

## ABSTRACT

The Ministry of Tourism and Creative Economy utilizes the @indtravel Instagram account as a method of promoting Indonesian tourism by involving followers' participation in its tourism promotional content. This study aims to analyze the participation patterns that have been performed by followers of the @indtravel account in order to promote tourism either directly and indirectly and to analyze the strategies executed by the Ministry of Tourism and Creative Economy in engaging followers to actively participate and process content from followers to become @indtravel tourism promotion content. This research is a qualitative descriptive study using qualitative content analysis and discourse analysis. Data collection was achieved by a literature study, observation of the @indtravel Instagram account, and interviews. This paper exhibits a multilevel process of participation in @indtravel's followers, consisting of curation and creation's participation. Each phase of participation has a level that shows the followers' efforts to stay connected to the @indtravel account. At the level of participation of curation consists of content likes, responding to Insta Stories, and comments. Furthermore, the level of participation's creation starts from non-regram followers to regram followers. Kemenpar (Ministry of Tourism) collaboration in 2019 with followers is in destination photo content using the User Generated Content strategy.

***Keywords: Participation; Tourism Promotion; Instagram; Indtravel.***

## INTISARI

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggunakan akun Instagram @indtravel sebagai alat promosi pariwisata Indonesia dengan melibatkan partisipasi *followers* dalam konten promosi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola partisipasi yang telah dilakukan *followers* akun @indtravel dalam rangka mempromosikan pariwisata baik secara langsung maupun tidak langsung dan menganalisis strategi yang dilakukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam melibatkan *followers* untuk aktif berpartisipasi, serta memproses konten dari *followers* untuk dijadikan konten promosi pariwisata @indtravel. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis isi kualitatif dan analisis wacana. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, observasi akun Instagram @indtravel dan wawancara. Tulisan ini menunjukkan adanya proses bertingkat dari pola partisipasi *followers* @indtravel yang terdiri dari partisipasi kurasi dan kreasi. Setiap fase pada partisipasi terdapat tingkatan yang menunjukkan usaha *followers* untuk tetap terhubung dengan akun @indtravel. Pada tingkatan partisipasi kurasi terdiri dari *likes* konten, merespon *Insta Story* dan komentar. Selanjutnya, pada tingkatan partisipasi kreasi berawal dari *followers non-regram* menjadi *followers regram*. Kolaborasi Kementerian Pariwisata pada tahun 2019 dengan *followers* yakni, berupa konten foto destinasi dengan menggunakan strategi *User Generated Content*.

***Kata Kunci: Partisipasi; Promosi Pariwisata; Instagram.***