

ABSTRAK

Penggunaan media sosial instagram memunculkan terciptanya banyak peluang di berbagai bidang termasuk dalam kebutuhan informasi juga promosi melalui unggahan-unggahan yang di bagikan di media sosial mampu memberikan informasi serta menimbulkan daya tarik bagi pengguna instagram. Promosi melalui media *online* merupakan cara efektif untuk memperkenalkan keanekaragaman kuliner. Akun Instagram @kulineryogya sebagai alat promosi kuliner untuk wilayah Yogyakarta mampu memperkenalkan tempat kuliner wisata kepada masyarakat lokal dan wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui data kuantitatif unit analisis kategori paling dominan pada unggahan akun @Kulineryogya pada media instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah isi media sosial instagram pada akun @kulineryogya pada periode 1 juni 2019 sampai dengan 28 juni 2019. Data dikumpulkan melalui data primer yang yang diperoleh peneliti langsung dari unggahan foto instagram @kulineryogya periode 1 juni 2019 sampai dengan 28 juni 2019. Hasil penelitian ini merupakan isi pesan pada unggahan akun @kulineryogya yang paling dominan pada media sosial instagram yaitu deskripsi caption persuasif, jam operasional, sudut pandang gambar 45 deggres, komentar positif dan like. Elemen-elemen isi pesan yang diunggah dalam akun instagram @kulineryogya mampu memenuhi syarat sebagai media preferensi wisata kuliner dan sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi followers dan pengguna instagram.

Kata kunci : Instagram, @kulineryogya, wisata kuliner

ABSTRACT

The use of social media has created many opportunities in various areas, including the need for information as well as promotions that are Shared on social media that provide information and create a attraction for instagram users. Promotions through online media are an effective way to introduce culinary diversity. @kulineryogya's instagram account as a culinary tool for the yogyakarta region was able to introduce local and tourist culinary outlets. The purpose of this study is to know the data of the most dominant category analysis unit on @kulineryogya account upload on instagram. The research method used is a quantifiable content analysis with a descriptive approach. The population in this study is the content of social media instagram on @kulineryogya from June 1, 2019 to 28 June 2019. Data are collected via primary data obtained by researchers directly from instagram photo upload @kulineryogya from June 1, 2019 to 28 June 2019. Hasil penelitian ini merupakan isi pesan pada unggahan akun @kulineryogya yang paling dominan pada media sosial instagram yaitu deskripsi caption persuasif, jam operasional, sudut pandang gambar 45 deggres, komentar positif dan like. The message's content elements posted on @kulineryogya are able to qualify as a culinary tourist preferred media and can satisfy the need for information to followers and instagram users.

Keywords : Instagram, @Kulineryogya, Culinary Tours.