

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Disbudpar Kota Bandung”. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam upaya meningkatkan, mengembangkan, memberitahu kepada masyarakat tentang sebuah perusahaan menggunakan aplikasi ini dan mengetahui hasil dari pemanfaatan media sosial instagram yang telah dilakukan.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi dari lima aspek yaitu Hiburan (*Entertainment*), Interaksi (*Interaction*), *Trendiness*, *Customization*, dan *Word Of Mouth*.

Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan Studi Deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Computer Mediated Communication (CMC)*. Teknik pengumpulan data peneliti dilakukan dengan cara studi literature, studi dokumentasi, observasi, wawancara dengan melibatkan informan serta menambah kelengkapan data peneliti juga menggunakan internet searching.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dilakukan melalui lima aspek yakni Hiburan (*Entertainment*), Interaksi (*Interaction*), *Trendiness*, *Customization*, dan *Word Of Mouth* sudah baik dalam penyampaian informasi yang diberikan melalui akun tic.bandung, meskipun masih ada beberapa kekurangan karna hal itu wajar, untuk kedepannya masih bisa diperbaiki dan lebih baik lagi dalam konsistensi pembuatan konten.

Kata Kunci: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, *Computer Mediated Communication*

ABSTRACT

This research is entitled "Utilization of Instagram Social Media as Promotional Media for the Bandung City Disbudpar". The aim is to find out how the Bandung City Culture and Tourism Department uses Instagram social media in an effort to improve, develop, inform the public about a company using this application and find out the results of the use of Instagram social media that has been carried out.

The aim of preparing this thesis is to determine the use of Instagram social media as a promotional medium from five aspects, namely Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, and Word Of Mouth.

The research method used is the Qualitative Research Method with a Descriptive Study approach. The theory used in this research is Computer Mediated Communication (CMC). The researcher's data collection techniques were carried out by means of literature study, documentation study, observation, interviews involving informants and adding to the completeness of the researcher's data by also using internet searching.

Based on the research results, it can be concluded that the use of social media as a promotional medium is carried out through five aspects, namely Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization and Word of Mouth, which is good in conveying information provided via the tic.bandung account, although it is still There are some shortcomings because this is normal, in the future it can still be improved and the consistency of content creation even better.

Keywords: Bandung City Culture and Tourism Office, Computer Mediated Communication

RINGKESAN

Panaliti ieu judulna “Pamangpaatan Média Sosial Instagram Sabagé Média Promosi Disbudpar Kota Bandung”. Tujuanana pikeun mikanyaho kumaha Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung ngagunakeun média sosial Instagram dina usaha ngaronjatkeun, mekarkeun, ngainformasikeun ka masarakat ngeunaan hiji pausahaan anu ngagunakeun aplikasi ieu sarta manggihan hasil tina pamakéan média sosial Instagram anu geus dilaksanakan.

Tujuan tina nyusun skripsi ieu nyaéta pikeun nangtukeun pamakéan média sosial Instagram salaku média promosi tina lima aspék, nya éta Hiburan, Interaksi, Trendiness, Kustomisasi, jeung Word Of Mouth.

Métode panaliti anu digunakeun nyaéta Métode Panalungtikan Kualitatif kalawan pendekatan Studi Deskriptif. Teori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta Computer Mediated Communication (CMC). Téhnik ngumpulkeun data panalungtik dilaksanakeun ku cara studi pustaka, studi dokuméntasi, obsérvasi, wawancara ngalibetkeun informan jeung nambahan kalengkepan data panalungtik ku cara ogé ngagunakeun internet searching.

Hasil panalitu ieu nunjukeun, bisa dicindekkeun yén ngagunakeun média sosial salaku média promosi dilaksanakeun ngaliwatan lima aspék, nya éta Hiburan, Interaksi, Trendi, Kustomisasi jeung Word of Mouth, anu alus dina nepikeun informasi anu disayogikeun ngaliwatan tic.bandung najan masih keneh aya kakurangan sabab hal ieu lumrah, kahareupna masih bisa dironjatkeun jeung konsistensi kreasi eusina leuwih alus.

Kata Kunci: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Komunikasi Bermedia Komputer