

Analisis Strategi Konten Digital Jogja Amertha Partners Dalam Meningkatkan Engagement Konsumen Pada Instagram @gesingwonderlandjogja

Ecy Tiara Kaesa

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: ecytiarakaesa09@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten digital yang diterapkan oleh Jogja Amertha Partners (JAPAS) dalam meningkatkan engagement konsumen pada akun Instagram @gesingwonderlandjogja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan tiga informan kunci, observasi akun Instagram, serta dokumentasi dan analisis insight audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten digital JAPAS berfokus pada empat aspek utama, yaitu value creation melalui visual estetik dan penonjolan keunikan destinasi wisata, engagement dan interaction melalui penggunaan hook yang menarik serta call to action, personalization dengan menyesuaikan konten berdasarkan karakteristik audiens dominan, serta technology integration melalui pemanfaatan fitur Instagram dan alat digital pendukung analisis performa konten. Strategi tersebut dinilai efektif dalam meningkatkan interaksi audiens dan membangun hubungan yang lebih dekat antara brand dan konsumen. Kesimpulannya, strategi konten digital yang terencana, berbasis data, dan relevan dengan karakter audiens mampu meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran digital di sektor pariwisata.

Kata kunci: Strategi Konten, Instagram, Pemasaran Digital, Pariwisata, Media Sosial

Abstract

This study aims to analyze the digital content strategy implemented by Jogja Amertha Partners (JAPAS) in increasing consumer engagement on the Instagram account @gesingwonderlandjogja. A descriptive qualitative approach was employed, using in-depth interviews with three key informants, Instagram account observation, documentation, and audience insight analysis as data collection techniques. The findings indicate that JAPAS's

digital content strategy focuses on four main aspects: value creation through aesthetic visuals and highlighting unique tourism destinations, engagement and interaction through attractive hooks and call-to-action elements, personalization by adjusting content to dominant audience characteristics, and technology integration through the use of Instagram features and digital analytical tools. These strategies are considered effective in increasing audience interaction and strengthening the relationship between the brand and consumers. In conclusion, a well-planned, data-driven, and audience-oriented digital content strategy enhances the effectiveness of digital marketing communication in the tourism sector.

Keywords: Content Strategy, Instagram, Digital Marketing, Tourism, Social Media