



PROYEK AKHIR

PERAN *INFLUENCER* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN *TRAFFIC* MELALUI INSTAGRAM PADA HOTEL FOUR POINTS *BY* SHERATON DI MAKASSAR

**ANDI SULTAN MAHMUD PEWADJOI
NIM. 2147022**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR
KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA
2025**



PROYEK AKHIR

PERAN *INFLUENCER* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN *TRAFFIC* MELALUI INSTAGRAM PADA HOTEL FOUR POINTS *BY SHERATON* DI MAKASSAR

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka Penyelesaian pada
Program Studi Pengelolaan Perhotelan

ANDI SULTAN MAHMUD PEWADJOI
NIM. 2147022

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR
KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA
2025

PERNYATAAN ORISINALITAS PROYEK AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini :

1. Nama : Andi Sultan Mahmud Pewadjo
2. NIM : 2147022
3. Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
4. Jurusan : Hospitaliti
5. Judul Proyek Akhir

Peran Influencer dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan *Traffic* Melalui
Instagram Pada Hotel Four Points by Sheraton di Makassar

Dosen Pembimbing :

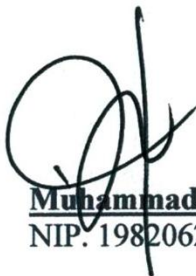
1. Risman Jaya, A.Md., M.AP., S.Sos
2. Hilda Apriani M.Tr.Par

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Proyek Akhir ini merupakan karya sendiri dan bebas dari unsur plagiasi. Apabila ternyata dalam naskah ini ditemukan unsur-unsur plagiasi, saya bersedia dituntut di dalam atau di luar pengadilan dan bersedia menanggung segala risiko yang diakibatkannya.

Makassar, 22 Juli 2025

Mengetahui :

Ketua Program Studi



Muhammad Anas, SE., MM
NIP. 198206242005021001

Yang membuat pernyataan,



78AMX439661583
METERAI TEMPEL

Andi Sultan Mahmud Pewadjo
NIM. 2147022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor SK :SK/47 /KK.01.04/PTP-3/2025 Tanggal 11 Februari 2025 untuk membimbing saudara :

1. Nama : Andi Sultan Mahmud Pewadjo
2. NIM : 2147022
3. Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
4. Jurusan : Hospitaliti
5. Judul Proyek Akhir

PERAN INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS DAN *TRAFFIC* MELALUI INSTAGRAM PADA HOTEL
FOUR POINTS *BY* SHERATON DI MAKASSAR

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini telah diperiksa dan dapat diajukan dihadapan Tim Penguji Proyek Akhir Politeknik Pariwisata Makassar.

Makassar, 22 Juli 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Risman Jaya. A.Md., M.AP., S.Sos., CHE
NIP. 197608102005021001



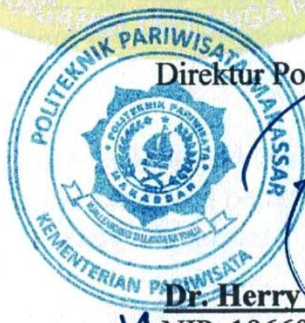
Hilda Apriani M.Tr.Par
NIP. 19950421024212004

PENGESAHAN UJIAN PROYEK AKHIR

Proyek Akhir dengan judul “Peran Influencer dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan *Traffic* melalui Instagram pada Hotel Four Points By Sheraton di Makassar” yang diajukan oleh Andi Sultan Mahmud Pewadjo NIM. 2147022 ini telah DIPERTAHANKAN di hadapan Panitia Ujian Proyek Akhir pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata Makassar yang dibentuk berdasarkan Surat keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor SK: SK/42 /KK.01.04/PTP-3/2025 tanggal 7 Februari 2025 dan dinyatakan LAYAK untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar S.Tr.Par. pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata Makassar, pada hari Selasa tanggal 29 bulan Juli tahun 2025.

Disahkan oleh,

Direktur Politeknik Pariwisata Makassar



Dr. Herry Rachmat Widjaja, M.M.Par

NIP. 196602111992031002

Tim Penguji :

1. Ketua/Penguji : Risman Jaya, A.Md., M.AP., S.Sos
2. Sekretaris/Penguji 2 : Hilda Apriani, M.Tr.Par
3. Penguji 3 : Abdi, S.Sos., MM

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

*“We all have a different starting point.
What matters is, I'll never stop chasing”*

-Sultan-

“Ibumu, ibumu, ibumu, kemudian ayahmu”

HR. Imam Bukhari dan Muslim

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya proyek akhir ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang tak pernah putus mengiringi setiap langkah dalam penyusunan proyek akhir ini.

Bapak dan Mama tercinta, yang selalu menjadi sumber semangat, doa, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih atas pengorbanan, dukungan, dan cinta yang tak ternilai.

Saudara-saudara saya, terutama kakak pertama saya yang rela melepaskan statusnya sebagai mahasiswa demi menjaga orang tua. Terima kasih atas pengorbanan, dukungan, dan cinta yang tak ternilai.

Semoga kelak impiannya bisa tercapai.

ABSTRAK

ANDI SULTAN MAHMUD PEWADJOI, 2025. “Peran *Influencer* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Dan *Traffic* Melalui Instagram Pada Hotel Four Points By Sheraton Di Makassar”. Proyek Akhir Program Studi D4 Pengelolaan Perhotelan Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata Makassar. Pembimbing : Risman Jaya, A.Md., M.AP., S.Sos, dan Hilda Apriani M.Tr.Par.

Penelitian ini dilakukan pada *Digital Marketing Department* khususnya dalam strategi kampanye melalui *influencer* untuk mengevaluasi efektivitas peningkatan *brand awareness* dan *Instagram traffic* pada Hotel Four Points by Sheraton Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi, serta analisis *insight* media sosial. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena peningkatan kompetisi promosi digital di industri perhotelan, sehingga strategi pemanfaatan *Key Opinion Leader (KOL)* menjadi relevan untuk dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan *influencer* dengan kriteria jumlah pengikut di atas 25 ribu, *engagement rate* yang tinggi, dan kesesuaian gaya konten dengan identitas hotel, berpengaruh signifikan terhadap peningkatan visibilitas merek. Konten berbasis *Reels* berdurasi 30–60 detik dengan *storytelling* visual terbukti menjadi format paling efektif dalam menarik interaksi *audiens*. Pasca publikasi konten kolaboratif tanggal 14 Desember 2024, terjadi lonjakan signifikan pada *Instagram reach*, *click-through*, serta estimasi reservasi restoran hotel. Oleh karena itu, kolaborasi berbasis data dan strategi konten yang adaptif merupakan kunci keberhasilan kampanye digital di sektor perhotelan.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, *Brand Awareness*, Media Sosial Hotel.

ABSTRACT

ANDI SULTAN MAHMUD PEWADJOI, 2025. *“The Role of Influencers in Increasing Brand Awareness and Traffic Through Instagram at Four Points by Sheraton Hotel in Makassar”*. Final Project of D4 Hospitality Management Study Program, Department of Hospitality, Makassar Tourism Polytechnic. Supervisor: Risman Jaya, A.Md., M.AP., S.Sos, and Hilda Apriani M.Tr.Par.

This research was conducted in the Digital Marketing Department, specifically focusing on influencer-based campaign strategies to evaluate the effectiveness of increasing brand awareness and Instagram traffic at Four Points by Sheraton Makassar. This study employed a descriptive qualitative approach using data collection methods such as interviews, observations, documentation, and analysis of social media insights. The research was motivated by the growing competition in digital marketing within the hospitality industry, making the strategy of utilizing Key Opinion Leaders (KOLs) highly relevant. The findings revealed that selecting influencers with over 25,000 followers, a high engagement rate, and a content style aligned with the hotel’s identity significantly impacts brand visibility. Short-form Reels content (30–60 seconds) with visual storytelling proved to be the most effective format for generating audience interaction. Following the publication of the collaborative content on December 14, 2024, there was a notable spike in Instagram reach, click-through rates, and estimated restaurant reservations. Therefore, data-driven collaborations and adaptive content strategies are essential for the success of digital campaigns in the hospitality sector.

Keywords : *Influencer Marketing, Brand Awareness, Hotel Social Media*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, berkat kuasa dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan judul “PERAN INFLUENCER DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN *TRAFFIC* MELALUI INSTAGRAM PADA HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON DI MAKASSAR” dengan baik dan tepat waktu. Tujuan dari penyusunan Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan pada Politeknik Pariwisata Makassar Jurusan Hospitaliti, Program Studi Pengelolaan Perhotelan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata.

Secara sistematis, Proyek Akhir ini terdiri atas lima bab. Bab 1 membuat pendahuluan (latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan), Bab 2 berisi teori-teori yang mendukung dan hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian, Bab 3 berisi metode penelitian (pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data dan informan, teknik pengumpulan data dan kehadiran peneliti serta teknik analisis data), Bab 4 merupakan gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, analisis data dalam penelitian ini, kemudian hasil penelitian, sedangkan Bab 5 merupakan kesimpulan serta saran-saran yang diajukan.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya Proyek Akhir ini tidak lepas dari bantuan doa, dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan Proyek Akhir ini:

1. Kedua orang tua penulis, Ibu Andi Rosmini dan Bapak Andi Pallawarukka yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis sehingga memotivasi penulis dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
2. Keempat saudara saya yang tak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis yang telah mendukung dan menghibur penulis.

3. Bapak Dr. Herry Rachmat Widjaja, MM.Par. selaku Direktur Politeknik Pariwisata Makassar
4. Bapak Muhammad Arfin Muhammad Salim, S.Pd., Ph.D. selaku Pembantu Direktur I Bidang Akademik Politeknik Pariwisata Makassar
5. Bapak Buntu M. Eppang, MODT., Ph.D. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Umum.
6. Ibu Maryam Yusuf, A.Md.,Par,SE selaku Kassubag Administrasi Akademik Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata Makassar
7. Bapak Muhammad Fajri,S.S.Tpar.,M.M selaku Kassubag Administrasi Mahasiswa Politeknik Pariwisata Makassar
8. Bapak Daniel Adolf Ohyver, SE.,M.Pd, selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik pariwisata Makassar
9. Bapak Muhammad Annas, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Makassar
10. Bapak Risman Jaya, A.Md.,M.AP.,S.Sos selaku Pembimbing Utama yang telah membantu dalam memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan Proyek Akhir
11. Ibu Hilda Apriani, M.Tr.Par selaku Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penulisan Proyek Akhir
12. Bapak Abdi, S.Sos., MM selaku Pembahas dan Penguji yang telah menguji, memberikan masukan dan arahan untuk kelancaran penulisan Proyek Akhir
13. Seluruh jajaran Dosen dan *Staff* Politeknik Pariwisata Makassar, khususnya Program Studi Pengelolaan Perhotelan
14. Bapak Agus Sunaryo Selaku *General Manager* Hotel Four Points by Sheraton Makassar.
15. Ibu Deviasih Pujayanti Selaku *Director of Sales and Marketing* Hotel Four Points by Sheraton Makassar.
16. Seluruh *Staff Sales and Marketing Departement* Hotel Four Points by Sheraton Makassar yang tidak dapat penulis sebutkan satu per Satu..
17. Terima kasih kepada seluruh *Staff, Trainee*, serta semua orang-orang baik di Hotel Four Points by Sheraton Makassar yang telah memberikan *skill*,

knowledge and experience di industri, serta izin dan memberikan bantuan yang banyak dalam melakukan penelitian penulis.

18. Program Studi Pengelolaan Perhotelan, khususnya PPH 8A yang tidak dapat penulis sebutkan satu per Satu.
19. Semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan proyek akhir ini.

Meskipun penulis telah berusaha untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan sebaik-baiknya, namun masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proyek akhir ini sehingga dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat digunakan sebagaimana mestinya. Akhir kata, semoga proyek akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menggunakannya.

Makassar, 06 Agustus 2025



Andi Sultan Mahmud Pewadjo

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	i
Pernyataan Orisinalitas Proyek Akhir.....	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
Pengesahan Ujian Proyek Akhir	iv
Moto Dan Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Hasil Penelitian.....	6
E. Definisi Istilah.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
B. Kerangka Pikir	19
BAB III	20
METODE PENELITIAN.....	20
A. Pendekatan Penelitian	20
B. <i>Setting</i> Penelitian	21
C. Subjek Penelitian	21
D. Teknik Pengumpulan Data.....	21

E. Kehadiran Peneliti.....	22
F. Analisis Data.....	22
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	24
B. Penyajian Data	41
C. Analisis Data.....	50
D. Hasil Pembahasan dan Evaluasi	52
BAB V	56
PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63
RIWAYAT HIDUP	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Perbandingan Kinerja Konten.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	19
Gambar 4.1 Hotel Four Points <i>by</i> Sheraton Makassar	24
Gambar 4.2 Logo Four Points <i>by</i> Sheraton Makassar.....	25
Gambar 4.3 Deluxe Room.....	26
Gambar 4.4 Deluxe Terrace	26
Gambar 4.5 Deluxe Triple.....	27
Gambar 4.6 Executive Suite.....	27
Gambar 4.7 Presidential Suite.....	28
Gambar 4.8 Eatery Restaurant	29
Gambar 4.9 Golden Asian Restaurant.....	29
Gambar 4.10 Best Brews Coffee Shop	30
Gambar 4.11 Golden Lily Hall.....	31
Gambar 4.12 Lotus Hall.....	31
Gambar 4.13 Persik Hall.....	32
Gambar 4.14 Losari Meeting Room.....	32
Gambar 4.15 Toraja Meeting Room	33
Gambar 4.16 Wrapped Room	33
Gambar 4.17 Fitness Centre.....	34
Gambar 4.18 Santai Place Swimming Pool	34
Gambar 4.19 Kids Play Area	35
Gambar 4.20 Smooking Area.....	35
Gambar 4.21 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.22 Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing.....	38
Gambar 4.23 Forecast Reservasi Restaurant.....	41
Gambar 4.24 Profil Instagram @dutakulinermps dan @irenelintong	45
Gambar 4.25 Reels Insight Instagram @dutakulinermps dan @irenelintong.....	45
Gambar 4.26 Wawancara dan Insight Reels Instagram @dutakulinermps.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

1. Usulan Judul.....	63
2. Surat Keputusan tentang Penugasan Dosen Pembimbing.....	63
3. Undangan Seminar Proposal.....	64
4. Undangan Ujian Proyek Akhir.....	65
5. Surat Permohonan Penelitian	66
6. Surat Telah Menyelesaikan Penelitian	67
7. Instrumen Wawancara.....	68
8. Dokumentasi	73

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulaziz, T., Ahmed Mohamed Omar, Mohammad Farrag, and Walaa Elwardany. 2024. "The Attitudes Homophily between Influencers and Customers and the Intention to Use the Brand in Social Media Marketing within the Tourism and Hospitality Industry: The Role of Trust." *The International Journal of Tourism and Hospitality Studies*. doi: 10.21608/ijthsx.2024.275366.1082.
- Ah, Cornellia, Putrianti H, and Sinangjoyo Nj. 2024. "The Role of Influencer Marketing for Tourism Destinations in Improving Brand Awareness through Instagram." *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*. doi: 10.47191/jefms/v7-i2-34.
- Ali, Hussam, and Omar Mohammad Ali Alquda. 2022. "The Effects of Influencer Marketing on Overall Brand Equity through Brand Awareness and Customer Brand Engagement." *International Journal of Data and Network Science*. doi: 10.5267/j.ijdns.2022.4.007.
- Arief, Arnie, Gusti Agung, Gede Witarsana, and Buntu Marannu Eppang. 2024. "The Impact of Digital Marketing and Brand Awareness on Purchasing Decisions with Brand Image as an Intervening Variable at 3-Star Hotels in Makassar." *Journal of Mandalika Review*. doi: 10.55701/mandalika.v3i2.230.
- Aryanti, Rosaria, and Miharni Tjokrosaputro. 2024. "Faktor Yang Memengaruhi Booking Intention Pada Jaringan Hotel Berbintang Lima Di Indonesia." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*. doi: 10.24912/jmbk.v8i4.31643.
- Awa, A., L. Judijanto, D. A. Ohyver, A. E. Zahara, T. Setiawati, E. Rianty, E. Efitra, and I. K. Sari. 2024. *Digital Marketing Strategy : Membangun Bisnis Online Melalui Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2025a. "Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal (Perjalanan), 2024." *Bps.Go.Id*. Retrieved March 10, 2025 (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE4OSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-asal.html>).
- Badan Pusat Statistik. 2025b. "Tingkat Penghunian Kamar Pada Hotel Bintang, 2024." *Bps.Go.Id*. Retrieved March 10, 2025 (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIyIzI=/tingkat-penghunian-kamar-pada-hotel-bintang.html>).
- Bungatang, B., Edy Jumady, Firman Ali, and Ramlan Natsir. 2023. "Strategic Marketing Management: Unveiling Consumer Psychology through Qualitative Analysis and Literature Review." *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*. doi: 10.52970/grmapb.v4i2.482.
- Chakraborty, Uttam, and Santosh Kumar Biswal. 2020. "Impact of Online Reviews on Consumer's Hotel Booking Intentions: Does Brand Image Mediate?" *Journal of Promotion Management* 26(7):943–63.
- Darmayanti, Ni Luh Putu Agustina, I. Surata, and Chintia Pinaria. 2022. "Marketing

- Mix Strategy for MICE in Preparation for Meeting Package Sales in Bintang Bali Resort in the New Normal Era.” *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*. doi: 10.31940/jasth.v5i2.58-64.
- Das, Ekajolly. 2024. “The Impact of Meaningful Influencer Collaborations on Hospitality Businesses.” *International Journal For Multidisciplinary Research*. doi: 10.36948/ijfmr.2024.v06i05.28322.
- Dewi, Priscila Triviana. 2020. “Perspektif Konsumen Terhadap Pemasaran Paket MICE Pada Departemen Pemasaran Hotel Aston Madiun.” 2:100–114. doi: 10.22146/GAMAJTS.V2I2.56856.
- Dewi, Salsabella Rahma, and Anas Hidayat. 2024. “Exploring the Impact of Influencer Marketing on Brand Equity: A Mediation Analysis Involving Brand Awareness and Customer Brand Engagement.” *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*. doi: 10.9734/ajeaba/2024/v24i11211.
- Djevojić, Cvijeta, and Zrinka Vitasović. 2023. “Digital Transformation Of Business In The Hotel Industry And Its Impact On Sustainable Development.” *DIEM Dubrovnik International Economic Meeting*. doi: 10.17818/diem/2023/1.6.
- Dragin-Jensen, Christian, Mia Post-Lundgaard, and Oliver Schnittka. 2024. “The Instagrammable Hotel: A Sequential Explanatory Design Study of Hotel- and User-Generated Content.” *Tourism and Hospitality*. doi: 10.3390/tourhosp5040079.
- Gupta, Rishank. 2024. “Impact of Influencer Marketing on Brand Perception.” *International Journal For Multidisciplinary Research*. doi: 10.36948/ijfmr.2024.v06i05.23517.
- Halim, Veronica, and Emik Rahayu. 2024. “Marketing Department Strategy to Increase the Amount of Events in Aruss Semarang Hotel.” *Journal of Gastro Tourism*. doi: 10.52465/jogasto.v2i2.447.
- Hartono, Arif, Ratna Roostika, and Istyakara Muslichah. 2024. “Social Media Post Content Typology and Its Implication for Digital Marketing Strategy: Evidence from Indonesian Hotels.” *Journal of Ecohumanism*. doi: 10.62754/joe.v3i7.4445.
- Herawati, Heny. 2020. “Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Dan Celebrity Endorser (Selebgram) Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Keripik Pisang Coklat Krispbo.Id).” 6:81–97. doi: 10.36805/manajemen.v6i1.1191.
- Husin, Azizah, Dian Sri Andriani, and Ardi Saputra. 2022. *Pengembangan Wisata*. Bening Media Publishing.
- Jabbar, U., Rafi Athallah Hanafi, Articles Info, and Bayu Ade Prabowo. 2024. “Digital Transformation in Hotel Management: Optimizing Guest Experience in the Industry 4.0 Era.” *Proceeding of The International Global Tourism Science and Vocational Education*. doi: 10.62951/icgtsave.v1i1.16.
- Napitupulu, Binur Pretty. 2024. “The Role of the Sales Marketing Department in

- Selling Mice Packages at The Sintesa Jimbaran Bali Hotel.” *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*. doi: 10.36983/japm.v12i1.604.
- Pebrianti, Suci, and Atik Aprianingsih. 2023. “The Impact of COVID-19 Pandemic on Organizational Buying Behaviour: MICE in Three-Star Hotel from Indonesia.”
- Peter, Aebriq. 2023. “The Role of Social Media in Hotel Marketing: A Study of Customer Engagement and Brand Loyalty.” *International Journal of Science and Research (IJSR)*. doi: 10.21275/sr23721185208.
- Polischuk, O., Sh. Kazaryan, and D. Kopylova. 2023. “Digital Transformation of the Hotel Business as a Necessary Condition for the Successful Functioning of Hotels.” *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics. Sociology. Management*. doi: 10.21869/2223-1552-2023-13-5-71-82.
- Sari, Chici Imelda, and Hendra Riofita. 2024. “Peran Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern.” *Ekonomodinamika: Jurnal Ekonomi Dinamis* 6(2).
- Silva, Cândida, Susana Silva, and Ana Rodrigues. 2024. “Instagram as a Digital Marketing Tool of a Hotel Brand.” *International Conference on Tourism Research*. doi: 10.34190/ictr.7.1.2103.
- Sugiyono, Prof Dr. 2017. “Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D.” *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* 225(87):48–61.
- Sulaeman, Maman, Rika Nurhidayah, Nur Azis, Desi Ratnasari, Miftahul Ulum, and Ulya Wahdah. 2024. “Intervensi Reputasi Perusahaan Pada Keputusan Pembelian: Konsekwensi Dari Influencer Instagram Dan Islamic Branding.” *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal of Business and Management* 7(3):675–89.
- Syahputri, Riza Zalzabilah Hadi, and Muhammad Arfin Muhammad Salim. 2024. “Enhancing Hotel Room Bookings through Instagram Marketing.” *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies* 5(2):274–83.
- Tinakhat, Phisunt. 2021. “Exploring Marketing Strategies of Boutique Hotels in Phuket During Green Season.” *ABAC Journal* 41:166–82.
- Trivedi, Jay, Ramzan Sama, and Parvinder Arora. 2022. “Effect of Influencer Marketing on Travelers’ Destination and Hotel Choice: The Moderating Role of Advertising Duration.” *PRism* 18(1):1–24.
- Vagena, Akrivi, and G. Manoussakis. 2021. “Group Analysis of Official Hotel Classification Systems: A Recent Study.” 1–17. doi: 10.9734/BPI/CASTR/V4/2173F.
- Veloso, Mónica, Marco Ieva, and Mónica Gómez-Suárez. 2023. “Social Media Content Strategy in Hospitality: The Impact of Experiential Posts and Response Congruence on Engagement, Hotel Image, and Booking Intention.” *Journal of Hospitality Marketing & Management* 33:57–77. doi:

10.1080/19368623.2023.2241041.

Vetriana, Devitha, Muh Akbar, and Abdul Jalil. 2024. “Strategi Public Realtions Dalam Meningkatkan Citra Hotel Swissbellin Panakkukang Makassar Di Era Pandemi Covid 19.” *Journals of Social, Science, and Engineering* 3(1):50–61.

RIWAYAT HIDUP



Andi Sultan Mahmud Pewadjo, lahir di Makassar pada hari Senin tanggal 20 Oktober 2003. Anak ketiga dari lima bersaudara dari ayah Ir. H. A. Pallawa Rukka dan Hj. A. Rosmini. Penulis menempuh pendidikan awal di TK-TPA Bina Insani pada tahun 2008 lalu melanjutkan Pendidikan Tingkat Sekolah Dasar di SDIT Al-Ishlah Maros dan tamat pada tahun 2015. Setelah itu penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Unggulan Maros dan tamat pada tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK TELKOM Makassar dan tamat pada tahun 2021. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri Politeknik Pariwisata Makassar pada Jurusan Hospitaliti dan Program Studi Pengelolaan Perhotelan. Selama menempuh Pendidikan di Politeknik Pariwisata Makassar penulis pernah berkesempatan melakukan Praktik Kerja Nyata (PKN) secara langsung selama 6 bulan di Four Points *by* Sheraton, Ungasan, Bali dan 6 bulan di Four Points *by* Sheraton Makassar. Selama menempuh berbagai pendidikan dan kehidupan ini, penulis mendapatkan berbagai macam pengalaman hidup yang bermanfaat. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, orang tua, keluarga, Bapak ibu guru maupun dosen serta seluruh rekan sahabat yang telah banyak membantu dan selalu menjadi bagian dari kisah perjalanan hidup penulis.