

OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN INSTAGRAM @GALERINASIONAL DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA KE GALERI NASIONAL INDONESIA

KHALISHA NABILA PRAMUDHITA



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



@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.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul **“Optimalisasi Strategi Pemasaran Instagram @galerinasional dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Galeri Nasional Indonesia”** 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

Khalisha Nabila Pramudhita
J0402221020



@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.

ABSTRAK

KHALISHA NABILA PRAMUDHITA. Optimalisasi Strategi Pemasaran Instagram @galerinasional dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Galeri Nasional Indonesia. Dibimbing oleh IRA RESMAYASARI.

Galeri Nasional Indonesia (GNI) memiliki peran sebagai jendela budaya Indonesia, namun pemanfaatan Instagram untuk menarik wisatawan mancanegara belum optimal. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran Instagram melalui analisis kondisi eksisting akun, karakteristik wisatawan mancanegara, serta faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @galerinasional memiliki *engagement rate* yang tinggi, tetapi pemanfaatan konten masih didominasi *Story*, sementara *Reel* memiliki potensi jangkauan tertinggi. Analisis SWOT menempatkan GNI pada Kuadran I sehingga strategi yang direkomendasikan adalah *Growth Oriented Strategy*. Sebagai luaran penelitian, disusun *Guide Book* Strategi Pemasaran Instagram dan *Daily Content Plan* sebagai panduan implementasi strategi untuk mengoptimalkan Instagram dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara.

Kata kunci: Galeri Nasional Indonesia, Instagram, Pemasaran Digital, SWOT, Wisatawan Mancanegara.

ABSTRACT

KHALISHA NABILA PRAMUDHITA. *Optimizing the Instagram Marketing Strategy of @galerinasional in Attracting International Tourists to the National Gallery of Indonesia. Supervised by IRA RESMAYASARI.*

The National Gallery of Indonesia (GNI) plays a strategic role as a gateway to Indonesia's cultural heritage; however, its use of Instagram to attract international tourists has not been fully optimized. This study aims to develop an Instagram marketing strategy by analyzing the account's current performance, the characteristics of international tourists, and internal and external factors using SWOT analysis. A descriptive study with qualitative and quantitative approaches was conducted through interviews, questionnaires, observations, and document analysis. The results show that although @galerinasional has a high engagement rate, its content is still dominated by Stories, while Reels generate the highest reach. The SWOT analysis places GNI in Quadrant I, indicating strong internal capabilities and significant external opportunities, with a Growth-Oriented Strategy as the recommended approach. The research outputs include an Instagram Marketing Strategy Guidebook and a Daily Content Plan to support the optimization of Instagram marketing and increase international tourist visits.

Keywords: Digital Marketing, International Tourist, Instagram, National Gallery of Indonesia, SWOT.



@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.

RINGKASAN

KHALISHA NABILA PRAMUDHITA. Optimalisasi Strategi Pemasaran Instagram @galerinasional dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Galeri Nasional Indonesia (*Optimizing the Instagram Marketing Strategy of @galerinasional in Attracting International Tourists to the National Gallery of Indonesia*). Dibimbing oleh IRA RESMAYASARI.

Pariwisata budaya berbasis museum dan galeri seni semakin diminati wisatawan mancanegara yang mencari pengalaman autentik dan kaya nilai sejarah. Galeri Nasional Indonesia (GNI), sebagai institusi seni rupa nasional, memiliki peran strategis sebagai “jendela budaya” Indonesia dan berpotensi menjadi destinasi unggulan bagi wisatawan internasional, namun pemanfaatan Instagram sebagai kanal promosi digital GNI belum maksimal karena konten yang disajikan masih cenderung informatif sepihak dan minim optimalisasi fitur interaktif seperti *Reels*. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pemasaran Instagram yang tepat bagi GNI, melalui identifikasi strategi pemasaran yang sedang berjalan, karakteristik dan perilaku digital wisatawan mancanegara, penilaian faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS), serta perumusan rekomendasi strategi yang optimal.

Penelitian dilaksanakan di GNI, Jakarta Pusat, pada Januari hingga April 2026, dengan menggabungkan pendekatan kualitatif berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, serta pendekatan kuantitatif melalui kuesioner skala Likert lima poin yang disebarkan kepada wisatawan mancanegara. Faktor internal dan eksternal dianalisis menggunakan matriks IFAS-EFAS dengan pembobotan dan *rating* mengacu pada David (2011), kemudian hasilnya diplot ke dalam Diagram Kartesius SWOT untuk menentukan posisi kuadran strategi, dan selanjutnya dirumuskan ke dalam matriks strategi SO, WO, ST, dan WT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @galerinasional, dengan 163.522 *followers* per Mei 2026, telah terverifikasi dan cukup aktif dengan *engagement rate* rata-rata 16,64% per bulan, jauh di atas rata-rata industri yang hanya 0,48%. Meskipun demikian, komposisi kontennya sangat tidak seimbang: *Stories* mendominasi dengan proporsi 93,29%, diikuti *Feed Post* 6,10%, sementara *Reels* hanya 0,61%, padahal *Reels* justru memiliki *reach rate* tertinggi sebesar 30,8% dibandingkan *Carousel* (14,5%) dan gambar statis (13,1%). Pertumbuhan *followers* selama empat bulan pengamatan juga tercatat fluktuatif dengan total penambahan 1.839 akun, yang diduga berkaitan dengan pendekatan konten yang masih bersifat *event-driven*. Sisi interaksi, audiens didominasi oleh *Likes* sebesar 82,3%, sedangkan Komentar yang merepresentasikan interaksi dua arah hanya sebesar 2,0%, sehingga menjadi salah satu celah strategis yang perlu diperbaiki. Hasil perhitungan matriks menunjukkan skor IFAS sebesar 1,71 dan EFAS sebesar 3,15, yang menempatkan GNI pada koordinat 1,71 ; 2,07 di Kuadran I Diagram Kartesius SWOT. Posisi ini mengindikasikan bahwa GNI memiliki kondisi internal yang kuat sekaligus peluang eksternal yang besar, sehingga strategi yang direkomendasikan adalah *Growth Oriented Strategy* atau strategi pertumbuhan agresif.

Berdasarkan matriks SWOT, strategi SO diarahkan pada produksi konten *storytelling* visual berbasis *Reels* dengan memanfaatkan kompetensi tim Desain Komunikasi Visual (DKV), yang dioptimalkan melalui *caption* bilingual untuk

menarik minat wisatawan Eropa dan Asia. Strategi WO menekankan peningkatan frekuensi unggahan *Reels* secara berkala melalui kalender konten yang terstruktur, sekaligus mengalihkan pendekatan konten dari yang bersifat *event-driven* menjadi konten edukasi budaya yang lebih dicari oleh wisatawan. Strategi ST berfokus pada pemanfaatan data *Instagram Insights* untuk menyiasati perubahan algoritma serta mendorong interaksi dua arah melalui *call-to-action* pada *caption*. Sementara itu, strategi WT diarahkan pada kolaborasi non-pendanaan melalui fitur *collab post* dengan instansi atau komunitas seni, serta penerapan *peer-to-peer learning* di internal tim untuk mengatasi keterbatasan anggaran pelatihan.

Penelitian ini menghasilkan dua luaran utama, yaitu *Daily Content Plan* selama 30 hari yang disusun berdasarkan lima pilar konten yaitu *Discovery*, *Education*, *Experience*, *Action/Behind The Scene*, dan *Community*, serta *guide book* strategi pemasaran Instagram dalam format buku saku (*pocket book*) yang memuat rekomendasi strategi, panduan produksi konten *Reels*, *caption* bilingual, *storytelling* budaya, *daily content plan*, dan indikator evaluasi kinerja (KPI). Kedua luaran tersebut dirancang sebagai panduan praktis dan implementatif bagi pengelola media sosial Galeri Nasional Indonesia dalam meningkatkan visibilitas digital dan mendorong peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara.

Kata kunci: Galeri Nasional Indonesia, Instagram, Pemasaran Digital, SWOT, Wisatawan Mancanegara.



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. Pelimpah hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerja sama dengan pihak luar IPB harus didasarkan perjanjian kerja sama yang terkait.



@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.



**OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN INSTAGRAM
@GALERINASIONAL DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA
KE GALERI NASIONAL INDONESIA**

KHALISHA NABILA PRAMUDHITA

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Ekowisata

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



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Penguji pada Ujian Proyek Akhir: Dr. Rini Untari, S.Hut., M.Si



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Judul Proyek Akhir : Optimalisasi Strategi Pemasaran Instagram
@galerinasional dalam Meningkatkan Kunjungan
Wisatawan Mancanegara ke Galeri Nasional Indonesia

Nama : Khalisha Nabila Pramudhita
NIM : J0402221020

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: 10 Juli 2026

Tanggal Lulus:

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 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.



PRAKATA

Rasa rahmat yang mendalam penulis haturkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala limpahan rahmat-Nya yang memungkinkan laporan proyek akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian yang berlangsung sejak Januari 2026 hingga April 2026 ini yang berjudul “Optimalisasi Strategi Pemasaran Instagram @galerinasional dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Galeri Nasional Indonesia“. Tidak sedikit pihak yang turut berkontribusi memberikan bantuan dan arahan dalam proses penyusunan laporan ini, mulai dari tahap persiapan keberangkatan, proses pengumpulan data, hingga laporan ini dapat tersusun secara utuh. Atas segala dukungan tersebut, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Keluarga yaitu Ayahanda Akbar Pramudya, Ibunda Sisimiyati yang telah memberikan dukungan dari non materi maupun materi, doa serta kasih sayangnya selama penulis melakukan penelitian ini.
2. Dosen pembimbing Ira Resmayasari, S.S., M.Par., M.T.H.M. yang telah membimbing, memotivasi dan memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan proyek akhir
3. Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., MTHM selaku Ketua Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi IPB.
4. Dosen-dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Ibu Desy Novita Sari selaku pembimbing yang telah memberikan arahan kepada penulis selama melakukan kegiatan PKL di Galeri Nasional Indonesia
6. Rekan-rekan selama penulis menjalankan kegiatan PKL di Galeri Nasional Indonesia yang telah memberikan semangat, canda serta tawa kepada penulis.
7. Alya Salsabila selaku sahabat penulis yang telah menemani penulis dan memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesah penulis dan teman-teman Ekowisata 59.
8. Hawa Hanifah Bagaswari dan Aulyn Aurellia Adriani selaku sahabat penulis sejak SMP yang telah memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu selama penyusunan proyek akhir. Harapan penulis, karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat nyata bagi siapa pun yang memerlukan serta mampu memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Khalisha Nabila Pramudhita



@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

	Halaman
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Luaran	3
1.6 Kerangka Berpikir	4
II KONDISI UMUM	5
2.1 Letak dan Luas	5
2.2 Sejarah Kawasan	5
2.3 Kondisi Fisik	6
2.4 Kondisi Biotik	7
2.5 Kondisi Masyarakat Sekitar	7
2.6 Kondisi Pariwisata	7
2.7 Aksesibilitas	8
III METODE PENELITIAN	9
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
3.2 Alat dan Bahan	9
3.3 Jenis Data	10
3.4 Teknik Pengambilan Data	11
3.5 Populasi dan Sampel	11
3.6 Analisis Data	12
3.7 Metode Perancangan Luaran	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Strategi yang Berjalan	17
4.2 Karakteristik dan Perilaku Digital Wisatawan Mancanegara	21
4.3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	28
4.4 Rekomendasi Strategi	35
V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41

LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

@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.



DAFTAR TABEL

	Halaman
1 Alat dan bahan	9
2 Jenis data	10
3 Skala likert	13
4 Kriteria interpretasi skor	13
5 Profil Instagram @galerinasional	18
6 Pertumbuhan followers	18
7 Aktivitas dan frekuensi unggahan konten	18
8 Engagement rate @galerinasional	19
9 Rekapitulasi karakteristik wisatawan mancanegara	22
10 Analisis IFAS	28
11 Analisis EFAS	30
12 Matriks strategi SWOT	33

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1 Kerangka berpikir peneliti	4
2 Denah kawasan Galeri Nasional Indonesia	5
3 Lambang Galeri Nasional Indonesia	6
4 Peta kawasan Galeri Nasional Indonesia	9
5 Profil Instagram @galerinasional	17
6 Perilaku pada penggunaan umum Instagram	24
7 Perilaku pada visual dan estetika	25
8 Perilaku pada jenis konten	25
9 Perilaku pada gaya bahasa	26
10 Perilaku pada kejelasan dan kepercayaan	27
11 Perilaku pada keterlibatan dan niat kunjungan	27
12 Diagram Kartesius SWOT	32
13 Halaman sampul <i>guide book</i>	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1 Bukti dokumentasi kegiatan	45
2 <i>Daily Content Plan</i>	46



@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.