

**Implementasi *Instagram* sebagai Media Promosi: Studi Kasus di Wait Garden Cottage Nusa Penida**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV

Program Studi Administrasi Hotel  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



**Disusun Oleh:**  
**EVANGELINE UTOMO**  
**NIM : 201822687**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL  
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG  
2022**

**LEMBAR PENGESAHAN****“IMPLEMENTASI *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI : STUDI  
KASUS DI WAIT GARDEN COTTAGE NUSA PENIDA”**

NAMA : EVANGELINE UTOMO

NIM : 201822687

JURUSAN : HOSPITALITI

PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI HOTEL

Pembimbing Utama,

**Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M.**

NIP. 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,

**Indrivani Hardayastuti, M.Sc., CHE**

NIP. 19800121 200502 2 001

Bandung, 23 September 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.**

NIP. 30723 199503 2 001

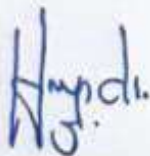
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

IMPLEMENTASI *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI : STUDI KASUS DI WAIT GARDEN  
COTTAGE NUSA PENIDA

NAMA : EVANGELINE UTOMO  
NIM : 201822687  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI HOTEL

Pembimbing Utama,



Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M.  
NIP 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



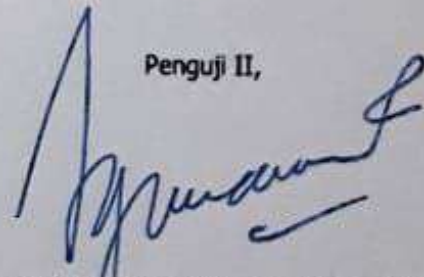
Indriyani Hardayastuti, M.Sc., CHE  
NIP 19800121 200502 2 001

Penguji I,



Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.  
NIP 19730723 199503 2 001

Penguji II,



I Gusti Agung Wahyu Adrian, MM. Par., M.Sc., CHRMP, CHE.  
NIP 19780605 200912 1 002

Bandung, 7 November 2022

Mengetahui,

Bag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.  
19730723 199503 2 001

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc  
NIP. 19710506 199803 1 001



**MOTTO**

*You never know where your actions will lead to. But if you don't do  
anything they will lead you nowhere*

Mahatma Gandhi

## PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus atas berkatnya, saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir dengan tepat waktu.

Kepada keluarga saya: Papa, Mama, Olivia yang telah mendukung secara fisik dan juga mental dalam proses penyusunan Tugas Akhir saya.

Kepada dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang memberikan waktu untuk membimbing saya selama ini.

Pasangan dan sahabat yang selalu mendukung dan menyemangati saya untuk terus maju dan membantu saya saat masa sulit.

Thank you so much, I couldn't be here without all of this.

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Evangeline Utomo  
Tempat/Tanggal Lahir: Jakarta, 10 Maret 2000  
NIM : 201822687  
Program Studi : Administrasi Hotel  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **"Implementasi Instagram sebagai Media Promosi : Studi Kasus di Wait Garden Cottage Nusa Penida"** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 19 September 2022

Yang membuat pernyataan,



**Evangeline Utomo**  
NIM 201822687

## ABSTRAK

Wait Garden Cottage merupakan salah satu penginapan yang terletak di Nusa Penida yang telah beroperasi semenjak tahun 2017 dan memiliki akun Instagram @waitgardencottage berjumlah seribu pengikut atau *followers*. Tujuan penggunaan *Instagram* yaitu sebagai media promosi, untuk memperkenalkan Wait Garden Cottage kepada publik. Maka dari itu penggunaan perlu dimaksimalkan dengan perencanaan *Instagram* yang optimal. Tujuan dari penelitian ini untuk merencanakan Instagram sebagai media promosi Wait Garden Cottage dengan menggunakan teori Matthew Sugiarto (2018) yaitu *Three Diamond Rules (Content, Consistency, Community)*. Dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan akan dilakukan reduksi, analisa, dan penarikan konklusi. Hasil dari data yang sudah diambil akan dianalisis dan menghasilkan data dengan aspek yang sesuai dengan fokus penelitian. Pada akhir bab, akan ditampilkan penarikan kesimpulan dan rekomendasi yang ditujukan untuk pihak Wait Garden Cottage Nusa Penida. Berdasarkan hasil penelitian Wait Garden Cottage belum melakukan promosi secara menarik, sehingga perlu dilakukan perencanaan dalam pembuatan *Instagram* untuk promosi berdasarkan Teori *Three Diamonds Rules*.

**Kata Kunci :** *Three Diamond Rules, Instagram, Promosi*

## ABSTRACT

*Wait Garden Cottage is one of the cottage located in Nusa Penida and has been operating since 2017 also has an Instagram account @waitgardencottage with a thousand followers. The purpose of using Instagram is as a promotional medium, it means to introduce Wait Garden Cottage to the public. Therefore, the use needs to be maximized with optimal Instagram planning. The research purpose is to plan Instagram as a promotion media for Wait Garden Cottage using Matthew Sugiarto's (2018) theory, Three Diamond Rules (Content, Consistency, Community). This research was using with a qualitative approach with case study method collecting data through observation, interview, and documents study. The result of this research will be reduced, analysed, and drawn conclusions. The data result will be analysed and resulting in data with aspects that is aligned with the research focus. In the end of the chapter, there will be conclusion drawing and recommendations for Wait Garden Cottage Nusa Penida. Results Based on research Wait Garden Cottage has not done promotions in an attractive way, so it is necessary to plan in creating Instagram for promotions based on the Three Diamonds Rules Theory.*

***Keywords: Three Diamond Rules, Instagram, Promotion***



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan berkat lah sehingga Proyek Akhir dapat terselesaikan dengan baik. Penulis melakukan penelitian dengan judul “**Implementasi Instagram sebagai Media Promosi: Studi Kasus di Wait Garden Cottage**” untuk menyelesaikan Proyek Akhir pada Program Diploma IV sebagai syarat akademik pada Program Studi Administrasi Perhotelan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu penelitian untuk menyelesaikan penelitian ini. Dengan khusus penulis hendak memberikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S. Sos., M. Sc, selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
2. Ibu Dr. Er Ummi Kalsum, M.M.Par., CHM., CHRMP., selaku Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M. Pd., CHE. Selaku ketua jurusan Hospitaliti;
4. Ibu Ita Maemunah, SST. Par., MM. Par. CHE., selaku ketua program studi Administrasi Hotel dan pengajar program studi Administrasi Hotel;
5. Bapak Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M. selaku dosen pembimbing utama;

6. Ibu Indriyani Handyastuti, S. I. Kom., M. Sc., CHE., selaku pembimbing pendamping;
7. Orang tua dan adik yang selalu mendukung saya dalam melakukan penyelesaian proyek akhir;
8. Sahabat dan *partner* yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan usulan penelitian ini;
9. Rekan-rekan seperjuangan dari program studi Administrasi Hotel;
10. Bapak I Ketut Tunggu selaku pemilik Wait Garden Cottage;
11. Seluruh pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu namanya.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masi sangat jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran sangat diperlukan oleh penulis untuk menyempurnakan penelitian ini dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Bandung, 19 September 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II .....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Teori .....	14
B. Kerangka Pemikiran.....	32

<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
A. Rancangan Penelitian .....	34
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	36
C. Pengumpulan Data .....	38
D. Analisis Data .....	40
E. Pengujian Keabsahan Data.....	42
F. Jadwal Penelitian.....	44
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian .....	46
B. Pembahasan.....	61
<b>BAB V.....</b>	<b>78</b>
A. Simpulan .....	78
B. Rekomendasi .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

**DAFTAR TABEL**

TABEL		Halaman
1	Uraian Konten Postingan Wait Garden Cottage	9
2	Jadwal Postingan Wait Garden Cottage Pada <i>Instagram</i>	10
3	Hasil Olahan Wawancara Dengan Informan 1	46
4	Hasil Olahan Wawancara Dengan Informan 2	51
5	Hasil Olahan Wawancara Dengan Informan 3	56
6	Hasil Olahan Wawancara Dengan Informan 4	59
7	Hasil Analisis Aspek Umum	61
8	Hasil Analisis Aspek <i>Content</i>	68
9	Hasil Analisis Aspek <i>Consistent</i>	72
10	Hasil Analisis Aspek <i>Community</i>	76
11	Contoh Kalender Konten Per Minggu	85
12	Alternatif Sebelum dan Sesudah Aspek Media Promosi Pada Wait Garden Cottage	86

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		Halaman
1	Peringkat Penggunaan <i>Platform Social Media</i>	4
2	Media Promosi Wait Garden Cottage Pada <i>Facebook Dan Youtube</i>	6
3	Postingan <i>Profile, Feeds, Post Instagram Dan Followers Insight Wait Garden Cottage</i>	8
4	Kerangka Pemikiran Penelitian	33
5	Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif	42
6	Jadwal Kegiatan Penelitian	45
7	Unggahan Tanpa Deskripsi Lengkap	64
8	Tampilan <i>Feed Instagram Wait Garden Cottage Yang Kurang Rapi</i>	65
9	Unggahan Konten Promosi Wait Garden Cottage	67
10	Contoh <i>Postingan Dengan Konten Giveaway</i>	80
11	<i>Feeds Instagram Wait Garden Cottage dan Rekomendasi</i>	84
12	<i>Website Canva</i>	85

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN		Halaman
1	Lembar Checklist Observasi	93
2	Pedoman Wawancara	94
3	Transkrip Wawancara	102
4	Daftar Riwayat Hidup	122
5	Surat Ijin Lokus	123
6	Surat Telah Melakukan Penelitian	124
7	Dokumentasi Wawancara	125
8	Bukti Bimbingan	128
9	Chat Bukti <i>E-Sign</i>	131

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, S. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Boone, Louis E dan Kurtz, David L. (2002). *Pengantar Bisnis. Jilid ke-1. Terjemahan Anwar Fadriansyah*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- BPS. (2021, Juni 30). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2020*.  
From  
<https://www.bps.go.id/publication/2021/06/30/f82e59c5b5ede42bf72caf1e/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-indonesia-2020.html>
- Bungin, & Burhan, M. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Davey, J. (2021, July). *3 Reasons why consistency is key to your success on Instagram*.
- Freddy Rangkuti .2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Goodwin, M. (2016). *Instagram marketing for business: How to get more targeted followers and build a brand on Instagram*. Philipp Klinkner.



Gunelius, Susan. (2011) *30- Minute Social Media Marketing. United States: McGraw-Hill Companies*

Hootsuite and We Are Social. (2021). *Digital in 2021 : Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use In Indonesia.*  
Retrieved <https://wearesocial.com/blog/2018/01/globaldigital-report-2018>

Karnadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta pada 2022.*  
Retrieved from DataIndonesia:  
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>

KBBI. (2021). *Arti Kata Konten.* From KBBI: <https://kbbi.web.id/media>

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2017). *Principles of Marketing 17th Edition.*  
New Jersey: Pearson Education.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). *Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts.*  
*Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.

Lupiyoadi, Rambat, (2013): *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat.  
Mahatma 2021

- Mafiroh, F. (2020). *Utilization of Instagram Social Media by Account @Tamanwisatagenilagit as A Promotion Media in Increasing Visitors Interest of Taman Geni Langit.*
- Matthew Sugiarto. (2018). *Instagram Marketing: 3 Cara Cara Sistematis Mengumpulkan Follower Permanen Di Instagram Dan Membuat Mereka Menjadi Membeli Dari Anda.* Surabaya: Gramedia
- Miftah El Fikri. (2019). *Memasarkan objek pariwisata kota medan melalui media sosial untuk menaikkan minat kunjungan dan menghapus paradigma negatif.* JUMANT, 11(2), 69-79.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). *Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau.* Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Nurudin (2012) *Media Sosial Baru.* Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Sari, Meutia P., and Evawani E. Lubis. (2017). *"Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau."* Jurnal Online Mahasiswa Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, *vol. 4, no. 2, Oct. 2017, pp. 1-13.*

Shimp, Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat

Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Brand Guide fot Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.

Sukmadinata, Nana (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosda

Suryadana, Liga M dan Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

World Tourism Organization. (2010). *Tourism Highlights*.

Yin, Robert K. (2013). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.