

INTISARI

Penelitian ini mengkaji strategi manajemen konten Instagram PT. Bintang Megah Gemilang dalam upaya meningkatkan visibilitas merek dan keterlibatan pengikut melalui platform media sosial. Dengan menggunakan model 6As Aladwani, (2014), penerapan strategi manajemen konten Instagram PT. Bintang Megah Gemilang melalui akun @passiontourid mencakup berbagai sumber aktivitas (*Activity sources*) seperti penggunaan gambar dan video internal berkualitas tinggi serta konten eksternal dari Google, Canva, dan akun Instagram destinasi terkait. Konten ini disusun secara transparan dengan mencantumkan sumber (*Abridgements*) dan memberikan pengalaman autentik dan personal kepada pengikut (*Activities Context*). Fitur dan integrasi platform Instagram memaksimalkan interaksi dan distribusi konten serta menjaga kredibilitas dan kepercayaan (*Affordances*), sementara batasan etis dan hukum dalam penggunaan konten tetap dijaga (*Ascertained Boundaries*). Aktor utama dalam strategi ini adalah tim internal, akun pariwisata, dan pengguna yang menghasilkan konten (*Actors*), yang semuanya berkontribusi dalam menciptakan konten yang menarik dan beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam memperkuat posisi @passiontourid dalam industri pariwisata, meningkatkan *engagement*, dan membangun citra positif perusahaan.

Kata Kunci: Strategi manajemen konten; Industri pariwisata; Instagram

ABSTRACT

This study examines the Instagram content management strategy of PT. Bintang Megah Gemilang in an effort to increase brand visibility and follower engagement through social media platforms. Using the 6As Aladwani model, (2014), the implementation of the Instagram content management strategy of PT. Bintang Megah Gemilang through @passiontourid account includes various activity sources such as the use of high-quality internal images and videos as well as external content from Google, Canva, and related destination Instagram accounts. This content is organized transparently by including sources (Abridgements) and providing an authentic and personalized experience to followers (Activities Context). Instagram's features and platform integration maximize interaction and content distribution while maintaining credibility and trust (Affordances), while maintaining ethical and legal boundaries in the use of content (Ascertained Boundaries). The main actors in this strategy are the internal team, the tourism account, and the users who produce the content (Actors), all of whom contribute to creating engaging and diverse content. The results of the study show that this strategy is effective in strengthening @passiontourid position in the tourism industry, increasing engagement, and building a positive image of the company.

Keywords: *Content strategy management; Tourism Industry; Instagram*