

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Serulingmas Zoo dalam memanfaatkan sosial media instagram sebagai sarana edukasi dan promosi serta untuk mengetahui kendala yang dihadapinya. Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu berupa kata deskriptif yang tertulis atau dari lisan orang dan perilaku yang bisa diamati. Metode pengumpulan data didapat dari observasi, wawancara dan dokumentasi, yang dalam menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Data yang dihasilkan dari informasi wawancara, observasi, analisis dokumen dan foto kegiatan atau postingan instagram kemudian di kumpulkan, dikelompokan, diringkas dan lalu disajikan secara sistematis berupa deskriptif analitis dan logis untuk dijadikan kesimpulan. Hasil penelitian ini berdasarkan observasi dan hasil wawancara dengan beberapa pihak terkait, serta melihat perkembangan akun @serulingmaszoo yang menunjukkan angka kunjungan wisata yang signifikan. Ada 268 jumlah konten yang memuat unsur edukasi dan telah di posting selama tahun 2024, juga telah memposting kurang lebih 271 kontens yang bersifat promosi.

Kata kunci : Media Sosial Instagram, Promosi, Edukasi, SOSTAC

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze Serulingmas Zoo's use of Instagram as a social media platform for education and promotion and to identify the challenges it faces. The research method used is a descriptive qualitative approach, consisting of written or spoken descriptive words and observable behavior. Data collection methods were obtained through observation, interviews, and documentation. Informants were selected using a purposive sampling technique, which is determined intentionally based on specific criteria or considerations. Data generated from interviews, observations, document analysis, and photos of activities or Instagram posts were then collected, grouped, summarized, and presented systematically in descriptive, analytical, and logical form to draw conclusions. The results of this study are based on observations and interviews with several relevant parties, as well as the development of the @serulingmaszoo account, which indicates a significant increase in tourist visits. There were 268 educational content posts posted during 2024, along with approximately 271 promotional posts.

Keywords: Instagram Social Media, Promotion, Education, SOSTAC