



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN GUNUNGGKIDUL MELALUI INSTAGRAM @pariwisata\_gunungkidul DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA

Gurit Ardyatma  
5201711131

Dinas Pariwisata Gunungkidul merupakan salah satu instansi pemerintah yang telah memiliki akun Instagram guna untuk melakukan penyebaran informasi kepada *followers*-nya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul melalui Instagram @pariwisata\_gunungkidul dalam mempromosikan pariwisata. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Model analisis menggunakan teori *The Circular Model of SOME*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan pada tahap *share*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menggunakan media sosial Instagram guna menyebarkan informasi dalam mempromosikan pariwisata. Selanjutnya pada tahap *optimize*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mengoptimalkan penggunaan instagram dengan melihat dan memahami komentar yang masuk. Selanjutnya pada tahap *manage*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul melakukan pengelolaan media sosial Instagram agar lebih optimal dalam mempromosikan pariwisata. Terakhir tahap *engage*, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul membangun keterikatan dengan penggiat media sosial atau *influencer* dalam mempromosikan pariwisata.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Instagram, Analisis SOME, Pariwisata

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION STRATEGY OF THE GUNUNGKIDUL REGENCY TOURISM OFFICE THROUGH INSTAGRAM @pariwisata\_gunungkidul IN PROMOTING TOURISM**

Gurit Ardyatma  
5201711131

*The Gunungkidul Tourism Office is a government agency that has established an Instagram account to disseminate information to its followers. This research aims to identify the communication strategies the Gunungkidul Regency Tourism Office employs through its Instagram account, @pariwisata\_gunungkidul, in promoting tourism. A qualitative method with a descriptive approach was utilized for this study. The analysis model is based on The Circular Model of SOME. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that during the sharing stage, the Gunungkidul Regency Tourism Office utilizes Instagram as a platform to disseminate information and promote tourism. Additionally, in the optimization stage, the office enhances its use of Instagram by actively monitoring and responding to incoming comments. In the management stage, the Gunungkidul Regency Tourism Office effectively manages its Instagram presence to maximize its impact on tourism promotion. Finally, the office fosters relationships with social media activists and influencers in the engagement stage to further promote tourism.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Instagram, SOME Analytics, Tourism*