

DAFTAR ISI

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA INFORMASI PARIWISATA PADA MASA PEMULIHAN PANDEMI COVID -19.....	i
(Analisis Isi Instagram <i>Feed</i> @visitingjogja Dinas Pariwisata DIY Periode 13 September 2021 – 31 Maret 2022).....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	8
1.3. TUJUAN PENELITIAN	9
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.4.1. Manfaat Akademik.....	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. KERANGKA TEORI DAN PEMIKIRAN	10
1.5.1. Teori Logika Penyusunan Pesan Barbara O’Keefe.....	10
1.5.2. <i>Digital Tourism</i> dalam Media Sosial	13
BAB II.....	18
2.1. Pariwisata Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19.....	18
2.2. Program <i>Digital Tourism</i> di Indonesia.....	21
2.3. Media Sosial Instagram	25

2.4.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.4.1.	Efektivitas Instagram dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Daerah Istimewa Yogyakarta.....	30
2.4.2.	Membedah <i>Feeds</i> Instagram Produk <i>Skincare</i> Lokal (Analisis Isi Kuantitatif Akun Instagram Avoskin)	31
2.4.3.	Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali ..	32
BAB III.....		34
3.1.	Jenis Penelitian	34
3.2.	Objek Penelitian	36
3.3.	Unit Analisis dan Kategorisasi	36
3.4.	Definisi Operasional.....	39
3.5.	Populasi dan Sampel.....	45
3.6.	Sumber Data	48
3.7.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.8.	Uji Validitas.....	49
3.9.	Uji Reliabilitas.....	50
BAB IV		62
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1.	Profil Dinas Pariwisata DIY.....	62
4.1.2.	Profil Instagram @visitingjogja.....	65
4.2.	Hasil Penelitian.....	67
4.2.1.	Gambaran Umum Penelitian	67
4.2.2.	Uraian Hasil Penelitian	68
4.3.	Pembahasan	102
BAB V.....		111
5.1.	Kesimpulan.....	111
5.2.	Saran	112
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN.....		123