

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Analisis Isi Konten Instagram @Jakartabiennale Sebagai Media Promosi Dalam Pelaksanaan Exhibition Jakarta Biennale 2021

Rimba Shafa Anindya Waranggani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77106&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan perkembangan teknologi, promosi bisa memanfaatkan media baru yaitu media sosial sebagai cara mempromosikan tujuan wisata yang sudah tergolong tertinggal. Instagram yang memiliki banyak fitur dimanfaatkan oleh Jakarta Biennale untuk mempromosikan pameran yang diadakan di Museum Kebangkitan Nasional yang tergolong wisata tertinggal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggambaran isi konten instagram @jakartabiennale sebagai media promosi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Content Marketing, strategi ini memfokuskan pada pembuatan dan pendistribusian konten yang bernilai, relevan, dan konsisten supaya dapat menarik perhatian khalayak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan metode analisis isi. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah konten instagram @jakartabiennale terdapat khas desain tema ?ESOK? yang berada di pojok kiri atas, caption yang dituliskan terdiri dari 2 paragraf berisi sebuah informasi gambar dan registrasi kunjungan pameran, hashtag #museumkebangkitannasional #biennaleart #artinpandemic #ESOK ditambahkan sebagai faktor pendukung, geotagging ditambahkan untuk membantuk dalam pencarian lokasi pameran. Saran peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah menggunakan konsep marketing pemasaran untuk mengetahui lebih dalam mengenai promosi, dan metode kuantitatif untuk mengetahui bagaimana pengaruh pameran dalam meningkatkan jumlah pengunjung Museum.