

**STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DI PURI SUNNY MUNDUK KABUPATEN
BULELENG PROVINSI BALI**

Oleh

Made Arya Sandhy Permana, NIM 2257015018

Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Puri Sunny Guest House Munduk merupakan homestay yang terletak di Desa Munduk, Buleleng, Provinsi Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pemasaran melalui Instagram oleh Puri Sunny Munduk dan merumuskan reaksi wisatawan terhadap homestay di media sosial. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara dengan pengelola, staf, dan pengunjung yang menginap di Puri Sunny Guest House serta wisatawan asing yang melakukan perjalanan ke Desa Munduk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran melalui Instagram sangat berhasil dalam mencapai tujuan promosi, dengan interaksi aktif dengan para pengikut dan konten yang menarik. Sebagian besar wisatawan mengetahui akomodasi Puri Sunny Guest House Munduk dan mengikuti akun resminya. Meskipun demikian, masih ada peluang untuk menjadi lebih baik, terutama terkait variasi konten dan peningkatan keterlibatan klien. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya peningkatan konten yang menarik, interaksi klien, serta pemantauan dan evaluasi kinerja pemasaran secara berkelanjutan. Dengan demikian, Puri Sunny Munduk Homestay dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi akomodasi populer di Desa Munduk melalui strategi pemasaran yang efektif di Instagram.

Kata kunci: *guest house*, media sosial instagram, strategi pemasaran

**STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI DI PURI SUNNY MUNDUK KABUPATEN
BULELENG PROVINSI BALI**

Oleh

Made Arya Sandhy Permana, NIM 2257015018

Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan, Jurusan Manajemen

ABSTRACT

Puri Sunny Guest House Munduk is a homestay located in Munduk Village, Buleleng, Bali Province. This research aims to identify marketing via Instagram by Puri Sunny Munduk and encourage tourist promotion of homestays on social media. The data collection techniques used were observation and interviews with managers, staff and visitors staying at Puri Sunny Guest House as well as foreign tourists who traveled to Munduk Village. The research results show that marketing via Instagram is very successful in achieving promotional goals, with active interaction with followers and interesting content. Most of the tourists are aware of Puri Sunny Guest House Munduk reviews and follow the official account. However, there is still room for improvement, especially regarding content variety and increased client engagement. The implication of this research is the importance of increasing interest, client interaction, and monitoring content and evaluating marketing performance on an ongoing basis. In this way, Puri Sunny Munduk Homestay can strengthen its position as a popular lodging destination in Munduk Village through an effective marketing strategy on Instagram.

Keywords: *guest house, Instagram social media, marketing strategy*