

**Strategi Promosi Akun Instagram @serulingmaszoo Sebagai Media Promosi
Untuk Meningkatkan Kunjungan Pada Taman Rekreasi Margasatwa
Serulingmas (TRMS)**

Annissa Andanti Prillenia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi pada akun @serulingmaszoo dalam meningkatkan kunjungan ke Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas (TRMS) di Banjarnegara. Fokus penelitian terletak pada bagaimana strategi promosi digital diterapkan melalui indikator frekuensi, durasi, dan atensi berdasarkan teori Terpaan Media oleh Karl Rosengren. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi akun Instagram, serta studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness dan mendorong keputusan kunjungan. TRMS secara aktif memproduksi konten visual menarik seperti single image, carousel, reels, dan Instagram stories dengan frekuensi yang tinggi dan durasi yang sesuai untuk mempertahankan perhatian audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram dapat menjadi alat promosi digital yang strategis bagi destinasi wisata, dengan catatan bahwa konsistensi konten dan relevansi pesan harus terus dijaga.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Promosi Digital, Pariwisata, TRMS, Terpaan Media.

ABSTRACT

This study aims to explore the utilization of Instagram as a promotional tool to increase visitor numbers at Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas (TRMS) through its official account @serulingmaszoo. The research is grounded in Karl Rosengren's media exposure theory, focusing on three key indicators: frequency, duration, and attention. A qualitative approach was employed, using in-depth interviews, direct observation of Instagram content, and literature review. The findings indicate that consistent and frequent posting increases audience exposure to promotional content. Optimally timed video content (3–5 minutes) effectively sustains viewer attention and enhances reach. Audience attention is further strengthened through visually engaging content, interactive features (polls, giveaways, reels), and collaborations with influencers and local media partners. These strategies have successfully built brand awareness and reinforced TRMS's image as an educational and family-friendly tourist destination. The study recommends increasing post frequency, diversifying content types, and utilizing paid promotions to expand audience reach and enhance the effectiveness of Instagram-based digital marketing.

Keywords: Instagram, Social Media, Digital Promotion, TRMS, Media Exposure, Brand Awareness.