, promotions, computer mediated communications or digital communications, and new media. Using a qualitative descriptive method and analysis of the @worthyourvisit Instagram account, especially observing the feeds, stories, and reels content of the@worthyourvisit Instagram account.*

*The results of the study show that the use of Instagram social media in building awareness of Instagramable hangout destinations is done by uploading content that contains information about locations, food menus, services, and decorations that can attract followers to hangout destinations. The packaging is done by utilising Instagram features and quality audio. The combination of the two makes promotional materials that can build and increase awareness of the hangoutdestinations presented.*

*Keywords: Marketing Communication, Promotion, Digital Media, Social Media, Instagram.*