

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah mengubah cara bisnis dan pariwisata beroperasi, termasuk dalam pemasaran. Instagram, sebagai platform visual yang kuat, telah menjadi alat penting bagi bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun kesadaran merek. Kiara Artha Park di Bandung memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan berbagai fasilitas dan atraksi yang ditawarkan, seperti taman tematik dan spot foto menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi digital marketing yang diterapkan oleh Kiara Artha Park melalui Instagram dan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang informatif dan menarik di Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung. Pengunjung cenderung mencari informasi sebelum berkunjung dan lebih percaya pada ulasan positif yang mereka lihat di media sosial. Oleh karena itu, disarankan agar Kiara Artha Park meningkatkan variasi konten, konsistensi jam posting, serta memanfaatkan hashtag dan geotag untuk memperluas jangkauan. Selain itu, analisis performa konten secara berkala dan peningkatan interaksi dengan audiens juga penting untuk membangun loyalitas pelanggan.

Saran tambahan mencakup penambahan variasi atraksi, peningkatan informasi yang mudah diakses, dan pengembangan situs web yang modern dan informatif. Dengan menerapkan strategi ini, Kiara Artha Park diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pengalaman mereka. Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang pentingnya pemasaran digital dalam industri pariwisata, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran Digital, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

The development of digital technology, particularly social media, has changed the way businesses and tourism operate, including in terms of marketing. Instagram, as a powerful visual platform, has become an important tool for businesses to reach a wider audience and build brand awareness. Kiara Artha Park in Bandung utilises Instagram to promote the various facilities and attractions it offers, such as thematic parks and attractive photo spots. This study aims to analyse the digital marketing strategy implemented by Kiara Artha Park through Instagram and its influence on visiting decisions.

The results show that informative and interesting content on Instagram has a significant influence on visitor decisions. Visitors tend to seek information before visiting and believe more in positive reviews they see on social media. Therefore, it is recommended that Kiara Artha Park increase content variety, consistency in posting time, and utilise hashtags and geotags to expand reach. In addition, regular analysis of content performance and increased interaction with audiences are also important for building customer loyalty.

Additional suggestions include adding a variety of attractions, increasing accessible information, and developing a modern and informative website. By implementing these strategies, Kiara Artha Park is expected to attract more visitors.

Keywords: Social Media, Digital Marketing, Visiting Decision.

RINGKESAN

Hal mekar teknologi digital,hususna media sosial,atos ngarobah cara bisnis sarta pariwisata beroperasi,kaasup dina pamasaran. Instagram,minangka platform visual anu kiat,atos barobah kaayaan pakakas peryogi kanggo bisnis kanggo ngadongkang audiens anu langkung lega sarta ngawangun kasadaran merek. Kiara Artha Park di Bandung ngamangpaatkeun Instagram kanggo mempromosikeun sagala rupa fasilitas sarta atraksi anu ditawarkeun,sepertos taman tematik sarta spot foto metot. Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo menganalisis strategi digital marketing anu dilarapkeun ku Kiara Artha Park ngaliwatan Instagram sarta pangaruh na ka kaputusan nganjang.

Kenging panalungtikan nembongkeun yen konten anu informatif sarta metot di Instagram ngabogaan pangaruh signifikan ka kaputusan nu datang. Nu datang condong pilari informasi sateuacan nganjang sarta langkung percanten dina katerangan positip anu maranehanana tingal di media sosial. Ku margi eta,dibongbolongankeun supados Kiara Artha Park ngaronjatkeun variasi konten,konsistensi tabuh posting,sarta ngamangpaatkeun hashtag sarta geotag kanggo memperluas hontalan. sajaba ti eta,analisis performa konten sacara berkala sarta kanaekan interaksi kalawan audiens oge peryogi kanggo ngawangun loyalitas langganan

Bongbolongan tambahan ngawengku penambahan variasi atraksi,kanaekan informasi anu gampang diakses,sarta pengembangan loka ramat anu modern sarta informatif. Kalawan nerapkeun strategi ieu,Kiara Artha Park dipambrih tiasa metot langkung seueur nu datang sarta ngaronjatkeun pangalaman maranehanana. Panalungtikan ieu mikeun wawasan berharga ngeunaan pentingna pamasaran digital dina industri pariwisata,hususna dina konteks pamakean media sosial.

Sanggem Kunci: Media Sosial,Pamasaran Digital,Kaputusan Nganjang