

ABSTRAK

Nafilul Gufron. 190531100049. Ilmu Komukasi. Penggunaan Media Sosial Tiktok oleh Generasi Z dengan Menggunakan UGC (*User Generated Content*) Terhadap Wisata Alam di Kabupaten Bangkalan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana Generasi Z membuat UGC pada wisata alam menggunakan media sosial tiktok. Pemilihan media sosial tiktok sebagai tempat produksi UGC di karenakan jumlah penggunaan tiktok yang semakin mengalami peningkatan penggunaanya, dengan fitur-fitur yang sederhana dan mudah di pahami menjadikan Tiktok sebagai sarana penyampaian pesan dan informasi yang cepat, mudah untuk di akses, dan jangkauan yang luas. Hal tersebut menjadi Tiktok sebagai platform yang di pilih oleh Generasi Z yang di gunakan sebagai objek penelitian. Dan penelitian juga dapat di manfaatkan sebagai media promosi untuk pengenalan wisata alam di Bangkalan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram oleh Generasi Z sebagai media komunikasi Wisata Kuliner Madura memenuhi empat asumsi Teori Uses and Gratification, kemudian User-Generated Content sebagai produk komunikasi yang diproduksi oleh Generasi Z meliputi empat tipologi diantaranya: Informasi, Co-Communicating, Co-Creating, dan Pelopor.

Kata Kunci: Pariwisata, Wisata Alam, Wisata Alam Bangkalan, Komunikasi, *Uses and Gratification*, *User-Generated Content*.

ABSTRACT

Nafilul Gufron. 190531100049. Communications Science. The Use of Tiktok Social Media by Generation Z by Using UGC (User Generated Content) Against Nature Tourism in Bangkalan Regency.

The purpose of this study is to describe how Generation Z makes UGC on nature tourism using TikTok social media. The choice of TikTok social media as a UGC production site is due to the increasing number of TikTok users, with simple and easy-to-understand features making Tiktok a means of delivering messages and information that is fast, easy to access, and has a wide reach. This has become Tiktok as the platform chosen by Generation Z which is used as the object of research. And research can also be used as a promotional medium for the introduction of natural tourism in Bangkalan.

This study used qualitative descriptive research method. The data collection method uses interviews, observation, and documentation. Informants are selected by purposive sampling method. Data analysis using the Miles and Huberman technique. The technique of checking the validity of data uses triangulation of data sources.

The results showed that the use of Instagram by Generation Z as a communication medium for Madura Culinary Tourism meets the four assumptions of the Uses and Gratification Theory, then User-Generated Content as a communication product produced by Generation Z includes four typologies including: Information, Co-Communicating, Co-Creating, and Pioneer.

Keywords: *tourism, nature tourism, base nature tourism, communication, uses and gratification, user-generated content.*