



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 9493-9505  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Resort Studi Kasus Natra Bintan, A Tribute Poortofolio Resort

Sigit Aprisma Irawan<sup>1✉</sup>, Hary Jocom<sup>2</sup>, Dodi Setiawan<sup>3</sup>

(1) Diploma 4 Pengelolaan Perhotelan Politeknik Bintan Cakrawala

(2),(3) Politeknik Bintan Cakrawala

Email : [haryjocom@pbc.ac.id](mailto:haryjocom@pbc.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa akomodasi hotel, resort bintang lima di kawasan Lagoi International. Untuk meningkatkan citra perusahaan, pihaknya berupaya melakukan berbagai strategi pemasaran dan promosi melalui berbagai segmen, mulai dari penggunaan website, agen perjalanan, agen perjalanan online, sales call, dan penggunaan media sosial. Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh Natra Bintan, Tribute Portfolio Resort dalam mempromosikan resort tersebut, namun pada kenyataannya terdapat beberapa ketidaksesuaian antara lain followers banyak namun like sedikit, konten yang menarik dari segi visual dan audio yang baik namun menerima banyak dilihat dan disukai. sedikit sebaliknya, sehingga kinerja dalam pelaksanaan efektivitas kurang optimal. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan permasalahan yang ada pada Instagram terkait deskripsi konten, waktu upload, perbandingan jumlah followers dan likes, serta hubungan efektivitas Instagram Natra Bintan, Tribute Portfolio Resort. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Natra Bintan, A Tribute Portfolio Resort kurang efektif dalam berpromosi, penyebabnya adalah citra konten yang terlalu monoton dan tidak menarik, konten yang diproduksi sendiri kurang, dan penggunaan yang kurang maksimal. Media sosial Instagram sebagai media promosi. Saran dari peneliti untuk memaksimalkan promosi menggunakan media sosial Instagram yaitu menggunakan layanan music bank, menambah SDM yang bekerja, dan memperhatikan waktu upload berdasarkan target pasar yang ingin dicapai.

Kata Kunci: *Efektivitas, Instagram, Promosi, Resort*

## Abstract

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort is a company engaged in hotel accommodation services, a five-star resort in the Lagoi International area. To improve the company's image, it seeks to carry out various marketing and promotional strategies through various segments, starting from using websites, travel agents, online travel agents, sales calls, and the use of social media. Instagram is a social media used by Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort in promoting the resort, but in reality, there are some discrepancies, including many followers but few likes, content that is interesting in terms of good visuals and audio but receives a lot of views and likes. slightly vice versa, so that performance in the implementation of effectiveness is less than optimal. The research method used is descriptive research with a quantitative approach. Descriptive research with a quantitative approach is used to describe the problems that exist in Instagram related to content description, upload time, comparison of the number of followers and likes, and the relationship between the effectiveness of Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort. The results of the study show that Instagram Natra Bintan, A Tribute Portfolio Resort is less effective in promoting, the cause of this is the image of the content that is too monotonous and unattractive, lack of self-produced content, and not optimal in using Instagram social media as a promotional medium. Suggestions from researchers to maximize promotion using Instagram social media promotions, namely using music bank services, adding working human resources, and paying attention to upload times based on the target market to be achieved

Keywords: *Effectiveness, Instagram, Promotion, Resort*

## PENDAHULUAN

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort adalah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa akomodasi perhotelan. Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dikenal sebagai *resort* bintang lima yang merupakan *resort* glamping pertama dari *brand* Marriott. Memiliki 100 jumlah kamar dengan 5 tipe kamar seperti : *Glamping Tent* berjumlah 20 kamar, *Lagoon Deluxe Tent* berjumlah 11 kamar, *Lagoon View Tent* berjumlah 11 kamar, *Garden Tent* berjumlah 20 kamar dan *Safari Tent* berjumlah 40 kamar. Setiap akomodasi glamping memiliki tempat tidur *king size bed*, *LED TV*, *mini bar*, *sofa*, *shower outdoor*, *free wi-fi* dan *AC*. Fasilitas lain di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort ialah *The Patio Restaurant and Bar* dimana para tamu dapat memanjakan diri dengan pemandangan matahari terbenam yang menghadap ke *lagoon* sambil menikmati masakan atau minuman *cocktail* di *The Patio Restaurant and Bar*. *Resort* ini juga menyediakan *barbeque set* apabila tamu ingin mengadakan *barbeque* di depan tenda. Selain fasilitas di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, para tamu juga dapat menikmati atraksi lain di Treasure Bay Bintan yang bertepatan di dalam satu area. Adapun perbedaan Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort terletak pada *brand*-nya yang dibawah naungan Marriott International. Para tamu yang menginap di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort akan mendapatkan

keuntungan dikarenakan adanya *program* Marriott yaitu Marriott bonvoy yang memberikan pelayanan tertinggi dan *benefit-benefit* lainnya untuk tamu *member*.

Media sosial promosi yang digunakan Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort sejauh ini hanya ada dua yakni Facebook dan Instagram. Facebook dan Instagram ini juga masih satu grup dengan Meta yang membuat hasil kinerjanya bisa menjadi satu kesatuan yang saling berkaitan karena bisa tersinkron satu sama lain. Namun, dilihat dari jumlah engagement berdasarkan likes, comments, shares Instagram jauh lebih baik dibandingkan dengan Facebook dikarenakan data yang peneliti dapatkan bahwa Instagram memiliki attention yang lebih besar dibandingkan Facebook karena lebih populer di generasi milenial dan Z.

Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dapat diakses menggunakan aplikasi Instagram dengan domain akun @natrabintan, akun official Instagram digunakan untuk memasarkan product, event, experience dan testimoni para pengunjung setelah menginap di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort guna menarik tamu dan wisatawan yang lebih banyak lagi.

Selain menjadi media sosial yang banyak diminati, Instagram juga memiliki peluang sangat besar dalam kegiatan bisnis terkhusus dalam media pemasaran. Menurut data dari *Country* Director Facebook Indonesia, Sri Widowati mengatakan bahwa 80% user Instagram pasti mengikuti setidaknya satu akun bisnis. Dapat disimpulkan berdasarkan data tersebut, pengguna Instagram merupakan salah satu media yang sangat potensial untuk dijadikan sebagai media pemasaran.

Melihat pentingnya peran sosial media terkhusus Instagram dalam pemasaran atau mempromosikan produk. Dengan demikian efektivitas media sosial Instagram perlu diperhatikan lebih mendalam karena memegang peranan penting bagi perusahaan yaitu sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam penyebaran informasi, mempengaruhi dan membujuk untuk mencapai keberhasilan perusahaan mencapai citra perusahaan. Oleh karena itu, peneliti menganalisis efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam mempromosikan Natra Bintan, Tribute Portfolio Resort untuk menganalisis langkah-langkah yang mungkin terlewatkan, karena peneliti menemukan bahwa akun Instagram Natra Bintan, Tribute Portfolio Resort memiliki beberapa ketidaksesuaian diantaranya followers yang banyak tetapi memiliki like yang sedikit, konten yang menarik dari segi visual dan audio yang bagus tetapi menerima view dan like yang sedikit dibandingkan dengan konten yang kurang dari segi visual dan audio tetapi menerima view dan like yang banyak sehingga kinerja dalam implementasi efektivitas kurang optimal. Mempertimbangkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengembangkan dan memperdalam hal tersebut terkait dengan gambaran konten, hubungan waktu unggahan terhadap jumlah likes, perbandingan jumlah followers dan likes serta

hubungan efektivitas media sosial Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, sehingga rencana masalah yang akan diteliti adalah bagaimana penggunaan Instagram sebagai alat periklanan serta dampak dari pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Resort Studi Kasus Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort”

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah data deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penulis menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi yang telah dikumpulkan kemudian dianalisa dan dilanjutkan dengan merubah dalam bentuk kalimat untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian.

Sumber data *premier* yang akan penulis gunakan adalah akan menggunakan teknik *purposive sampling* dimana informan dalam penelitian ini yang terlibat langsung dalam mempromosikan Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dan sumber data *skunder* yang penulis gunakan adalah berasal dari jurnal terkait efektivitas penggunaan media sosial instagram dalam mempromosikan *resort*. Metode tersebut mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan atau tulisan) dan perilaku manusia sehingga peneliti tidak berusaha untuk menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh sehingga jumlahnya tidak dianalisis angka-angka. Berdasarkan tujuan penelitian deskriptif yaitu untuk memberikan gambaran yang detail mengenai objek penelitian (Kuswibowo & Yuniar Darmawan, 2022).

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Observasi partisipasi, peneliti melakukan pengamatan dengan melakukan partisipasi terhadap aktivitas-aktivitas kelompok yang diteliti.
- b. Wawancara mendalam, umumnya disesuaikan dengan tujuan-tujuan atau pertanyaan-pertanyaan penelitian. Apabila memungkinkan selama proses wawancara mendalam dalam penelitian spardley dilakukan perekaman secara *video* atau *audio* dan segera setelah itu ditranskripsi untuk kemudahan proses analisis.

Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive*, teknik pengumpulan dengan triangulasi. Proses observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi partisipan dan wawancara menjadi hal paling utama peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Peneliti melakukan pencarian informasi melalui fakta – fakta lapangan dengan terlibat aktif dalam kegiatan informan dan kemudian informasi tersebut akan dikumpulkan untuk dilakukan analisa data. Kegiatan pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh bahan dan referensi yang lebih mendalam

tentang kajian yang diteliti. Sumber data *skunder* berupa sumber dari pustaka yang diteliti berasal dari jurnal, buku dan *media elektronik*, serta sumber dari literatur lain yang terkait dengan pembahasan penelitian (Untari & Fajariana, 2018). Hasil dari analisa data tersebut akan disajikan dan ditarik kesimpulan (Kuswibowo & Yuniar Darmawan, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

### A. Gambaran Konten *Feeds* Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort pertama kali memiliki Instagram pada awal tahun 2019 dan unggahan pertama kalinya pada tanggal 31 Januari 2019. Adapun *postingan* yang diunggah pada Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort berupa makanan, minuman, kamar, aktivitas, peringatan hari besar, *wedding* dan promosi.

### B. Hubungan *Upload Timing* Konten Dengan Jumlah *Likes*

Menurut jurnal yang peneliti temui dari (Numanovich & Abbosxonovich, 2020) menyatakan bahwa *upload timing* yang paling efektif ialah pada saat sarapan dan makan siang. Teori ini pun diterapkan di Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dengan pengunggahan rata-rata pada pukul 11.30 Waktu Indonesia Barat.

Tabel 1. Rata-rata followers Natra Bintan per bulan

Rata-Rata <i>Followers</i> per Bulan				
<i>Month</i>	<i>March</i>	<i>April</i>	<i>May</i>	<i>Average</i>
<i>Overall</i>	207	121	310	212,7
<i>Follows</i>	362	280	488	376,7
<i>Unfollows</i>	155	159	178	164,0

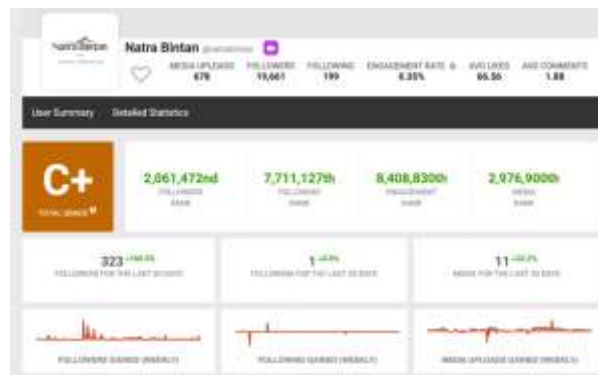
Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan bahwa hubungan *upload timing* merupakan salah satu indikator yang sangat berpengaruh terhadap jumlah *likes*. Hal ini dikarenakan Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort telah melihat *market* yang ingin mereka capai yaitu para tamu dari Singapore sehingga mereka melakukan strategi pengunggahan satu jam lebih awal. Peneliti menemukan hasil pengunggahan media sosial Instagram pada waktu siang hari atau "*lunch time*" mendapatkan lebih banyak *likes* dengan rata-rata 65 (enam puluh lima) *likes*, jumlah *likes* ini akan jauh berbeda dengan waktu unggahan yang hanya dilakukan pada saat pagi dan malam hari.



Gambar 2. Tingkat kunjungan *visitor* instagram Natra Bintang

C. Perbandingan Jumlah *Followers* dan *Likes Feeds*

Sejak Natra Bintang, a Tribute Portfolio Resort memiliki Instagram dari Januari 2019 hingga Juni 2023, Instagram *Natra Bintang, a Tribute Portfolio Resort* memiliki *followers* sebanyak 19,656 *followers* dengan jumlah rata-rata *likes* sebanyak 66.56 *likes*.



Gambar 3. Data *social blade* Natra Bintang  
 Sumber: *Social Blade @natrabintan, 2023*

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan bahwa kenaikan *followers* setiap bulannya terhitung dari Maret hingga Mei 2023 rata-rata mendapatkan angka sebanyak 376,7 *followers*.

Tabel 2. Rerata *followers* Natra Bintang per tiga bulan

Rata-Rata <i>Followers</i> per Bulan				
<i>Month</i>	<i>Marc</i>	<i>Apri</i>	<i>Ma</i>	<i>Averag</i>
	<i>h</i>	<i>l</i>	<i>y</i>	<i>e</i>
<i>Overall</i>	207	121	310	212,7
<i>Follows</i>	362	280	488	376,7
<i>Unfollows</i>	155	159	178	164,0

Sumber: *Instagram @natrabintan*

Melihat dari kasus ini peneliti menemukan data yang fluktuatif terhadap *followers* Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort. Berdasarkan data yang didapatkan pada saat wawancara dengan informan hal ini dikarenakan sumber daya manusia yang bertanggung jawab atau yang menangani media sosial Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort tidak konsisten dalam mengunggah konten setiap harinya. Disamping itu, konten unggahan juga merupakan hasil *repost* dari para tamu yang menginap di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort serta kurangnya konten yang diproduksi sendiri oleh Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Alasan lain yang menyebabkan adanya perbandingan yang terjadi antara jumlah *followers* dan *likes feeds* dikarenakan unggahan konten yang bersifat monoton. Informan juga menyatakan bahwa ketidakkonsistenan ini terjadi dikarenakan sumber daya manusia yang berperan dalam pengambilan atau pengumpulan konten belum terpenuhi sehingga informan yang memiliki peran utama dalam *marketing communication* juga harus mengambil alih dalam memproduksi konten.

Adapun karakteristik *followers* Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort:

#### D. Hubungan Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi

Penelitian yang dilakukan dalam rangka mengukur tingkat efektivitas promosi di Natra Binta, a Tribute Portfolio Resort melalui media sosial Instagram memiliki beberapa indikator dan dilakukan pengambilan data berupa wawancara yang dapat dilihat sebagai berikut:

##### 1. Penulisan *Caption*

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Juliananta selaku *Assistant Digital Marketing* Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort pada hari Kamis, 18 Mei 2023 mengatakan bahwa: "*Penulisan caption harus menggunakan tata bahasa yang bisa menggambarkan visual dari gambar yang ingin diunggah, sehingga para followers bisa merasakan emosi dari kalimat pada caption yang kita tulis*".

##### 2. Tetap Sasaran



Gambar 4. *Insight Top Locations, Cities, Countries, Age Range dan Gender* Natra Bintan

Bapak Juliananta selaku *Assistant Digital Marketing* Natra Bintan, a Tribute *Portfolio Resort* ketika ditemui mengatakan bahwa:

*"Dalam hal ini kita seberusaha mungkin untuk melakukan fokus ke targetnya Singapore dengan membuat promo, waktu unggah dan boasting yang kita fokuskan ke Singapore juga. Tetapi kita juga fokus ke lokal, lebih ke kota-kota besar seperti Jakarta yang bisa menghasilkan business untuk Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort. Dan tentunya sudah berupaya maksimal agar followers tertarik terhadap konten Instagram serta data ini dapat kita lihar di Insight Instagram"*

### 3. Tercapainya Tujuan

Bapak Juliananta selaku *Assistant Digital Marketing* Natra Bintan, a Tribute *Portfolio Resort* ketika ditemui mengatakan bahwa:

*"Menurut saya strategi yang saya lakukan sudah optimal terbukti dengan penambahan followers yang cukup signifikan dibandingkan sebelum saya bergabung di team Sales and Marketing Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort karena saya memperhatikan beberapa hal dalam melakukan unggahan seperti melihat dari jenis kontennya seperti kamar, rekreasi, makanan, minuman, wedding dan promosi lainnya. Nah, sebelum melakukan unggahan saya melakukan rancangan seperti melihat tone warna yang harus berbeda dengan postingan sebelumnya serta memperhatikan penggunaan caption sehingga followers kita yang membaca unggahan bisa merasakan apa yang ingin kita sampaikan, kita juga memperhatikan penggunaan audio pada setiap unggahan karena seperti yang teman-teman ketahui kalau Natra Bintan, a Tribute*

*Portfolio Resort merupakan bagian dari grup Marriot International sehingga ini membuat kita harus lebih selektif dalam memilih audio agar tidak terkena copyright, selain itu ketika kita ingin melakukan suatu promosi yang benar-benar terarah dan mendapatkan insight yang besar serta target pasar yang tepat, kita menggunakan boosting pada unggahan kita melalui facebook ads mulai dari target marketnya, jumlah followers yang ingin dicapai hingga waktu boostingnya sampai berapa hari."*

Tabel 3. Unggahan *feeds* instagram Natra Bintang

Berdasarkan Unggahan <i>Feeds</i>				
	March	April	May	Average
Likes	656	393	694	566
Comment	12	44	17	24
Share	41	38	98	59

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan mengenai jumlah rata-rata *likes*, *comments* dan *shares* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Kenaikan *followers* instagram Natra Bintang per bulan

Kenaikan <i>followers</i> per bulan				
Growth	March	April	May	Average
Overall	207	121	310	213
Follows	362	280	488	377
Unfollows	155	159	178	164

Dengan angka rata-rata kenaikan pada setiap indikator sebagai berikut:

- a. Jumlah rata-rata *likes* = 566 *likes*
- b. Jumlah rata-rata *comments* = 24 *comment*
- c. Jumlah rata-rata *shares* = 59 *shares*

Dari data yang peneliti dapatkan hingga peneliti menulis tugas akhir saat ini bahwa jumlah *followers* Instagram Natra Bintang, a Tribute Portfolio Resort saat ini sebanyak 19,656 *followers*, dengan kenaikan rata-rata setiap bulannya sebanyak 377 *followers*.



Gambar 6. *Insight followers* per tiga bulan

Maka, keefektifitasan media sosial Instagram berdasarkan *engagement rate*:

$$\begin{aligned}
 \text{Engagement Rate} &= \frac{566 + 24 + 59}{19.656} \times 100\% \\
 &= 19,656 \\
 &= 0.03\%
 \end{aligned}$$

Adapun kriteria hubungan efektivitas media sosial Instagram dalam meningkatkan promosi adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Presentase efektivitas *engagement rate*

Presentase (%)	Kriteria
0,81 - 1	Sangat Efektif
0,41 - 0,80	Efektif
0,01 - 0,40	Kurang Efektif

Dari pembahasan dapat disimpulkan bahwa nilai dari presentase keefektifitas Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort melalui *engagement rate* sebanyak (0,03%) yaitu kurang efektif dalam promosi. Namun, dari data yang peneliti dapatkan dari informan bahwa walaupun tingkat keefektifitasan dari Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio ini kurang efektif akan tetapi bisa memberikan dampak yang baik kepada perusahaan mulai dari tersampainya informasi terkait promosi yang dilakukan Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort kepada *followers*, terbukti dengan adanya tamu yang *direct message* untuk melakukan reservasi menginap, makanan, minuman, *romantic dinner*, *wedding* hingga promosi yang lainnya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort telah melakukan promosi dengan baik dengan mengacu pada kualitas gambar dan *audio* yang sesuai dengan standard yang telah berlaku pada setiap konten di Instagram.
2. Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort telah melakukan strategi yang mengacu pada hubungan *upload timing* berdasarkan algoritma Instagram dengan pasar Singapore dan domestik.
3. Perbandingan jumlah *followers* dan *likes* terjadi karena ketidakkonsistenan unggahan, konten yang terlalu monoton dan tidak maksimal dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi.
4. Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort terbukti kurang efektif dalam melakukan promosi melalui media sosial Instagram.

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka adapun saran yang dapat diberikan kepada Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort adalah:

1. Perlu adanya tenaga kerja atau karyawan yang bekerja khusus untuk menangani media sosial termasuk Instagram didalamnya agar pengelolaan media sosial dapat menjadi lebih efektif dari sisi hasil dan lebih efisien dari sisi pengelolaan waktu.
2. Untuk meningkatkan perhatian pengguna Instagram terhadap konten yang disajikan oleh Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, maka perlu menggunakan media audio yang sedang viral.
3. Perlu adanya konsistensi dalam penerapan waktu pengunggahan berdasarkan target pasar yang ingin dicapai menggunakan perhitungan waktu ataupun menggunakan fitur facebook ads untuk boosting unggahan.
4. Perlu menerapkan teknik caption yang mengundang rasa penasaran audience terhadap konten atau informasi yang disajikan pada media Instagram Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Kemudian berikut adalah rekomendasi untuk penelitian lanjutan yang dapat dilakukan terkait dengan topik yang telah diteliti, yaitu:

1. Perlu diadakannya suatu penelitian lanjutan terkait tingkat efektivitas penggunaan media sosial Instagram secara fundamental, seperti profile data tamu yang menginap di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort seperti kebangsaan warga negara, usia serta perilaku tamu yang menginap.

2. Perlu diadakannya suatu penelitian lanjutan terkait analisis konten yang mengukur tingkat engagement melalui like, durasi konten dilihat, interaksi serta konversi dari setiap konten yang ada dalam kurun waktu tertentu. Hal ini dilakukan agar dapat melihat kesesuaian antara konten yang disajikan dengan selera audience terhadap jenis konten yang diunggah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., Mas, S., Nawang, A., & Nasional, U. P. (2022). DIGITAL MARKETING IN THE ERA OF SOCIETY 5 . 0, 284–295.
- Anis, I., Usman, J., & Arfah, S. R. (2021). Efektivitas Program Pelayanan Kolaborasi Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Gowa. *E-Journal UNIMUS*, 2, 3, 1105–1116.
- Cahyani, E. N., N, D. P., & Fitriyani, E. (2021). Analisis Instagram Sebagai Social Media Marketing Di Industri Perhotelan. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 29–46. <http://doi.org/10.47492/jih.v10i1.642>
- Chen, W., Silaban, P. H., Hutagalung, W. E., & Silalahi, A. D. K. (2023). How Instagram Influencers Contribute to Consumer Travel Decision : Insights from SEM and fsQCA, 7(1), 16–37.
- Coleman, B. D., & Fuoss, R. M. (2017). Quaternization Kinetics. I. Some Pyridine Derivatives in Tetramethylene Sulfone. *Journal of the American Chemical Society*, 77(21), 5472–5476. <http://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Ellitan, L. (2020). Competing in the Era of Industrial Revolution 4 . 0 and Society 5 . 0, 10(1), 1–12.
- Fuyukama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society. *JAPAN Spotlight*, (August), 47–50. Retrieved from <http://www8.cao.go.jp/cstp/>
- Iriwanto, E., Muazir, S., & Rudiyo, R. (2022). Perancangan Hotel Resort Kawasan Wisata Alam Bukit Kelam Di Kabupaten Sintang. *JMARS: Jurnal Mosaik Arsitektur*, 10(2), 627. <http://doi.org/10.26418/jmars.v10i2.58490>
- Jempper, J., No, V., Nurul, R., Edwin, J., & Lucas, R. (2022). SISTEM PEMASARAN PRODUK HOTEL PADA MEDIA SOCIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN HOTEL ARYADUTA SEMANGGI , JAKARTA SELATAN, 7(3).
- Kuswibowo, C., & Yuniar Darmawan, C. (2022). Analisa Promotion Strategy Dan Engagement Akun Instagram Pada Hotel New Ayuda Bogor. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 17(1), 74–84. <http://doi.org/10.37301/jmubh.v17i1.19996>
- Numanovich, A. I., & Abbasxonovich, M. A. (2020). THE ANALYSIS OF LANDS IN SECURITY ZONES OF HIGH-VOLTAGE POWER LINES (POWER LINE) ON THE EXAMPLE OF THE FERGANA REGION PhD of Fergana polytechnic institute, Uzbekistan PhD applicant of

- Fergana polytechnic institute, Uzbekistan. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed Journal*, (2), 198–210. <http://doi.org/10.36713/epra2013>
- Sikki, N., Yuniarsih, Y., & Sundari, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan El Nuby Arabic Shop. *E-Proceeding SENRIABDI 2021*, 1(1), 360–371.
- Sugiono, S. (2020). Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191. <http://doi.org/10.33164/iptekom.22.2.2020.175-191>
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. K. S. (n.d.). *Instrumen penelitian*.
- Sustiyo Wandu, Tri Nurharsono, A. R. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*, 2(8), 524–535.
- Talakua, Y., Anas, S., & Aqil, M. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rsu Bhakti Rahayu Ambon. *Inovasi Penelitian*, 1 (7)(7), 1253–1270. Retrieved from <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/267>
- Ulfa, Maria, M. (2018). Ekektifitas Instagram Dalam Mempromosikan Penjualan Kamar Batiqa Hotel Pekanbaru, 14(1), 14.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Yunengsih, S., & Syahrilfuddin, S. (2020). the Analysis of Giving Rewards By the Teacher in Learning Mathematics Grade 5 Students of Sd Negeri 184 Pekanbaru. *JURNAL PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 4(4), 715. <http://doi.org/10.33578/pjr.v4i4.8029>