

# PENERAPAN KOMUNIKASI MELALUI INSTAGRAM MENURUT PERSEPSI PENGUNJUNG PADA MONUMEN YOGYA KEMBALI

Iin Fajarwati

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan komunikasi melalui Instagram menurut persepsi pengunjung pada Monumen Yogya Kembali. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan *simple random sampling* sejumlah 100 responden. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner. Monumen Yogya Kembali berupaya untuk menerapkan komunikasi massa dengan baik. Hasil analisis variabel komunikasi Instagram diperoleh rata-rata tiap indikatornya yaitu pada indikator *frekuensi* sebesar 2,57, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung pernah mengunjungi dan mengkonsumsi isi pesan dari Instagram Monumen Yogya Kembali. Pada indikator *durasi* 2,46, ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung mengunjungi akun Instagram Monumen Yogya Kembali dengan *durasi* kurang dari 15-30 detik. Pada indikator *atensi* sebesar 2,74, ini menunjukkan bahwa pengunjung mayoritas memperhatikan dengan baik informasi yang dibagikan oleh akun Instagram Monumen Yogya Kembali melalui berbagai *fitur* aplikasi Instagram. Pada indikator *intensity* sebesar 2,95, hal ini menunjukkan bahwa pengunjung melihat perkembangan informasi mengenai Monumen Yogya Kembali dari adanya interaksi akun-akun media sosial seperti *tag account* serta ulasan pada akun Instagram. Pada indikator *content* sebesar 2,95, Yang berarti bahwa mayoritas pengunjung mengetahui informasi terkait Monumen Yogya Kembali dari interaksi akun yang menandai Instagram Monumen Yogya Kembali. Hal ini berarti pengunjung setuju bahwa Monumen Yogya Kembali mampu menerapkan komunikasi melalui Instagram dengan baik. Monumen Yogya Kembali diharapkan meningkatkan *frekuensi* interaksi melalui Instagram. Monumen Yogya Kembali diharapkan menciptakan *content* yang menarik agar meningkatkan *durasi* dan *atensi* para pengguna Instagram.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Massa, Frekuensi, Durasi, Atensi, Intensitas, Konten*

*Jr 18/3 '21*

## **IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION THROUGH INSTAGRAM BY VISITOR'S PERCEPTION ON MONUMEN YOGYA KEMBALI**

***Iin Fajarwati***

### ***Abstract***

*This study aims to determine the application of communication via Instagram according to the perceptions of visitors to the Yogya Kembali Monument. This research uses descriptive analysis. This study used simple random sampling of 100 respondents. Primary data collection in this study was conducted using a questionnaire method. Yogya Kembali Monument tries to implement mass communication well. The results of the analysis of Instagram communication variables obtained an average of each indicator, namely the frequency indicator of 2.57, this shows that the majority of visitors have visited and consumed the message content of the Yogya Kembali Monument Instagram. The 2.46 duration indicator shows that the majority of visitors visit the Yogya Kembali Monument Instagram account with a duration of less than 15-30 seconds. The attention indicator is 2.74, this shows that the majority of visitors pay attention to the information shared by the Yogya Kembali Monument Instagram account through various features of the Instagram application. The intensity indicator is 2.95, this shows that visitors see the development of information about the Yogya Kembali Monument from the interaction of social media accounts such as tag accounts and reviews on Instagram accounts. The content indicator is 2.95, which means that the majority of visitors know the information related to the Yogya Kembali Monument from the account interactions that mark the Yogya Kembali Monument Instagram. This means that visitors agree that the Yogya Kembali Monument is able to implement communication through Instagram well. The Yogya Kembali Monument is expected to increase the frequency of interactions via Instagram. The Yogya Kembali Monument is expected to create interesting content in order to increase the duration and attention of Instagram users.*

***Keywords:*** *Mass Communication, Frequency, Duration, Attention, Intensity, Content*

