

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PENGGUNAAN INSTAGRAM  
SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PARIWISATA DI MUSEUM GULA DE  
TJOLOMADOE KARANGANYAR TAHUN 2018 – 2019**

**ABSTRAK**

Proses interaksi antar masyarakat saat ini menggunakan media sosial. Media sosial digunakan sebagai sarana penyebaran informasi. Situs pariwisata Museum Gula De Tjolomadoe Karanganyar menggunakan media sosial Instagram dalam penyebaran informasi. Penelitian dilakukan di Museum Gula De Tjolomadoe Karanganyar dalam periode 2018-2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram sebagai sarana penyebaran informasi komunikasi pariwisata di De Tjolomadoe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses penyebaran informasi dilakukan dengan fitur-fitur yang terdapat di instagram yaitu *instagram story*, komentar, unggahan tema yang sama dalam 1 baris dan *direct messages*. Namun pengelola juga memberikan akses kepada pengguna untuk mendapat informasi lebih sekaligus berinteraksi antar sesama pengguna, melalui *repost* unggahan. Penggunaan instagram meskipun belum maksimal, namun sudah tepat sasaran dan tepat guna di De Tjolomadoe.

**Kata Kunci:** *New Media*, Media Sosial, Instagram, Komunikasi Pariwisata

# **QUALITATIVE DESCRIPTIVE ANALYSIS OF USING INSTAGRAM AS A MEANS OF TOURISM COMMUNICATION AT THE SUGAR MUSEUM DE TJOLOMADOE KARANGANYAR IN 2018-2019**

## **ABSTRACT**

The process of interaction between communities currently using social media. Social media is used as a means of disseminating information. Sugar Museum De Tjolomadoe tourism site in Karanganyar uses Instagram in disseminating information. The research was conducted at the sugar museum de tjolomadoe karanganyar in the period 2018-2019. This study aims to determine the use of Instagram social media as a means of disseminating communication of tourism in De Tjolomadoe. The results showed that the information dissemination process was carried out with features in Instagram, instagram stories, comments, uploads with the same theme in 1 grid and direct messages. But they also gives users access to have more information while interacting with other users through upload reposts. Although using Instagram is not maximized, but it's right on target and effective in De Tjolomadoe.

**Key Words:** New Media, Social Media, Instagram, Communication of Tourism