

ABSTRAK

**Peran Konten di Media Sosial
Instagram
@dinporabudpar_banyumas
dalam Promosi Potensi Pariwisata
di Banyumas**

**Shafira Anindyanari
(F1C016054)**

**Universitas Jenderal Soedirman
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Jurusan Ilmu
Komunikasi November 2020**

Instagram dianggap sebagai media sosial yang menarik karena media sosial ini fokus pada foto dan video durasi pendek, peningkatan citra dan hubungan timbal balik dibandingkan dengan media sosial lain yang berfokus pada kicauan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang dimanfaatkan oleh Dinporabudpar Kabupaten Banyumas dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Banyumas. Instagram @dinporabudpar_banyumas diteliti dengan menggunakan metode kualitatif dan analisis isi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik konten Instagram @dinporabudpar dalam mempromosikan potensi pariwisata di Banyumas. Data yang dikumpulkan melalui dokumentasi dari akun instagram @dinporabudpar_banyumas periode 21 September 2019 - 31 Desember 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga jenis konten di instagram @dinporabudpar_banyumas ditinjau dari segi pariwisata, yaitu wisata budaya, wisata alam, dan wisata kuliner. Karakteristik kontennya terbagi dalam bentuk foto dan video. Karakteristik konten ditinjau dari segi penggunaan bahasa yaitu formal dan informal. Sedangkan karakteristik konten ditinjau dari bentuk pesannya yaitu informatif dan persuasif. Peran konten pada instagram @dinporabudpar_banyumas dilihat pada postingan instagramnya berhasil mencapai tahap desire pada konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam mempromosikan potensi pariwisata di Banyumas.

Kata Kunci: Instagram, Analisis Isi, Promosi Pariwisata

ABSTRACT

**The Role of Content on Social Media
Instagram
@dinporabudpar_banyumas in
Promoting Tourism Potentials in
Banyumas
Shafira Anindyanari
(F1C016054)**

**Jenderal Soedirman University
Faculty of Social and Political
Sciences Departement of
Communication Studies
November 2020**

Instagram as an interesting social media because it focuses on short photos and video duration, image enhancement and reciprocal relationships compared to other social media that focuses on texts. Instagram is one of the social media used by Dinporabudpar Banyumas in increasing tourism potential in Banyumas. Instagram @dinporabudpar_banyumas was researched using qualitative methods and content analysis.

This study aims to determine how the characteristics of the instagram @dinporabudpar content in promoting tourism potential in Banyumas. Data collected through documentation from the @dinporabudpar_banyumas Instagram account for the period September 21 2019 - December 31 2019. The results of this study indicate that there are three types of content on Instagram @dinporabudpar_banyumas in terms of tourism, namely cultural tourism, natural tourism, and culinary tourism. The characteristics of the content are divided into photos and videos. Characteristics of content in terms of language use, namely formal and informal. While the characteristics of the content in terms of the form of the message, namely informative and persuasive. The role of content on instagram @dinporabudpar_banyumas seen in his instagram post has succeeded in reaching the stage of desire in the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action) in promoting tourism potential in Banyumas.

Key Words: Instagram, Content Analysis, Tourism Promotion