

ABSTRAK

Akun @timorleste_ merupakan salah satu akun Instagram yang digunakan sebagai media promosi wisata-wisata yang berada di Timor Leste, salah satunya ialah wisata Cristo Rei atau Patung Kristus Raja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi wisata Cristo Rei Timor Leste yang dilakukan oleh akun Instagram @timorleste_ dan bagaimana proses promosi wisata Cristo Rei Timor Leste pada akun instagram @timorleste_.

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Data pada penelitian ini diperoleh berdasarkan pada hasil observasi, wawancara, dan studi pustaka. Adapun subjek penelitian ini ialah Mardors sebagai pemilik akun Instagram @timorleste_.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik akun Instagram @timorleste_ memilih Instagram sebagai sarana promosi wisata Cristo Rei agar promosi tersebut dapat menjangkau khayalak luas serta memperoleh interaksi yang banyak dengan pengguna Instagram lainnya sehingga dapat meningkatkan wisatawan yang datang, diketahui bahwa pemilik akun Instagram @timorleste_ telah memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram sebagai sarana untuk menunjang keberhasilan promosi wisata Cristo Rei dan menggunakan tahapan-tahapan strategi promosi mulai dari tahap perencanaan promosi, pengumpulan data, proses promosi atau implementasi, serta tahap evaluasi proses promosi, selain itu diketahui juga pada tahap evaluasi proses promosi, pemilik akun Instagram @timorleste_ selalu memperhatikan fitur *highlight* Instagram untuk mengetahui bagaimana tingkat atau jumlah interaksi terhadap postingan promosinya. Rekomendasi peneliti dalam penelitian ini ialah agar pemilik akun Instagram @timorleste_ terus mengembangkan atau memaksimalkan promosinya dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram lainnya, seperti *highlight* dan Instagram Ads.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, Strategi Promosi, Wisata Cristo Rei Timor Leste.

ABSTRACT

The @timorleste_ account is an Instagram account that is used as a promotional medium for tourism in Timor Leste, one of which is the Cristo Rei or Christ the King statue. The aim of this research is to find out how the Cristo Rei Timor Leste tourism promotion strategy is carried out by the Instagram account @timorleste_ and what the process of promoting Cristo Rei Timor Leste tourism is on the Instagram account @timorleste_.

This research uses qualitative methodology. The data in this research was obtained based on the results of observations, interviews and literature studies. The subject of this research is Mardors as the owner of the Instagram account @timorleste_.

The results of the research show that the owner of the Instagram account @timorleste_ chose Instagram as a means of promoting Cristo Rei tourism so that the promotion can reach a wide audience and get a lot of interaction with other Instagram users so that it can increase tourist arrivals. It is known that the owner of the Instagram account @timorleste_ has utilized the feature -features provided by Instagram as a means to support the success of Cristo Rei tourism promotion and use promotional strategy stages starting from the promotion planning stage, data collection, promotion or implementation process, as well as the promotion process evaluation stage, apart from that it is also known at the process evaluation stage promotions, the owner of the Instagram account @timorleste_ always pays attention to the Instagram highlights feature to find out the level or number of interactions with his promotional posts. The researcher's recommendation in this research is that Instagram account owners @timorleste_ continue to develop or maximize their promotions by utilizing other Instagram features, such as highlights and Instagram Ads.

Keywords: *Instagram, Social Media, Promotion Strategy, Cristo Rei Timor Leste Tourism.*