

**ANALISA KONTEN PROMOSI EVENT “MABAR 5.0 RAMADAN
CULINARY FEST” PADA INSTAGRAM AVEON HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

GILANG ADITYA FERianto

21.96.2384

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

**ANALISIS KONTEN PROMOSI PROGRAM MABAR 5.0 RAMADAN
CULINARY FEST PADA INSTAGRAM AVEON HOTEL
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh
GILANG ADITYA FERianto
21.96.2384

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

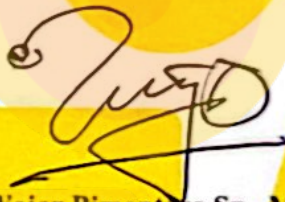
yang disusun dan diajukan oleh

Gilang Aditya Ferianto

21.96.2384

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Wajar Bimantoro Sn., M.Des.

NIK. 190302506

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS KONTEN PROMOSI PROGRAM MABAR 5.0 RAMADAN CULINARY FEST PADA INSTAGRAM AVEON HOTEL YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Gilang Aditya Ferianto
21.96.2384

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 23 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Rufki Ade Vinanda S.I.Kom, M.A
NIK. 190302657



Anggun Anindya S. S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302661



Wajar Bimantoro, Sn, M.Des
NIK. 190302506



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 23 Juni 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Gilang Aditya Ferianto
NIM : 21.96.2384

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Analisis Konten Promosi Program Mabar 5.0 Ramadan Culinary Fest pada Instagram Aveon Hotel Yogyakarta
Dosen Pembimbing : Wajar Bimantoro, Sn, M.Des

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 23 Juni 2026

Yang Menyatakan,



Gilang Aditya Ferianto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmatnya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dalam pengerjaan skripsi ini, saya mendapatkan banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, saya sampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat berupa sehat dan kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua, Bapak Agus Firmanto dan Ibu Rukayah atas segala dukungan dan motivasi sehingga dapat menghantarkan penulis sampai dititik pencapaian ini.
3. Keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
4. Bapak Wajar Bimantoro, Sn., M.Des selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta membangun motivasi yang positif dalam penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman 21IK02 yang sering membantu memberikan informasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul **“Analisis Konten Promosi Program Mabar 5.0 Ramadan Culinary Fest Pada Instagram Aveon Hotel Yogyakarta”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto. M.M selaku ketua Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Lutfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP, M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Wajar Bimantoro Sn., M.Des selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, mengarahkan serta memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
5. Bapak, Ibu dosen dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membekali ilmu pengetahuan umum, agama serta bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang Pendidikan S1.
6. Kepada teman-teman 21IK02 yang telah memberikan saran, motivasi dan dukungan kepada penulis.

7. Kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan bantuan selama penyusunan hingga pengumpulan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak guna kebaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca.

Wa'alaikumusalam. Wr, Wb.

Yogyakarta, 9 Juni 2026

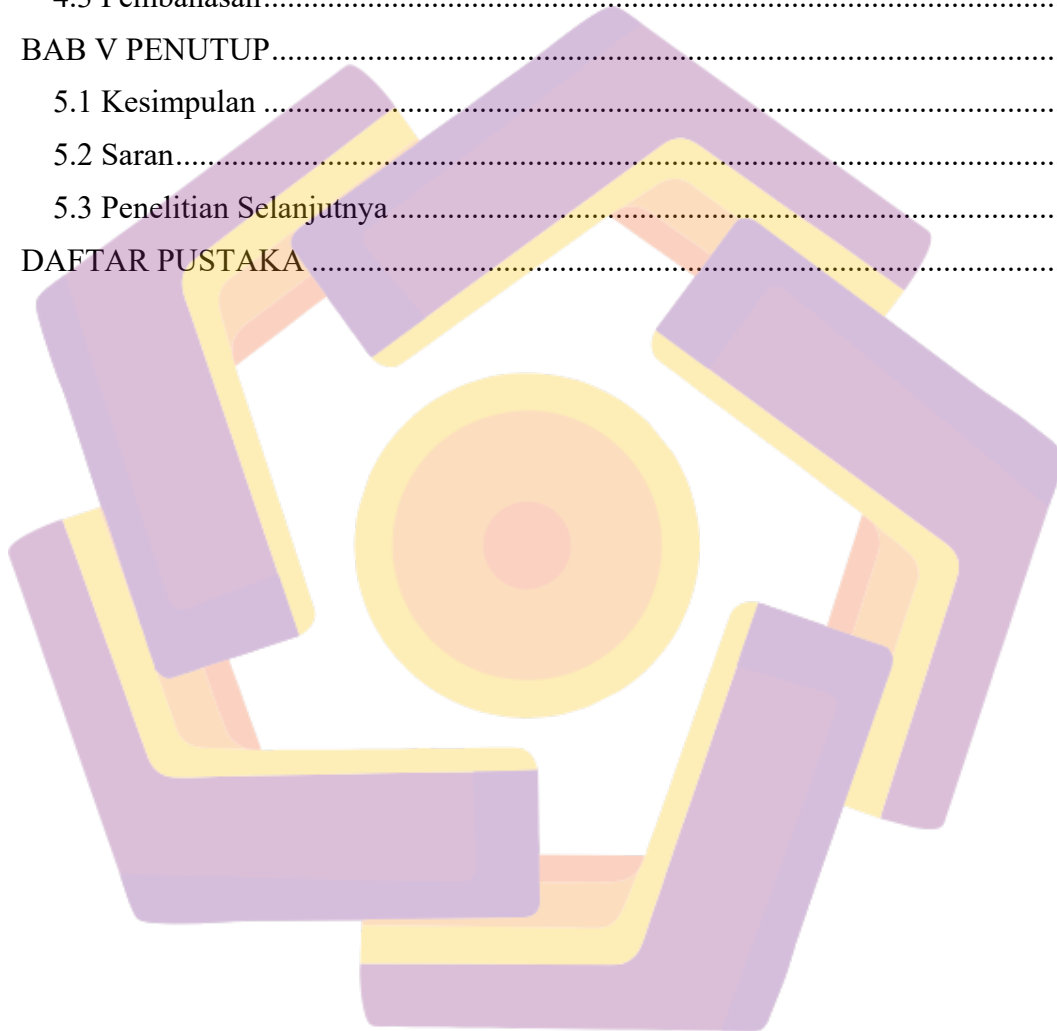


Gilang Aditya Ferianto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Pendekatan Penelitian	21
3.3 Metode Penelitian.....	22
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Waktu Penelitian	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	27

3.8 Keabsahan Data.....	28
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Deskripsi Objek.....	29
4.2 Temuan dan Analisis.....	31
4.3 Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
5.3 Penelitian Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1 Data Konten yang Dianalisis.....	32
Tabel 4.2 Hasil Analisis Postingan 1.....	34
Tabel 4.3 Hasil Analisis Postingan 2.....	37
Tabel 4.4 Hasil Analisis Postingan 3.....	41
Tabel 4.5 Hasil Analisis Postingan 4.....	45
Tabel 4.6 Hasil Analisis Postingan 5.....	49
Tabel 4.7 Hasil Analisis Postingan 6.....	53
Tabel 4.8 Hasil Analisis Postingan 7.....	57
Tabel 4.9 Karakteristik Bentuk Konten Promosi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Logo Hotel Aveon Yogyakarta.....	29
Gambar 4.2 Profil Akun Instagram Aveon Hotel Yogyakarta.....	30
Gambar 4.3 Poster Event Mabar 5.0 Ramadan Culinary Fest.....	33
Gambar 4.4 Promosi Event Mabar 5.0 Ramadan Culinary.....	36
Gambar 4.5 Aktivitas Berbuka Puasa di Area Restoran.....	40
Gambar 4.6 Variasi Hidangan Berbuka Puasa.....	44
Gambar 4.7 Promosi dengan format POV.....	48
Gambar 4.8 Kegiatan Berbuka Puasa dengan Panti Asuhan.....	52
Gambar 4.9 Berbuka Puasa dengan Latar Kolam Renang.....	56

INTISARI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan Instagram sebagai media promosi program tematik Ramadan di industri perhotelan, salah satunya program Mabar 5.0 Ramadan Culinary Fest yang diselenggarakan oleh Aveon Hotel Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bentuk konten promosi event tersebut pada akun Instagram resmi @aveonhotelyogyakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten Krippendorff, yang memungkinkan peneliti menarik inferensi yang sistematis dan objektif dari isi pesan terhadap konteksnya. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka terhadap tujuh unggahan, terdiri dari satu Feed dan enam Reels, yang dipublikasikan selama periode 5 Februari hingga 20 Maret 2026. Analisis difokuskan pada elemen visual, caption, teks *overlay*, dan informasi promosi pada setiap unggahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk konten promosi yang digunakan merupakan perpaduan antara konten informatif berbasis Feed dan konten eksperiensial berbasis Reels, yang disusun secara bertahap dan sistematis melalui kombinasi warna, sudut pengambilan gambar, serta pesan yang bergerak dari fungsi informatif menuju eksperiensial, mencakup pengalaman kuliner, kebersamaan, keunikan lokasi, hingga dimensi nilai sosial. Secara keseluruhan, bentuk konten promosi tersebut dapat dikategorikan sebagai *experience-based content* yang dirancang untuk membangun citra program sebagai pengalaman berbuka puasa yang lengkap.

Kata Kunci: analisis konten, konten promosi, Instagram, Krippendorff, Ramadan

ABSTRACT

This research is motivated by the widespread use of Instagram as a promotional medium for Ramadan-themed programs in the hospitality industry, particularly the "Mabar 5.0 Ramadan Culinary Fest" program held by Aveon Hotel Yogyakarta. This study aims to identify and analyze the form of promotional content for this event on the official Instagram account @aveonhotelyogyakarta. A descriptive qualitative approach was applied using Krippendorff's content analysis method, which enables the researcher to draw systematic and objective inferences from message content in relation to its context. Data were collected through observation, documentation, and literature review of seven posts, consisting of one Feed and six Reels, published during the period of February 5 to March 20, 2026. The analysis focused on visual elements, captions, text overlays, and promotional information in each post. The findings show that the form of promotional content used is a combination of informative Feed-based content and experiential Reels-based content, structured gradually and systematically through the combination of color, camera angles, and messaging that shifts from an informative to an experiential function, encompassing culinary experience, togetherness, location uniqueness, and social value dimensions. Overall, this form of promotional content can be categorized as experience-based content designed to build the program image as a complete iftar experience.

Keywords: *content analysis, promotional content, Instagram, Krippendorff, Ramadan*