

ANALISIS KOMPONEN *VIRAL MARKETING* PADA WISATA FARMHOUSE SUSU LEMBANG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

ABSTRAK

Bandung merupakan salah satu Kota yang dipilih oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata yang populer. Setiap tahunnya, Kota Bandung menyuguhkan berbagai tempat wisata baru kepada masyarakat, salah satunya adalah Farmhouse Susu Lembang. Tempat ini menjadi destinasi wisata para pengunjung karena konsepnya yang unik dan berbeda dari tempat wisata lain, sehingga banyak dari pengunjung Farmhouse Susu Lembang yang kemudian mengunggah ke media sosial terutama Instagram. Kemajuan internet, dan media sosial ini membantu Farmhouse Susus Lembang menjadi *viral*. Penggunaan *hashtag* pun secara tidak langsung membantu Farmhouse untuk semakin dibicarakan oleh masyarakat.. Penelitian ini membahas tentang analisis komponen *Viral Marketing* pada wisata Farmhouse Susu Lembang melalui media sosial Instagram, dan penggunaan *hashtag* #Farmhouselembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif dengan teknik wawancara. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa komponen–komponen seperti Konsumen memang memegang peran penting terhadap terciptanya pesan yang *viral*. Sedangkan pada *Buzz*, yang membuat Farmhouse menjadi *viral* dan kemudian banyak menggunakan *hashtag* karena nilai unik yang dimiliki oleh Farmhouse sehingga pesan akan diteruskan oleh pengunjung melalui media sosial dengan cara yang menarik.. Kondisi yang mendukung seperti *pressure* dan *prestige* yang kemudian membuat pengunjung ingin mengikuti sebuah tren yang sedang ada.

Keyword: Farmhouse Susu Lembang, *Viral marketing*, Instagram, Komponen, Konsumen, Buzz