

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Abu Huraerah**

**20120530176**

**Perilaku Komunikasi Followers Akun Instagram @explorejogja Dalam Mempromosikan Pariwisata Yogyakarta**

**Tahun Skripsi : 2016 + 74 halaman**

**Daftar Pustaka : Buku + Jurnal + Sumber Internet**

Penelitian ini meneliti mengenai perilaku komunikasi *followers* akun instagram @explorejogja dalam mempromosikan pariwisata di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi *followers* akun instagram @explorejogja dalam mempromosikan pariwisata di Yogyakarta.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara dengan responden dan studi dokumentasi dalam memperoleh data. Subjek dalam penelitian ini adalah *followers* akun instagram @explorejogja. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi data untuk menguji validitas data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi *followers* @explorejogja dalam hal mempromosikan pariwisata di Yogyakarta dipengaruhi oleh beberapa motivasi yaitu motivasi untuk mencari eksistensi, motivasi untuk mencari relasi, motivasi untuk berkembang atau pengembangan diri, motivasi untuk mendapatkan penghasilan dan para pengguna instagram dalam penelitian ini berharap karyanya dapat dihargai.

**Kata Kunci : Perilaku Komunikasi, Instagram, @explorejogja, Pariwisata.**

## **ABSTRACT**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Faculty of Social Science and Political Science  
Department of Communication  
Abu Huraerah  
20120530176**

**Cocommunicative Behavior of Followers from The Instagram Account  
@explorejogja On Promoting Yogyakarta Tourism**

**Thesis Year: 2016 + 74 pages**

**Bibliography: Books + Journals + Internet Resources**

This research is aimed and analyzes the communicative behavior of followers from the instagram account @explorejogja on promoting Yogyakarta's tourism.

A methodology of qualitative-descriptive from direct interviews and documentation studies were used to generate the data needed. The subject of this research is the Instagram account @explorejogja. Finally, to validate the data, the write used data triangulation method.

The study shows that the communicative behavior of the followers from @explorejogja on promoting Yogyakarta's tourism was motivated by the seeking of existence, expand networking, self development and efforts to have side earnings. The instagram users wish to have their work being appreciated.

**Keywords: communicative behaviour, instagram, @explorejogja, tourism**