

## ABSTRAK

**REISA ALFADANI.** 2024. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Promosi *The Local Areguling Villa*. Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing: Muhammad Husni, HM., S.ST.Par.,MM.Par dan Muh. Sultan hali, S.Pd., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengarahannya terkait penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi bagi *The Local Areguling Villa*. Media sosial saat ini telah menjadi tren baru dalam strategi pemasaran, namun hingga saat ini *The Local Areguling Villa* hanya mengandalkan *Online Travel Agent (OTA)* untuk penjualan tanpa memanfaatkan media sosial, sehingga informasi detail yang diperlukan serta interaksi kepada calon pelanggan kurang optimal. Dalam penelitian ini berisi hasil analisis pemanfaatan penggunaan media sosial yang telah dilakukan oleh *The Local Areguling Villa* dalam promosi produknya, serta saran-saran terkait penggunaan media sosial yang paling efektif pada saat ini. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap *The Local Areguling Villa*, serta memperkuat hubungan dengan calon tamu dan pelanggan yang sudah ada. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas villa di pasar pariwisata.

## **ABSTRAK**

**REISA ALFADANI.** 2024. *Utilization of Instagram Social Media in Promotion The Local Areguling Villa. Politeknik Pariwisata Lombok. Mentor: Muhammad Husni, HM.,S.ST.Par.,MM.Par and Muh. Sultan hali, S.Pd., M.M.*

*This research aims to explain how to use of social media, especially Instagram, as a promotional tool for The Local Areguling Villa. Social media has now become a new trend in marketing strategy, but until now The Local Areguling Villa only relies on Online Travel Agents (OTA) for sales without utilizing social media, so the detailed information required and interaction with potential customers is less than optimal. This research contains the results of an analysis of the use of social media that has been carried out by The Local Areguling Villa in promoting its products, as well as suggestions regarding the most effective use of social media at this time. It is hoped that this research can increase brand awareness of The Local Areguling Villa, as well as strengthen relationships with potential guests and existing customers. Using a qualitative approach, this research identifies effective strategies to increase the visibility of villas in the tourism market.*