

## ABSTRAK

### DINAMIKA KONTESTASI REALITAS: ANALISIS KONTEN DIGITAL TERHADAP NARASI PARIWISATA LAMPUNG DI INSTAGRAM

Oleh

TONI WIJAYA

Media sosial telah bertransformasi menjadi infrastruktur fundamental pembentukan makna sosial dalam masyarakat berjejaring. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi realitas pariwisata Lampung melalui konten digital menggunakan kerangka *The Social Construction of Reality*, *7C Framework of Social Media Content*, dan *Situated Data Analysis*. Metode kualitatif diterapkan pada 60 unggahan, masing-masing 30 unggahan dari akun @lampuung dan 30 unggahan dari akun @potraitlampung.

Hasil penelitian mengungkap adanya kontestasi dua macam konstruksi realitas: institusional-kultural (@lampuung) dan eksploratif-personal (@potraitlampung). Temuan utama menunjukkan hegemoni narasi wisata alam dan bahari ("healing", "hidden gem") yang didukung validasi algoritma, sementara narasi budaya dan ekowisata termarginalkan karena bersifat *content-heavy*. Penelitian ini mengembangkan konsep turunan *Algorithmic Objectivation* dan *Digital Plausibility Structures*, di mana metrik digital berfungsi sebagai fakta objektif baru. Pola komunikasi partisipatif juga bervariasi, dari partisipasi terstruktur berbasis event hingga partisipasi organik berbasis pengalaman personal.

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial bukan sekadar saluran promosi, melainkan arena dialektis produksi realitas yang dipengaruhi oleh logika platform. Kebaruan penelitian terletak pada penerapan *Situated Data Analysis* dalam komunikasi pembangunan untuk mengungkap situasi visibilitas dan aktor di balik konten. Implikasi studi ini menekankan pentingnya literasi digital situasional bagi administrator media dan audiens dalam memahami konstruksi realitas pariwisata daerah di era digital.

**Kata Kunci:** *Konten Digital, Pariwisata Digital, Pariwisata Lampung, Komunikasi Pembangunan, Instagram.*

## ABSTRACT

### THE DYNAMICS OF REALITY CONTESTATION: DIGITAL CONTENT ANALYSIS OF LAMPUNG TOURISM NARRATIVES ON INSTAGRAM

By

TONI WIJAYA

Social media has transformed into a fundamental infrastructure for the formation of social meaning in a networked society. This study aims to analyse the construction of Lampung tourism reality through digital content using the framework of *The Social Construction of Reality*, *7C Framework of Social Media Content*, and *Situated Data Analysis*. Qualitative methods were applied to 60 posts, 30 each from the @lampuung account and 30 from the @potraitlampung account.

The research findings reveal a contestation between two types of reality constructions: institutional-cultural (@lampuung) and exploratory-personal (@potraitlampung). The main findings demonstrate the hegemony of natural and marine tourism narratives ("healing", "hidden gem") supported by algorithmic validation, while cultural and ecotourism narratives are marginalized due to their *content-heavy nature*. This research develops the derived concepts of *Algorithmic Objectivation* and *Digital Plausibility Structures*, where digital metrics serve as new objective facts. Participatory communication patterns also vary, from structured, event-based participation to organic, personal experience-based participation.

This study finds that social media is not simply a promotional channel, but rather a dialectical arena for the production of reality influenced by platform logic. The research's novelty lies in the application of *Situated Data Analysis* in development communication to uncover the visibility situation and the actors behind the content. The study's implications emphasize the importance of situational digital literacy for media administrators and audiences in understanding the construction of regional tourism realities in the digital era.

**Keywords:** *Digital Content, Digital Tourism, Lampung Tourism, Development Communication, Instagram.*