

PEMANFAATAN AKUN PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA KULINER

AJENG GITA PERMATA SARI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pemanfaatan Akun Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor sebagai Media Informasi Wisata Kuliner” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Ajeng Gita Permata Sari
J0301211145

RINGKASAN

AJENG GITA PERMATA SARI. Pemanfaatan Akun Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. Dibimbing oleh BURHANUDDIN.

Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku pencarian informasi masyarakat, termasuk dalam bidang pariwisata dan kuliner. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial visual yang dominan, memainkan peran penting dalam membentuk referensi, citra destinasi, serta pengambilan keputusan konsumen terhadap destinasi kuliner. Akun @smilingbogorcitiy, yang dikelola oleh Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, menjadi salah satu media digital strategis yang memanfaatkan kekuatan visual untuk menyampaikan informasi wisata lokal, khususnya kuliner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi motif kebutuhan serta menganalisis bentuk kepuasan yang diperoleh pengguna Instagram dari konten akun @smilingbogorcitiy sebagai sumber informasi wisata kuliner di Kota Bogor. Metode yang digunakan penelitian ini ialah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan terhitung dari bulan April hingga Juni 2025.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna mengakses akun @smilingbogorcitiy dengan berbagai motif yang sesuai dengan empat kategori dalam teori Uses and Gratifications (Katz *et al.* 1973), yaitu motif kognitif (mencari informasi aktual dan terpercaya), integratif personal (pencerminan identitas diri dan gaya hidup), integratif sosial (mempererat hubungan sosial), dan pelarian (escapism dari rutinitas). Selain itu, pengguna juga memperoleh beragam bentuk kepuasan dari konten yang disajikan, antara lain kepuasan atas kualitas visual, informasi kuliner yang relevan, serta pengalaman interaktif yang memperkuat keterlibatan dengan akun tersebut. Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dalam memperkuat kajian pemanfaatan media sosial berbasis *Uses and Gratification* serta secara praktis memberikan rekomendasi strategi komunikasi digital bagi instansi pemerintah dalam optimalisasi konten berbasis kebutuhan pengguna. Akhirnya, penelitian ini menekankan pentingnya memahami dinamika audiens dalam mengakses media sosial agar dapat mengembangkan pola komunikasi publik yang adaptif, informatif, dan partisipatif di era digital.

Kata Kunci: Instagram, *Uses and Gratification*, Wisata kuliner.



SUMMARY

AJENG GITA PERMATA SARI. Utilization of the Bogor City Tourism and Culture Office Promotion Account as a Culinary Tourism Information Medium. Guided By BURHANUDDIN.

The development of digital technology and the increasing penetration of the internet in Indonesia have driven significant changes in people's information-seeking behavior, including in the fields of tourism and culinary arts. Instagram, as one of the dominant visual social media platforms, plays a crucial role in shaping references, destination imagery, and consumer decision-making regarding culinary destinations. The @smilingbogorcity account, managed by the Public Relations Office of the Tourism and Culture Department of Bogor City, serves as a strategic digital platform leveraging visual appeal to disseminate local tourism information, particularly culinary-related content.

This study aims to identify the motives behind users' needs and analyze the forms of satisfaction obtained by Instagram users from the content of the @smilingbogorcity account as a source of culinary tourism information in the city of Bogor. The research method used is descriptive qualitative, with data collection methods including in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. This research was conducted over a period of three months, from April to June 2025.

The results of the study indicate that users access the @smilingbogorcity account for various reasons that correspond to the four categories in the Uses and Gratifications theory (Katz *et al.* 1973), namely cognitive motives (seeking current and reliable information), personal integrative motives (reflecting personal identity and lifestyle), social integrative motives (strengthening social relationships), and escapism (escaping from routine). Additionally, users derive diverse forms of satisfaction from the content presented, including satisfaction with visual quality, relevant culinary information, and interactive experiences that enhance engagement with the account. This study contributes theoretically to strengthening research on the use of social media based on the Uses and Gratification model and practically provides recommendations for digital communication strategies for government agencies in optimizing content based on user needs. Finally, this study emphasizes the importance of understanding audience dynamics in accessing social media to develop adaptive, informative, and participatory public communication patterns in the digital age.

Keywords: Culinary Tourism, Instagram, *Uses and Gratification*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PEMANFAATAN AKUN PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BOGOR SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA KULINER

AJENG GITA PERMATA SARI

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Yusalina, M.Si.

Perpustakaan IPB University



Judul Laporan : Pemanfaatan Akun Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kota Bogor sebagai Media Informasi Wisata Kuliner

Nama : Ajeng Gita Permata Sari

NIM : J0301211145

Disetujui oleh

Pembimbing :

Dr.Ir. Burhanuddin, M.M



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.

NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.

NIP 196607171992031001





Tanggal Ujian:
(13 Agustus 2025)

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan April sampai bulan Juni 2025 ini ialah Pemanfaatan Media Sosial. Adapun judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Pemanfaatan Akun Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor sebagai Media Informasi Wisata Kuliner”.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan tersusun tanpa adanya dukungan, bantuan, dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ir. Burhanuddin, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun mulai dari sebelum penelitian hingga penyelesaian penulisan laporan akhir ini.
2. Dr. Yusalina, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran yang membangun untuk perbaikan pada laporan akhir ini.
3. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Sekolah Vokasi IPB University, atas ilmu, pengalaman, dan motivasi yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
4. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University, atas dukungan dan arahan akademik yang telah diberikan selama masa studi.
5. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University.
6. Orang tua dan keluarga atas kasih sayang, do'a, serta dukungan yang tiada henti selama proses studi hingga penyusunan laporan akhir terapan ini.
7. Teman-teman terdekat penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah menjadi bagian dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, serta dukungan yang tidak pernah putus hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis terbuka dalam segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi kontribusi positif dalam pengembangan ilmu komunikasi digital dan media.

Bogor, Agustus 2025

Ajeng Gita Permata Sari

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Media Sosial	5
2.1.1 Karakteristik Media Sosial	5
2.2 Instagram	6
2.3 Informasi	7
2.4 Kuliner	10
2.5 Uses and Gratification	12
2.6 Penelitian Terdahulu	11
2.7 Kerangka Pemikiran	17
III METODE	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu	19
3.3 Data dan Instrumen	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Teknik Analisis	22
3.6 Subjek Penelitian	22
3.7 Luaran Penelitian	22
3.8 Uji Keabsahan Data	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum	25
4.1.1 Gambaran Umum Akun Instagram @smilingbogorcity	25
4.1.2 Gambaran Khusus Pengguna Akun Instagram @smilingbogorcity	27
4.2 Motif yang Mendorong Pengguna Mengakses Konten Instagram @smilingbogorcity	35
4.5 Kepuasan yang diperoleh Pengguna dari Konten Instagram @smilingbogorcity	40
V SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	73



DAFTAR TABEL

1	Rentang Usia Pengguna Instagram Tahun 2025	1
2	Penelitian Terdahulu	12
3	Deskripsi Informan Penelitian	27
4	Jumlah Postingan Akun Instagram @smilingbogorcity	34

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Pemikiran	17
2	Profil Akun Instagram @disparbudkotabogor	25
3	Profil Akun Instagram @smilingbogorcity	26
4	Bentuk Informasi Foto Instagram @smilingbogorcity	30
5	Bentuk Informasi Video Instagram @smilingbogorcity	32
6	Bentuk Informasi Carousel Instagram @smilingbogorcity	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi Bersama Informan	51
2	Transkrip Wawancara	54