

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM
@SMILINGBOGORCITY PADA SEGMENT “MIMIN JALAN-JALAN”
DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KOTA BOGOR**
(Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor)

SITI ELLYSSA



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Pengembangan Konten Instagram @smilingbogorciti pada Segmen Mimin Jalan-jalan dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Siti Ellyssa
J0402221090

ABSTRAK

SITI ELLYSSA. Pengembangan Konten Instagram @smillingbogorcity pada Segmen Mimin Jalan-Jalan dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Bogor. Dibimbing oleh **IRA RESMAYASARI.**

Akun Instagram @smillingbogorcity merupakan media promosi resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang memiliki segmen “Mimin Jalan-Jalan”. Segmen ini memiliki jangkauan konten yang tinggi namun pengembangan konten masih perlu disesuaikan dengan karakteristik, preferensi, dan persepsi *followers* agar promosi yang dilakukan lebih efektif. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik akun @smillingbogorcity, karakteristik dan preferensi *followers*, mengukur efektivitas konten menggunakan model AIDA, menganalisis faktor yang memengaruhi efektivitas konten dengan regresi linear berganda, serta menyusun rancangan pengembangan konten. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner kepada 100 *followers*. Analisis dilakukan secara deskriptif menggunakan analisis persentase, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Reels* merupakan format konten paling efektif, *followers* lebih menyukai konten wisata kuliner, video berdurasi 30–60 detik, visual menarik, dan musik yang sedang tren. Penelitian ini menghasilkan rancangan video *reels* dan poster infografis sebagai rekomendasi pengembangan promosi pariwisata Kota Bogor.

Kata Kunci : AIDA, Efektivitas Konten, Instagram, Promosi Pariwisata

ABSTRACT

SITI ELLYSSA. Development of Instagram Content for @smillingbogorcity in the Mimin Jalan-Jalan Segment to Promote Tourism in Bogor City. Supervised by **IRA RESMAYASARI.**

The Instagram account @smillingbogorcity is the official promotional media of the Bogor City Tourism and Culture Office and features the "Mimin Jalan-Jalan" segment. This segment has a high content reach; however, its content development still needs to be aligned with the characteristics, preferences, and perceptions of followers to make promotional activities more effective. This study aims to identify the characteristics of the @smillingbogorcity account, the characteristics and preferences of its followers, measure content effectiveness using the AIDA model, analyze the factors affecting content effectiveness through multiple linear regression, and develop a content development plan. Data were collected through observation, interviews, literature review, and questionnaires distributed to 100 followers. The data were analyzed descriptively using percentage analysis and multiple linear regression. The results show that Reels are the most effective content type, followers prefer culinary tourism content, videos with a duration of 30–60 seconds, attractive visuals, and trending music. This study produced a reels video design and an infographic poster as recommendations for the development of tourism promotion in Bogor City.

Keywords : AIDA, Content Effectiveness, Instagram, Tourism Promotion



RINGKASAN

SITI ELLYSSA. Pengembangan Konten Instagram @smilingbogorcity pada Segmen Mimin Jalan-Jalan dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Bogor (*Development of Instagram Content for @smilingbogorcity in the Mimin Jalan-Jalan Segment to Promote Tourism in Bogor City*). Dibimbing oleh IRA RESMAYASARI.

Media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam promosi pariwisata karena mampu menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Instagram merupakan *platform* yang banyak dimanfaatkan untuk memperkenalkan destinasi wisata melalui konten visual yang menarik. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor menggunakan akun Instagram @smilingbogorcity sebagai media promosi resmi dengan salah satu segmen unggulan, yaitu “Mimin Jalan-Jalan”, yang menyajikan informasi mengenai destinasi wisata, wisata kuliner, aktivitas, dan rekomendasi tempat menarik di Kota Bogor. Memiliki jangkauan konten yang tinggi, pengembangan konten masih perlu disesuaikan dengan karakteristik, preferensi, dan persepsi *followers* agar promosi yang dilakukan lebih efektif.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik akun Instagram @smilingbogorcity, mengidentifikasi karakteristik dan preferensi *followers*, mengukur efektivitas konten “Mimin Jalan-Jalan” menggunakan model *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA), menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas konten menggunakan regresi linear berganda, serta menyusun rancangan pengembangan konten sebagai rekomendasi promosi pariwisata digital. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur dengan pengelola media sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, serta penyebaran kuesioner kepada 100 *followers* akun Instagram @smilingbogorcity. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, laporan instansi, dan dokumen pendukung lainnya. Analisis data dilakukan menggunakan distribusi frekuensi dan persentase, model AIDA, serta regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS *Statistics*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa format *reels* merupakan jenis konten yang memiliki performa terbaik dengan jumlah tayangan dan jangkauan tertinggi. *Followers* didominasi oleh perempuan berusia 17–25 tahun, berstatus mahasiswa, dan lebih menyukai konten wisata kuliner dalam bentuk video berdurasi 30–60 detik, dengan visual menarik, penyampaian yang santai, serta penggunaan musik yang sedang tren. Hasil analisis AIDA menunjukkan bahwa konten “Mimin Jalan-Jalan” berada pada kategori efektif sebagai media promosi pariwisata. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa judul konten, penggunaan musik, kualitas visual, tema konten yang sesuai dengan preferensi *followers*, serta interaksi dengan *followers* berpengaruh signifikan terhadap efektivitas konten. Hal ini menunjukkan bahwa kelima faktor tersebut berperan dalam meningkatkan daya tarik konten sehingga mampu menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk berinteraksi dengan konten. Hasil penelitian, disusun dua luaran berupa rancangan video konten *reels* bertema wisata kuliner Kota Bogor dan poster infografis sebagai rekomendasi pengembangan konten yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan preferensi audiens untuk mendukung promosi pariwisata Kota Bogor melalui akun Instagram @smilingbogorcity.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak Sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM
@SMILINGBOGORCITY PADA SEGMENT “MIMIN JALAN-JALAN”
DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA KOTA BOGOR**
(Studi Kasus: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor)

SITI ELLYSSA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi IPB University

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dyah Prabandari, SP., M.Si.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Laporan Akhir : Pengembangan Konten Instagram @smilingbogorcity
pada Segmen "Mimin Jalan-Jalan" dalam
Mempromosikan Pariwisata Kota Bogor
Nama : Siti Ellyssa
NIM : J0402221090

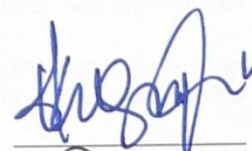
Disetujui oleh

Pembimbing:
Ira Resmayasari, S.S., M.Par., M.T.H.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., M.T.H.M.
NPI. 201807198501202001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian: 23 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Proyek Akhir dengan judul **“Pengembangan Konten Instagram @smilingbogorcity pada Segmen “Mimin Jalan-Jalan” dalam Mempromosikan Pariwisata Kota Bogor”** dengan baik dan lancar. Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi IPB University. Proses penyusunan Laporan Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan dan kelancaran selama proses penyusunan Proyek Akhir.
2. Orang tua penulis, Bapak Muhamad Artin dan Ibu Marlinda Wulansari yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan perhatian kepada penulis.
3. Saudara penulis, Kakak Bianca Ramadhani dan Abang Azzurri Maulana yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan perhatian kepada penulis.
4. Dosen Pembimbing, Ira Resmayasari, S.S., M.Par., MTHM atas segala bimbingan, kesabaran, ketulusan dan bantuan dalam membimbing serta memberi arahan kepada penulis selama proses penyusunan Proyek Akhir.
5. Dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan ilmu, wawasan dan pengetahuan selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekowisata.
6. Kepada Ibu Nina Fitriany, selaku Adytama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Kak Arka dan rekan rekan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor yang telah memberikan banyak bantuan dalam pengambilan data Proyek Akhir.
7. Kepada Tubagus Muhammad Raka Aghna Azizan, selaku partner yang telah memberikan banyak dukungan, doa dan motivasi selama proses penyusunan Proyek Akhir.
8. Kepada Syagira Harvie Seftivanaya, selaku sahabat yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis.
9. Kepada Acikiwir, Nidaul Jihad, Ajeng Amanda, Zairi Raihan dan Anggi Chairunisa selaku teman seperjuangan penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan ketersediannya mendampingi selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
10. Teman-teman seperjuangan Ekowisata 59 dan teman-teman lainnya yang memberikan bantuan, doa serta dukungan nya selama proses perkuliahan hingga penyusunan laporan Proyek Akhir.

Semoga laporan Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, institusi, perusahaan serta pihak-pihak yang membutuhkan sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam pengembangan pariwisata di Kota Bogor.

Bogor, Juli 2026

Siti Ellyssa



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Luaran	3
1.6 Kerangka Pemikiran	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pengembangan Konten Media Sosial	4
2.2 <i>Content Marketing</i> dalam Promosi Pariwisata	4
2.3 Peran Media Sosial dalam Promosi Pariwisata	4
2.4 Persepsi Pengguna sebagai Dasar Pengembangan Konten	4
2.5 Strategi Pengembangan Konten pada Akun Pariwisata	5
2.6 Peran Instagram dan <i>Engagement</i> dalam Promosi Pariwisata	5
III KONDISI UMUM	6
3.1 Letak dan Luas Kawasan	6
3.2 Sejarah Kawasan	6
3.3 Kondisi Fisik	7
3.4 Kondisi Pengelolaan	7
3.5 Kondisi Sosial Masyarakat Sekitar	8
3.6 Kondisi Kepariwisataaan	8
3.7 Aksesibilitas	9
IV METODE PENELITIAN	10
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	10
4.2 Alat dan Bahan	10
4.3 Jenis dan Sumber Data	10
4.4 Metode Pengambilan Data	11
4.5 Metode Pemilihan Responden	11
4.6 Analisis Data	13
4.7 Metode Perancangan Luaran	14
V HASIL DAN PEMBAHASAN	16
5.1 Karakteristik Instagram @smillingbogorcity	16
5.2 Karakteristik dan Preferensi <i>Followers</i>	17
5.3 Efektivitas Segmen “Mimin Jalan-Jalan”	25
5.4 Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas	29
5.5 Rancangan Konten	33



VI	SIMPULAN DAN SARAN	38
6.1	Simpulan	38
6.2	Saran	38
	DAFTAR PUSTAKA	40
	LAMPIRAN	42
	RIWAYAT HIDUP	46

Hak cipta milik IPB University

DAFTAR TABEL

1	Alat dan bahan penelitian	10
2	Data penelitian	11
3	Hasil uji normalitas	30
4	Hasil uji multikolinearitas	30
5	Hasil uji heteroskedastisitas	30
6	Model <i>summary</i>	31
7	ANOVA	31
8	<i>Coefficients.</i>	31
9	<i>Storyboard</i> video konten	35

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	3
2	Peta lokasi penelitian	10
3	<i>Views</i> konten <i>Reels</i>	16
4	Jumlah <i>views</i> pada <i>Reels</i>	17
5	Jenis kelamin responden	18
6	Usia responden	18
7	Domisili responden	18
8	Pendidikan responden	19
9	Pekerjaan responden	19
10	Penghasilan responden	20
11	Durasi penggunaan Instagram perhari	21
12	Lama menjadi <i>followers</i>	21
13	Frekuensi mengakses konten “Mimin Jalan-Jalan”	22
14	Jam akses	22
15	Preferensi tema	23
16	Preferensi jenis wisata	23
17	Preferensi format dan durasi	24
18	Preferensi elemen tambahan dan musik latar	24
19	Preferensi gaya penyampaian	25
20	Preferensi keterlibatan <i>influencer</i>	25
21	Efektivitas pada aspek <i>attention</i>	26
22	Efektivitas pada tahap <i>interest</i>	27
23	Efektivitas pada tahap <i>desire</i>	28
24	Efektivitas pada tahap <i>action</i>	29
25	Poster Infografis	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil Uji Normalitas	42
2	Hasil Uji Multikolinearitas	43
3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
4	Hasil uji regresi linear berganda	44
5	Representasi Visual Video <i>Reels</i>	45