

PERAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI INSTAGRAM DI TAMAN HUTAN RAYA IR. H. DJUANDA

**Oleh
Awang Taufiq Alhakim
NPM 21756009**

RINGKASAN

Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda merupakan kawasan pelestarian alam yang terletak di Kota Bandung, yang memiliki banyak potensi wisata alam. Dengan potensi wisata yang begitu kaya maka Tahura Djuanda membutuhkan promosi dan pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian lebih banyak wisatawan domestik maupun mancanegara. Tujuan dari penulisan tugas akhir ini mendeskripsikan peran *digital marketing* melalui instagram dalam kegiatan promosi di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda. Metode Pelaksanaan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini adalah observasi, *coaching*, dan praktik. Hasil dari penulisan tugas akhir ini Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda mengimplementasikan strategi marketing mulai dari penerapan konten visual berkualitas, penggunaan *hashtag* efektif, penggunaan *geotag*, narasi yang menarik, kolaborasi dengan *influencer*, memanfaatkan *user-generated content*, melakukan analisi performa, dan konsisten branding. Secara garis besar Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menunjukkan keberhasilan dalam megimplementasi poin diatas, untuk mengoptimalkan peran *digital marketing* melalui instagram, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda disarankan mengembangkan template desain yang konsisten untuk penggunaan *template* untuk memudahkan promosi lebih fokus pada kreativitas.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Instagram, Marketing*