

**STRATEGI DIGITAL MARKETING INSTAGRAM DI ARTOTEL
SUITES MANGKULUHUR UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK
WISATAWAN**



Nama : Fahrezzy Dwitama A

NPM : 203404516065

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

***INSTAGRAM DIGITAL MARKETING STRATEGY AT ARTOTEL SUITES
MANGKULUHUR TO INCREASE TOURIST ATTRACTION***



Nama : Fahrezzy Dwitama A

NPM : 203404516065

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa semua pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

STRATEGI DIGITAL MARKETING INSTAGRAM DI ARTOTEL SUITES MANGKULUHUR UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN

Merupakan ide atau hasil penelitian pribadi penulis, kecuali untuk kutipan yang secara jelas dikreditkan. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan dalam rangka memperoleh gelar di program serupa di Perguruan Tinggi lain. Apabila terdapat kesalahan atau kelalaian, saya bertanggung jawab sepenuhnya sebagai penulis.

Jakarta, 21 Februari 2025



Fahrezzy Dwitama Adriansyah

NPM:213404516030

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI DIGITAL MARKETING INSTAGRAM
DI ARTOTEL SUITES MANGKULUHUR UNTUK
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATAWAN

Nama Mahasiswa : Fahrezzy Dwitama Adriansyah

Nomor Pokok : 203404516065

Program Studi : Pariwisata

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M)

Ketua Penguji

(Gagah Pradini, S.Par., M.M)

Anggota/Penguji,

(Ardi Mularsari S.pd M.pd)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

UNIVERSITAS NASIONAL

(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh ARTOTEL Suites Mangkuluhur melalui Instagram untuk menarik wisatawan. Di era digital, media sosial menjadi alat pemasaran yang efektif, terutama dalam industri perhotelan. Instagram, sebagai salah satu platform yang paling populer, memungkinkan hotel untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui konten visual yang menarik dan berbagai fitur interaktif. Oleh karena itu, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana strategi pemasaran digital dapat memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih akomodasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis NVivo untuk mengolah data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara desain konten kreatif, keterlibatan aktif dengan pengikut, serta pemanfaatan fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan IGTV secara signifikan meningkatkan interaksi serta daya tarik hotel. Selain itu, penggunaan pemasaran berbasis influencer dan promosi berbayar juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan potensial.

Meskipun strategi pemasaran digital ini memberikan manfaat yang signifikan, masih terdapat tantangan, seperti membangun kepercayaan audiens dan mengonversi interaksi di media sosial menjadi reservasi hotel yang nyata. Oleh karena itu, optimalisasi strategi digital yang lebih inovatif dan berbasis data sangat diperlukan untuk memperkuat posisi ARTOTEL Suites Mangkuluhur di industri perhotelan. Dengan pendekatan yang lebih strategis dan adaptif, hotel ini dapat meningkatkan daya saingnya dan menarik lebih banyak wisatawan di masa depan.

Kata Kunci: Digital marketing, Instagram, strategi pemasaran, perhotelan, daya tarik wisatawan.

ABSTRACT

This study examines the digital marketing strategy implemented by ARTOTEL Suites Mangkuluhur through Instagram to attract tourists. In the digital era, social media has become an effective marketing tool, especially in the hospitality industry. Instagram, as one of the most popular platforms, allows hotels to reach a wider audience through visually appealing content and various interactive features. Therefore, this research explores how digital marketing strategies can influence tourists' decisions when choosing accommodation.

The study employs a qualitative approach with NVivo analysis to process data obtained from observations, interviews, and literature reviews. The findings reveal that a combination of creative content design, active engagement with followers, and the utilization of Instagram features such as Stories, Reels, and IGTV significantly enhances interaction and the hotel's appeal. Furthermore, the use of influencer marketing and paid promotions has proven to be a supporting factor in increasing visibility and attracting potential customers.

While the digital marketing strategy offers significant benefits, challenges remain, such as building audience trust and converting social media interactions into actual hotel bookings. Therefore, optimizing more innovative and data-driven strategies is essential to strengthen ARTOTEL Suites Mangkuluhur's position in the hospitality industry. With a more strategic and adaptive approach, the hotel can improve its competitiveness and attract more tourists in the future.

Keywords: Digital marketing, Instagram, marketing strategy, hospitality, tourist attraction.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Fahrezzy Dwitama Adriasnyah
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Januari 2002
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat : Komplek Paninggilan Permai Blok D no.4
5. No. Handphone : 085714328156
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : fahrezzydwtm@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SDN Sudimara 3 Ciledug
2. 2014 – 2017 : SMPN 215 Jakarta
3. 2017 – 2020 : SMA Yadika 6 Pondok Aren

Jakarta, 21 Februari 2025

Fahrezzy Dwitama Adriasnyah
NPM, 203404516065

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamualaikum Wr.Wb

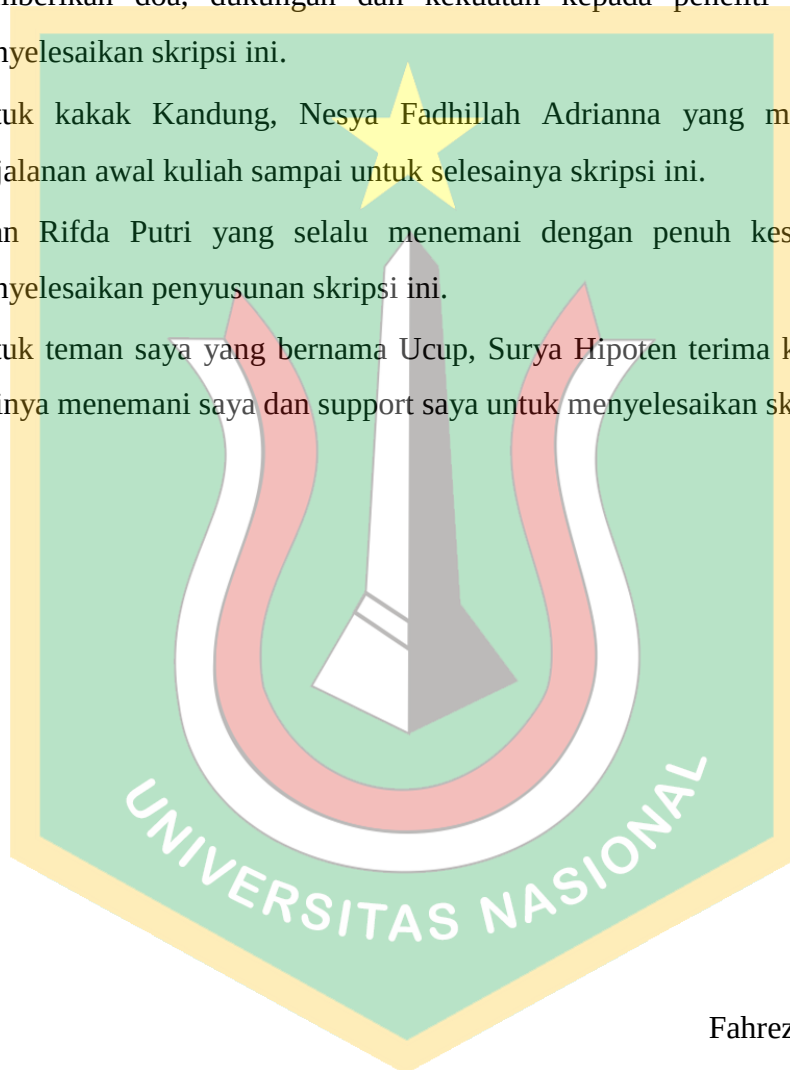
Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik yang berjudul “Strategi Digital Marketing Instagram di ARTOTEL Suites Mangkuluhur Untuk Meningkatkan daya Tarik Wisatawan“. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan yang selalu memberikan syafaatnya kelak di yaumil qiyamah. Tugas akhir ini di susun untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian program Sarjana Pariwisata pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan secara sempurna tanpa adanya doa, bimbingan, bantuan, dukungan, dan juga semangat dari berbagai banyak pihak selama penyusunan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih setinggi – tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini S.Par., MM selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, SST.Par., MM. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan

kekurangan, memberikan solusi dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Kepada kedua orang tua Papah dan Mamah yang tidak henti-hentinya memberikan doa, dukungan dan kekuatan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk kakak Kandung, Nesya Fadhillah Adrianna yang membantu dari perjalanan awal kuliah sampai untuk selesainya skripsi ini.
9. Intan Rifda Putri yang selalu menemani dengan penuh kesabaran untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Untuk teman saya yang bernama Ucup, Surya Hipoten terima kasih atas hari harinya menemani saya dan support saya untuk menyelesaikan skripsi ini.



Jakarta,

Fahrezzy Dwitama

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pariwisata	8
2. Strategi Digital Marketing	11
3. Dimensi Digital Marketing.....	16
4. Sosial Media	20
5. Daya Tarik.....	22
6. Hotel	24
B. Keterkaitan Antar Variabel Penulisan.....	29
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rajukan Penelitian.....	30
D. Kerangka Berpikir	31
BAB III.....	34

METODE PENELITIAN.....	34
A. Objek Penelitian	34
B. Rencana dan Tahapan Penelitian	34
C. Data Penelitian.....	37
1. Sumber Data Dan Jenis Data	37
2. Jenis Data	37
3. Populasi dan Sample Penelitian	37
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	38
E. Pengolahan Data dan Analisis Data	40
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian.....	42
1. Deskripsi Data Penelitian	42
2. Karakteristik Wawancara	46
B. Pembahasan	48
1. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik	48
2. Analisis Pengikut Instagram Artotel Suites Mangkuluhur	52
3. Analisis NVivo	55
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Table 1. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	34
Table 2. Data Narasumber dan Infoman.....	47
Table 3. Hasil Analisis Korelasi Pearson.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 2 Map Mapping.....	57
Gambar 3 Map	59
Gambar 4 Project Map Jenis Konten Efektif.....	61
Gambar 5 Project Map Strategi Positioning	63
Gambar 6 Project Map Indikator Keberhasilan.....	65
Gambar 7 Word Cloud	68

