

## ABSTRAK

*Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Media sosial pada era sekarang sudah tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi antar pengguna saja tetapi media sosial sendiri sudah dijadikan tempat untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. *Instagram* adalah platform media sosial yang berkembang yang menyediakan sarana ekspresi dan komunikasi melalui visual. Saat ini *instagram* tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi sudah menjadi tempat dilakukannya bisnis. Penelitian ini meneliti pesan foto dan teks pada *event* kuliner yang ada dikota Bandung yang bernama *Food Festival Bandung* pada media sosial *instagram*. Postingan dikelompokkan berdasarkan 10 kategori: *Product, Person and Product, People and Product, Humor and Product, Recipes, Campaign with no Product, User Generated Content, Regram from Celebrity, Lifestyle, and Video*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar persentase isi pesan foto dan teks *instagram* dengan *hashtag #foodfestivalbandung* dalam mempromosikan *event* wisata kuliner, dengan mengetahui kategori mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam mempromosikan sebuah *event*. Hasil dari penelitian ini setiap kategori sudah memenuhi kriteria seperti penggunaan *caption* yang mudah dipahami, penggunaan *hashtag* yang memudahkan konsumen untuk mencari informasi mengenai *event* ini, dan adanya timbal balik atau *feedback* dilihat dari *comment* para konsumen pada postingan *event* ini. Dan kategori yang paling sesuai adalah kategori *video* dibandingkan dengan 9 kategori lainnya.

**Kata Kunci:** *event*, media sosial, *instagram*, promosi.