

ABSTRACT

This research was supported by phenomenon of the event of social media as new media. Especially Instagram. Whose presence is ready to form it easy for its users to seek out information and other information easily and quickly online. Instagram has various functions as a medium for the exploration, information media, and even pro-motional media. From this phenomenon, the aim of this study is to find the management of social media Instagram by Admin @explorepurwakarta in promoting tourism objects in Purwakarta. During this research, the relevant theory is the Social Media Management theory from Friedrichsen & Wolfgang. This research uses a qualitative approach with a descriptive type. The informant of this research is the Admin of the Instagram account @explorepurwakarta. This research uses a qualitative approach with a descriptive type. The sampling technique had utilized by researchers is purposive sampling technique. Data collection techniques were administrated in 3 ways , namely, interviews, observation, and documentation. Meanwhile, the data analysis technique had used the Miles and Huberman model data analysis technique, namely data collection, data reduction, data presentation, and also the conclusion verification. Meanwhile, to check the validity of the data, researchers had used triangulation data sources and triangulation techniques. The results of this study show that there are four stages of social media management in line with Friedrichsen & Wolfgang, 1.) Define The Value Proposition, at this stage the background of the booming phenomenon of Instagram as social media. 2.) Segmentation, Targeting, Positioning, at this stage @explorepurwakarta maps the audience group in terms of segmentation, target, and place. 3.) Operations and Delivery Process, this step @explorepurwakarta carries out the method of managing and disseminating information to be published within the gallery or @explorepurwakarta's Instagram feed. 4.) Measurement and Feedback, this last stage @explorepurwakarta uses User Content Generator (UGC) to involve interaction with audiences or follower to induce feedback.

Keyword : Promotion, Social Media, Instagram, Tourism

ABSTRAK

Penelitian ini berdasarkan pada fenomena berkembangnya media sosial sebagai media baru. Khususnya media sosial Instagram yang kehadirannya mampu memberikan kemudahan untuk penggunanya dalam mencari suatu informasi dan lainnyadengan mudah dan cepat secara online. Instagram memiliki berbagai fungsi sebagai media eksplorasi, media informasi, bahkan media promosi. Dari fenomena ter-sebut ditetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengelolaan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Admin @explorepurwakarta dalam mempro-mosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta. Dalam penelitian ini teori yang relevan adalah teori Manajemen Media sosial dari Friedrichsen & Wolfgang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Informan penelitian ini adalah Admin akun Instagram @explorepurwakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dil-akukan dengan tiga cara yaitu, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknis analisis data, menggunakan teknis analisis data model Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi kesimpulan. Sedangkan untuk uji keabsahan data, peneliti menggunakan data triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat tahap pengelolaan media sosial menurut Friedrichsen & Wolfgang, 1.) *Define The Value Proposition*, pada tahap ini dilatar belakangi mengenai fenomena *booming*-nya Insta-gram sebagai media sosial. 2.) *Segmentation, Targetting, Positioning*, pada tahap ini @explorepurwakarta memetakan kelompok khalayak dari segi segmentasi, target, dan posisi. 3.) *Operations and Delivery Process*, langkah ini @explorepurwakarta melakukan proses pengelolaan dan penyebaran informasi yang akan dipublikasikan ke dalam gallery atau feed Instagram @explorepurwakarta. 4.) *Measurement and Feedback*, tahap terakhir ini @explorepurwakarta memanfaatkan *User Generator Content* (UGC) untuk melibatkan interaksi dengan khalayak atau *follower* guna mendapatkan *feedback* atau timbal balik.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial, Instagram, Wisata

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dumasarkeun kana fenomena kamekaran media sosial. Utamana media sosial Instagram. Anu tiasa ngajantenkeun gampang pikeun men-dakeun inpormasi sareng anu sanesna sacara online. Instagram ngagaduhan sababa-raha fungsi salaku media eksplorasi, media inpormasi, sareng media promosi. Tina fenomena ieu, tujuan panalungtikan nyaeta pikeun nangtukeun media sosial Instagram ku Admin @explorepurwakarta dina ngamajukeun obyek wisata di Kabupaten Purwakarta. Dina panalungtikan ieu, tiori anu merenah nyaeta tiori Manajemen Media Sosial ti Frieddrichsen & Wolfgang. Pananglutikan ieu ngagunakeun pendekatan kualitatif kalayan jenis deskriptif. Anu jadi informan tina panalungtikan ieu nyaeta Admin akun Instagram @explorepurwakarta. Tehnik sampling anu digunakeun ku panalungtikan nyaeta tehnik purposive sampling. Tehnik ngumpulkeun data dilakukeun ku tilu cara, nyaeta wawancara, observasi, sareng dokumentasi. Samentawis eta, tehnik analisis data ngagunakeun tehnik analisis data model Miles sareng Huberman, nyaeta ngumpulkeun data, reduksi data, sareng verifikasi kacindekan. Samentawis eta, pikeun nguji validitas data, panaliti ngagunakeun sumber data triangulasi sareng tehnik triangulasi. Hasil tina panalungtikan ieu nunjukeun yen aya opat tahapan manajemen media sosial numutkeun Friedrichsen & Wolfgang, 1.) Define The Value Proposition, dina tahap ieu kasangtukung kajadian booming-na Instagram salaku media sosial. 2.) Segmentation, Targetting, Positioning, dina tahap ieu @explorepurwakarta peta kelompok pamirsa dina hal pamisahan, udagan, sareng posisi. 3.) Operations and Delivery Process, langkah ieu @explorepurwakarta ngalaksanakeun proses ngatur sareng nyebarkeun inpormasi pikeu dimuat gallery atanapi feed Instagram @explorepurwakarta. 4.) Measurement and Feedback, tahap terakhir ieu @explorepurwakarta ngagunakeun User Generator Content (UGC) pikeun ngalibetkeun interaksi sareng pamiarsa atanapi follower dina raraga kengingkeun tanggapan atanapi feedback.

Kecap Konci: Promosi, Media Sosial, Instagram, Wisata