

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh content marketing pada akun instagram

@disparekrafDKI terhadap customer engagement dalam konteks sektor pariwisata di Jakarta,

Indonesia. Pemasaran pariwisata digital melalui platform Instagram telah menjadi strategi

penting bagi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta (Disparekraf DKI) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata. Data yang

diperoleh dari akun Instagram @disparekrafDKI menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengikut (followers) sejak awal tahun 2023, meskipun terdapat fluktuasi dalam pertumbuhan bulanan. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun jumlah pengikut terus meningkat, parameter lain seperti jumlah tampilan (views) dan

jumlah suka (likes) tidak selalu sebanding dengan pertumbuhan jumlah pengikut.

Berdasarkan data yang dianalisis, terlihat bahwa pertumbuhan jumlah pengikut tidak selalu diikuti oleh peningkatan yang signifikan dalam customer engagement. Sebagai contoh,

pada bulan April dan Desember 2023, meskipun terdapat lonjakan signifikan dalam jumlah

tampilan, rasio antara jumlah tampilan dan suka menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil dari

pengikut yang benar-benar berinteraksi dengan konten yang diunggah. Temuan ini

mengindikasikan bahwa konten Instagram @disparekrafdkl mungkin kurang menarik atau

relevan bagi responden yang lebih luas, sehingga menghasilkan tingkat interaksi yang lebih

rendah meskipun jumlah pengikut meningkat.

Penelitian ini menekankan pentingnya evaluasi mendalam terhadap efektivitas content

marketing yang diterapkan oleh @disparekrafdkl. Analisis yang lebih mendalam terhadap jenis

konten yang paling banyak diminati, waktu terbaik untuk posting, serta strategi interaksi yang

lebih efektif diperlukan untuk meningkatkan customer engagement. Selain itu, diperlukan

pemahaman yang lebih baik mengenai preferensi responden dan faktor-faktor lain yang dapat

memengaruhi tingkat keterlibatan mereka.

Implikasi dari penelitian ini mencakup rekomendasi bagi @disparekrafdkl untuk

melakukan penyesuaian strategi content marketing mereka guna memastikan bahwa konten

yang diproduksi tidak hanya menarik lebih banyak pengikut, tetapi juga meningkatkan

interaksi dan keterlibatan responden secara keseluruhan. Hal ini penting dalam upaya

memperkuat industri pariwisata di Jakarta dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan

dalam era digital yang terus berkembang. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada

literatur tentang pemasaran pariwisata digital dan menawarkan wawasan praktis bagi

pemangku kepentingan di sektor ini.

Kata Kunci: Content Marketing, Instagram, Customer Engagement, Pariwisata Digital, Disparekraf DKI Jakarta.

Abstract

This study analyzes the impact of content marketing on the Instagram account @disparekraf DKI on customer engagement in the context of the tourism sector in Jakarta, Indonesia. Digital tourism marketing through the Instagram platform has become an essential strategy for the Jakarta Department of Tourism and Creative Economy (Disparekraf DKI) to expand market reach and enhance the attractiveness of tourism destinations. Data obtained from the Instagram account @disparekraf DKI shows a significant increase in the number of followers since the beginning of 2023, despite fluctuations in monthly growth. However, this study also found that while the number of followers continues to grow, other parameters such as the number of views and likes do not always align with follower growth. Based on the analyzed data, it is evident that follower growth does not always correspond with a significant increase in customer engagement. For example, in April and December 2023, despite a significant spike in views, the ratio between views and likes indicates

that only a small portion of followers actually interacted with the posted content. This finding

suggests that the content on Instagram @disparekrafDKI may be less appealing or relevant to a

broader respondent, resulting in lower interaction rates despite an increase in the number of

followers.

This study emphasizes the importance of a thorough evaluation of the effectiveness of content marketing implemented by @disparekrafDKI. A more in-depth analysis of the most

popular content types, optimal posting times, and more effective interaction strategies is needed

to enhance customer engagement. Additionally, a better understanding of respondent preferences and other factors that may influence their engagement levels is required.

The implications of this research include recommendations for @disparekrafDKI to

adjust their content marketing strategies to ensure that the content produced not only attracts

more followers but also increases overall respondent interaction and engagement. This is

crucial in efforts to strengthen the tourism industry in Jakarta and ensure sustainable growth in

the rapidly evolving digital era. Thus, this study contributes to the literature on digital tourism

marketing and offers practical insights for stakeholders in this sector.

Keywords: Content Marketing, Instagram, Customer Engagement, Digital Tourism,

Disparekraf DKI Jakarta.

