

ABSTRAK

Media sosial merupakan platform yang bersifat sangat terbuka yaitu memungkinkan siapapun untuk memproduksi dan mengkonsumsinya. Hal ini membuat media sosial mendominasi konten internet sebagai yang paling sering di akses masyarakat Indonesia. Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang melihat bahwa media sosial khususnya Instagram dapat menjadi sarana publikasi yang efektif dan dapat dimanfaatkan dengan baik sebagai konten postingan akun Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dalam membangkitkan kembali destinasi wisata dengan mempopulerkan kembali wisata yang ada di Kabupaten Semarang yang menonjolkan citra pariwisata di situasi pandemi. Tahapan dalam penelitian ini menggunakan kerangka teori *The Five Canon Of Rhetoric* dari Aristoteles kemudian dihubungkan dengan konsep retorika visual relevan untuk menggambarkan sejumlah postingan foto dan video pada akun Instagram konten yang ada di dalam akun Instagram sedangkan metode yang digunakan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan dan memperoleh informasi mengenai fenomena atau peristiwa secara sistematis. Tujuan penelitian untuk mengetahui penggunaan akun Instagram dalam membangun citra pariwisata dan mengetahui aspek- aspek kreativitas dalam mengelola Instagram Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Semarang mengenai konten tren terkini, kemudian publikasi event pariwisata, perihal kebijakan berwisata dalam situasi pandemi, dan tentang pentingnya sertifikat CHSE yaitu kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan efektif dalam menyampaikan informasi bagi calon masyarakat. Kesuksesan Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dalam mengembangkan citra pariwisata daerah tidak lepas dari kreativitas beberapa pihak pengelola pariwisata dan didukung oleh penggunaan akun Instagram.

Kata kunci: *Instagram, Pariwisata, Konten.*

ABSTRACT

Social media is a very open platform that allows anyone to produce and use it. This makes social media dominate internet content as the most frequently accessed by Indonesian people. The Semarang Regency Tourism Office sees that social media, especially Instagram, can be an effective means of publication and can be well utilized as the content of the Semarang Regency Tourism Office's Instagram account post in revitalizing tourist destinations by re-popularizing tourism in Semarang Regency which highlights the image of tourism in the current situation. The stages in this research use the theoretical framework of The Five Canon Of Rhetoric from Aristotle and then connected with the concept of relevant visual rhetoric to describe a number of photo and video posts on Instagram accounts, content in Instagram accounts, while the method used is descriptive qualitative to describe and obtain information about phenomena or events systematically. The purpose of the study was to determine the use of Instagram account in building a tourism image and to find out aspects of creativity in managing Instagram account at the Semarang Regency Tourism Office. The results of this study indicate that the promotion of tourism destinations in Semarang Regency regarding the latest trend content, then publication of tourism events, regarding travel policies in a pandemic situation, and about the importance of CHSE certificates, namely cleanliness, health, safety, and environmental sustainability are effective in conveying information for candidate for society. The success of the Semarang Regency Tourism Office in developing the image of regional tourism cannot be separated from the creativity of stakeholders and is supported by the Instagram accounts users.

Keywords: *Instagram, Tourism, Content.*