

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu politik dan Ilmu Komunikasi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Eva Yuniasti (20130530189)

Opini Followers akun Instagram @jogjafood sebagai Referensi Wisata Kuliner

Tahun : 2018 + 95 Halaman + 19 Gambar + Lampiran

Daftar Pustaka : 12 Buku + 10 Jurnal + 3 Website + 3 Skripsi

Kemunculan sosial media Instagram tidak jarang menuai persoalan di masyarakat terhadap aktivitas yang diberikan oleh pengguna akun sosial media Instagram itu sendiri. Hal ini juga dirasakan oleh pengikut akun kuliner Instagram @jogjafood terkait aktivitas akun sosial media Instagram @jogjafood yang menimbulkan berbagai isu mengenai wisata kuliner yang sedang berkembang

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teknik pemilihan informan berupa *purposive sampling* dengan kriteria informan yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui teknik wawancara. Teknik analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, analisis data, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini yang muncul dipengaruhi oleh adanya persepsi, sikap dan konsensus yang ada di masyarakat. Dalam penanganan isu referensi wisata kuliner berkembang di akun sosial media Instagram @jogjafood realitanya ditemukan konsensus yang bergulir di dalamnya yang menyebabkan opini publik followers akun Instagram @jogjafood menjadi sebuah opini yang positif.

Kata Kunci : Opini Publik, @jogjafood, Referensi Kuliner

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Political Science and Communication Science
Communication Science Department
Concentration on Broadcasting
Eva Yuniasti (20130530189)
Followers' Opinion on Instagram Account @jogjafood as Reference to Culinary Tourism
Year:2018+95 Pages +19 Pictures +Appendix
References: 12 books+10 journals +3 websites + 3 undergraduate theses

The emergence of Instagram as one of social media platforms often leads to problems in the society related to the activities done by its users. This is also experienced by the Instagram followers of @jogjafood on the activities of this account causing various issues on culinary tourism that is flourishing now.

This research carried out descriptive qualitative method and the informants were selected through purposive random sampling. The data of the research were collected from interviews. The data analysis technique included data collection, data reduction, data display, data analysis, and conclusion drawing. The data validation was done through source triangulation.

The findings of the research reveal that the opinions are influenced by perception, attitude and consequence in the society. In handling the issues of culinary tourism reference in Instagram account @jogjafood, it is found that the rolling consensus causing public opinion of @jogjafood followers become a positive opinion.

Keywords: Public opinion, @jogjafood, culinary reference