

Penerapan Editorial Content Plan Berbasis Google Workspace untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi Konten di Belviu Hotel

Implementation of a Google Workspace-Based Editorial Content Plan to Improve Content Production Efficiency at Belviu Hotel

Farrel Pasya Harramain * ¹ Yayan Firmansyah²

^{1,2} Administrasi Bisnis, Politeknik negeri Bandung

* Corresponding Author : farrel.pasya.abs422@polban.ac.id

Abstract: *This service focuses on the implementation of a Google Workspace-based Editorial Content Plan at Belviu Hotel, Bandung. The initiative aims to enhance efficiency and effectiveness in planning, producing, and scheduling social media content. Using the Waterfall method, the designed system incorporates digitalization through Google Spreadsheet, Google Drive, and automated notifications for improved collaboration. Results indicate a 75% reduction in process time, a more than 150% increase in content production, and consistent branding reinforcement. This solution significantly impacts the hotel's digital marketing strategy, supporting more structured and targeted content management.*

Keywords: *Content, Marketing, Planning*

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan pada penerapan Editorial Content Plan berbasis Google Workspace di Belviu Hotel, Bandung. Inisiatif ini berfokus untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam perencanaan, produksi, serta penjadwalan konten media sosial. Dengan metode Waterfall, sistem yang dirancang melibatkan digitalisasi melalui Google Spreadsheet, Google Drive, dan notifikasi otomatis untuk kolaborasi yang lebih baik. Hasil menunjukkan pengurangan waktu proses hingga 75%, peningkatan produksi konten lebih dari 150%, dan penguatan branding yang konsisten. Solusi ini memberikan dampak signifikan terhadap strategi pemasaran digital hotel, mendukung pengelolaan konten yang lebih terstruktur dan tepat sasaran.

Kata Kunci: Konten, Pemasaran, Perencanaan

Pendahuluan

Industri perhotelan, terutama hotel berskala menengah seperti Belviu Hotel Bandung, menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan strategi promosi yang selaras dengan perkembangan teknologi dan media digital. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform utama dalam mendukung aktivitas pemasaran hotel. Dalam konteks ini, strategi promosi yang efektif membutuhkan pendekatan terencana, termasuk dalam penyusunan editorial content plan yang terintegrasi dengan teknologi berbasis cloud.

Google Workspace berbasis Cloud menawarkan solusi efisien untuk mengelola jadwal dan produksi konten media sosial secara terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan perencanaan yang lebih baik sekaligus mendukung kolaborasi lintas tim, sehingga hasil promosi menjadi lebih optimal. Pengabdian ini berfokus pada pengembangan strategi perencanaan konten digital untuk meningkatkan efektivitas promosi Belviu Hotel, dengan mengimplementasikan seluruh komponen yang ada pada media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi yang banyak digunakan saat ini (Dewi Puspasari et al, 2023).

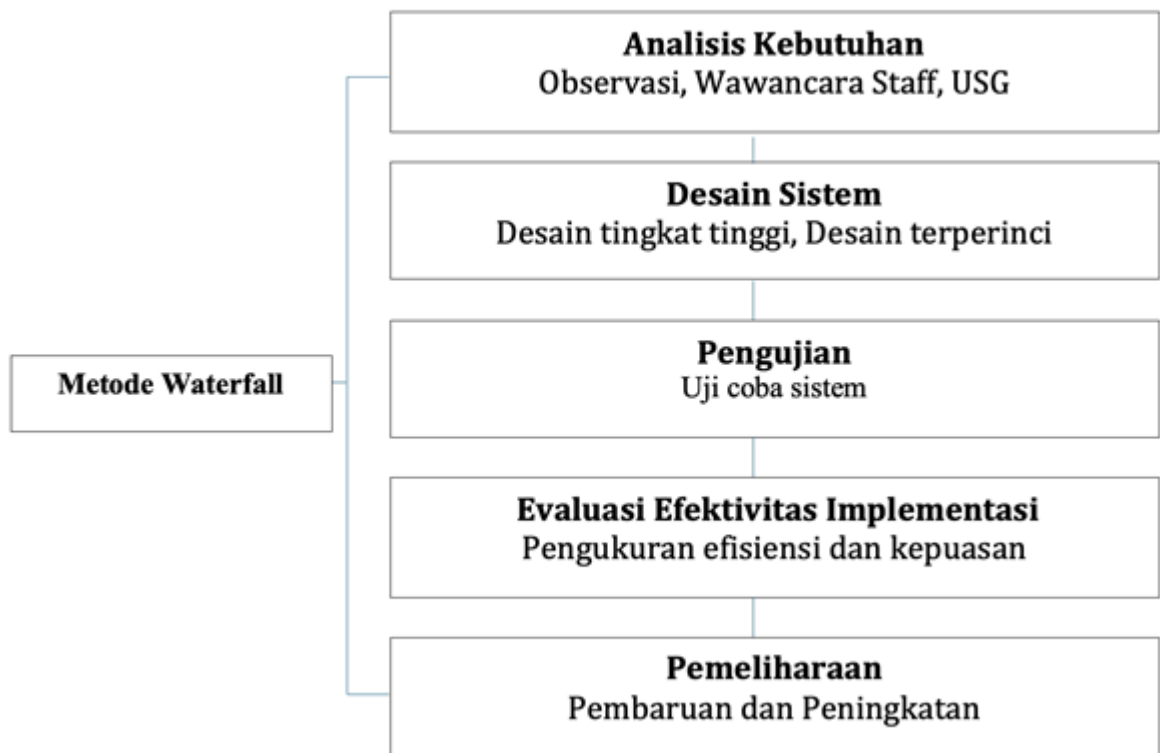
Paramitha dan Doho (2021) menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana pertukaran informasi yang efektif antara perusahaan dan konsumen, memungkinkan konsumen untuk memahami produk atau layanan yang ditawarkan sekaligus membangun loyalitas terhadap merek. Dalam konteks industri perhotelan, media sosial seperti Instagram tidak hanya menjadi platform promosi tetapi juga saluran interaksi dengan pelanggan potensial.

Pengabdian ini bertujuan untuk merancang dan menganalisis strategi perencanaan konten digital yang memaksimalkan potensi media sosial Instagram dalam mendukung kegiatan pemasaran Belviu Hotel. Menurut Chaniago et. al., (2022) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat juga suatu penerapan ilmu pengetahuan yang perlu dipelajari di perguruan tinggi untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat. Dengan pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan daya saingnya melalui promosi yang lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Metode Penelitian

Untuk memecahkan masalah kurangnya efisiensi produksi konten di Belviu Hotel, metode Waterfall digunakan sebagai pendekatan utama. Metode waterfall merupakan salah satu metode System development Life Cycle (SDLC) (Lisa Melvi Ginting, 2024), pendekatan ini melibatkan partisipasi aktif dari pihak manajemen dan staf dalam merancang dan mengimplementasikan perubahan produksi, prosedur, dan komunikasi sekaligus mengukur dampaknya terhadap produksi konten. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengambilan keputusan berdasarkan masukan langsung dari para pemangku kepentingan dan memfasilitasi perbaikan yang terus-menerus selama proses berlangsung.

Berikut kerangka metode waterfall yang terpetakan pada Gambar.1:



Gambar.1: Kerangka Metode Waterfall

Kerangka ini memastikan proyek dilaksanakan secara sistematis, dengan fokus pada efisiensi dan akurasi melalui digitalisasi proses perencanaan produksi dan penjadwalan konten di Belviu Hotel:

1. Identifikasi Masalah dan Diagnosis Awal

a. Observasi Awal

Observasi dilakukan terhadap alur kerja Assistant Marketing Communication di Belviu Hotel untuk memahami kendala dalam proses produksi membuat konten video yang dilakukan secara manual, hal ini mencakup pengajuan persetujuan yang lambat karena kendala dalam berkomunikasi langsung dengan General Manager serta penurunan performa konten di Instagram dalam beberapa bulan terakhir.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan Assistant Marketing Communication untuk memahami pandangan mereka terhadap hambatan yang ada dan potensi penerimaan mereka terhadap digitalisasi. Data ini digunakan untuk merancang sistem berbasis Google Workspace yang sesuai dengan kebutuhan spesifik mereka.

c. Metode USG (urgency, seriousness, growth)

Analisis Urgency, Seriousness, Growth (USG) merupakan sebuah metode skoring untuk menentukan urutan prioritas isu yang harus diselesaikan (Febby Ficha Shekina, 2024) atas berbagai permasalahan berdasarkan tiga dimensi utama yaitu:

1. Urgency (Kedalaman Mendesak): Seberapa cepat masalah tersebut membutuhkan penyelesaian.
2. Seriousness (Keseriusan): Dampak langsung dari masalah terhadap keberlangsungan atau performa organisasi.
3. Growth (Pertumbuhan): Potensi manfaat jangka panjang atau dampak pengembangan setelah solusi diterapkan.

Setiap dimensi diberikan skor dari 1 hingga 5, di mana angka yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kepentingan yang lebih besar. Dengan metode ini, permasalahan dapat disusun berdasarkan prioritas yang paling strategis untuk segera diselesaikan.

Tabel 1. Hasil Analisis USG

Permasalahan	Urgency	Seriousness	Growth
Digitalisasi Banquet Event Order	4	3	3
Kalender Event	2	4	4
Editorial Content Plan	4	4	5

Penjelasan Hasil

- Digitalisasi Banquet Event Order (4-3-3)

Digitalisasi penting untuk mengatasi kendala operasional dalam pengelolaan acara, terutama dalam memastikan koordinasi yang lebih cepat dan akurat. Meskipun dampaknya tidak langsung, implementasi ini mendesak untuk meningkatkan efisiensi.

- Kalender Event (2-4-4)

Kalender event terintegrasi diperlukan untuk memperbaiki koordinasi internal. Meskipun tidak mendesak, perbaikan ini akan memberikan manfaat jangka panjang dengan mengurangi potensi konflik jadwal.

- Editorial Content Plan (4-4-5)

Permasalahan ini menjadi prioritas utama karena penurunan performa konten media sosial berdampak langsung pada pemasaran digital hotel. Perencanaan konten yang lebih terstruktur, dengan memanfaatkan semua fitur Instagram secara optimal, diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan.

Berdasarkan hasil analisis USG, prioritas utama adalah implementasi Editorial Content Plan, mengingat tingginya urgensi dan dampak strategisnya terhadap performa pemasaran digital Belviu Hotel. Digitalisasi Banquet Event Order dan Kalender Event dapat direncanakan sebagai langkah berikutnya setelah permasalahan utama ini diatasi.

2. Desain Sistem

Berdasarkan hasil observasi, survey, dan kerja sama dengan Assistant Marketing Communication untuk merancang perencanaan dan penanggalan produksi konten atau editorial content plan berbasis cloud, Sistem ini dirancang dengan aplikasi Google Spreadsheet sebagai media perencanaan dan komunikasi dan Google drive untuk penyimpanan file konten. Penggunaan Google Workspace memungkinkan penyimpanan data yang terorganisir dan fleksibel, Tahapan implementasi dimulai dengan pengisian Editorial Content Plan melalui Google Spreadsheet oleh Assistant Marketing Communication yang berisikan perencanaan detail dan referensi konten yang ingin dibuat, yang kemudian memicu notifikasi otomatis kepada manajer untuk persetujuan. Setiap pengajuan dan persetujuan dicatat dengan detail dengan memberikan catatan terkait keberlanjutan ataupun revisi konten, setelah persetujuan perencanaan konten maka produksi konten dapat dilanjut hingga ke tahap penyimpanan di Google Drive dan pengisian kolom file berupa link di Google Spreadsheet untuk meminta persetujuan General Manager terhadap konten video dan caption yang sudah dibuat, sehingga proses perencanaan, produksi, dan penjadwalan konten dapat dikelola secara proaktif dan efisien.

a. Pengembangan Sistem Editorial Content Plan

Sistem ini dirancang menggunakan Google sebagai media perencanaan dan komunikasi dan Google drive untuk penyimpanan file konten, mulai dari pengajuan hingga persetujuan oleh manajer.

- Editorial Content (Ni Putu Sintia Dewi, 2023): Editorial Content Plan didesain langsung di Google Spreadsheet oleh Assistant Marketing Communication yang berisikan perencanaan detail terkait produk, tempat, dan referensi konten yang ingin dibuat serta penyajian data untuk konten yang sudah dibuat dan diposting

- Content Bank: Content Bank adalah tempat penyimpanan file untuk konten video yang telah dibuat, menggunakan sistem cloud melalui Google Drive. Sistem ini mempermudah proses

pengiriman file serta menjamin keamanan penyimpanan. Dengan demikian, Content Bank membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja.

- Notifikasi Otomatis: Google Apps Script digunakan untuk mendeteksi entri baru di Google Spreadsheet dan mengirimkan notifikasi email otomatis kepada Manajer dan Assistant Marketing Communication untuk mempercepat proses persetujuan dan jalinan komunikasi.

3. Pengujian

Rencana diterapkan pada media sosial Belvii Hotel dan unit bisnis lainnya. Ini mencakup branding sosial media, pengumpulan referensi konten, dan penjadwalan produksi. Performa audiens dipantau selama proses ini.

4. Evaluasi Efektivitas

Setelah pengujian, Evaluasi efektivitas implementasi dilakukan melalui pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dan survei untuk mengukur efisiensi, kepuasan, dan penerimaan staf terhadap sistem digitalisasi. Untuk memastikan keselarasan dengan tujuan awal.

Efektivitas editorial content plan dianalisis berdasarkan data performa audiens dan volume produksi konten. Keberhasilan pengabdian ini diukur dari dampaknya terhadap efisiensi produksi konten, ketepatan penjadwalan, serta kesesuaian konten dengan tren keterlibatan audiens. Metode analisis ini dirancang untuk memastikan bahwa editorial content plan mampu mencapai tujuannya dalam mendukung upaya pemasaran perusahaan serta meningkatkan kepuasan audiens melalui distribusi konten yang tepat sasaran dan tepat waktu.

5. Pemeliharaan

Berdasarkan rapat bulanan, staf dan manajemen merefleksikan efektivitas perubahan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk keberlanjutan hasil yang optimal.

Program Unggulan

Program unggulan dalam pengabdian ini adalah penerapan sistem digitalisasi editorial content plan untuk pengelolaan Purchase Requisition (PR) dan inventori di Departemen Accounting Belvii Hotel. Sistem ini menggunakan Google Workspace sebagai platform utama untuk mengelola PR secara lebih cepat, akurat, dan mudah diakses.

Manfaat Program

Program digitalisasi ini memberikan beberapa manfaat penting:

1. Perencanaan yang Terstruktur

Dengan editorial konten plan, perusahaan dapat menyusun jadwal unggahan secara teratur dan konsisten, memastikan pesan yang ingin disampaikan selaras dengan tujuan pemasaran dan branding.

2. Efisiensi Proses Perencanaan, Produksi, dan Penjadwalan Konten

Sistem yang terintegrasi dengan Google Spreadsheet memungkinkan setiap pengajuan produksi konten oleh Assistant Marketing Communication untuk langsung terkirim ke General Manager

melalui notifikasi otomatis. Hal ini mempercepat proses persetujuan tanpa perlu persetujuan manual yang memakan waktu dan menciptakan komunikasi yang fleksibel dan efisien.

3. Penyimpanan File Konten Yang Terorganisir

Setiap konten yang disimpan di Google Drive dapat diatur secara terorganisir melalui pemanfaatan fitur folder, pencarian yang canggih, serta kemudahan akses dari berbagai lokasi. Selain itu, keamanan file terjamin melalui penerapan autentikasi dua faktor. Fitur kolaborasi secara real-time juga memungkinkan pengguna untuk bekerja sama secara lebih efisien tanpa perlu melakukan pertukaran versi dokumen secara manual.

b. Gambaran Alur Kerja Sistem Digitalisasi

Berikut adalah gambaran alur kerja dari sistem yang diterapkan:

1. Pengisian Perencanaan Konten: Tahapan implementasi dimulai dengan pengisian Editorial Content Plan melalui Google Spreadsheet oleh Assistant Marketing Communication yang berisikan perencanaan detail terkait produk, tempat, dan referensi konten yang ingin dibuat
2. Notifikasi Otomatis: Google Apps Script digunakan untuk mendeteksi entri baru di Google Spreadsheet dan mengirimkan notifikasi email otomatis kepada manajer terkait untuk mempercepat proses persetujuan.
3. Persetujuan Perencanaan Konten oleh Manajer: Manajer dapat menyetujui merevisi atau menolak perencanaan konten melalui tautan di email yang mengarah ke kolom persetujuan dan revisi. Status persetujuan ini diperbarui otomatis di Google Sheets.
4. Umpan Balik ke Assistant Marketing Communication: Sistem akan mengirimkan notifikasi otomatis kepada Assistan Marketing Communication mengenai status terbaru Perencanaan konten, baik disetujui maupun ditolak.
5. Produksi Konten oleh Assistant Marketing Communication: Perencanaan konten yang sudah disetujui dan direvisi oleh manajer dapat dilanjutkan dengan proses produksi konten mencakup shooting, editing dan penyimpanan di Google Drive, dan pengumpulan video berupa link Google Drive yang disimpan di kolom yang sudah disediakan dalam Google Spreadsheets
6. Persetujuan Video Konten oleh General Manajer: Manajer dapat menyetujui merevisi atau menolak video konten melalui tautan di email yang mengarah ke kolom persetujuan dan revisi. Status persetujuan ini diperbarui otomatis di Google Sheets.
7. Posting Sosial Media : Jika video konten sudah disetujui oleh General Manager maka konten siap diposting di platform sosial media Belviu Hotel and Group, dan link postingan ditaruh di kolom yang sudah disediakan dalam Google Spreadsheets untuk pendataan

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil

Implementasi digitalisasi Editorial Content Plan menggunakan Google Workspace memberikan dampak positif yang signifikan terhadap efektivitas operasional, ketepatan waktu, dan komunikasi dalam menangani perencanaan produksi dan penjadwalan konten. Beberapa temuan utama dari program pengabdian ini dijabarkan sebagai berikut:

a. Efektivitas Waktu Perencanaan produksi dan penjadwalan konten

Berdasarkan hasil monitoring selama dua bulan setelah implementasi, waktu yang dibutuhkan untuk mengajukan dan memproses konten mengalami pengurangan secara signifikan. Sebelumnya, proses produksi konten dan pengajuan persetujuan General Manager yang dilakukan secara manual memakan waktu sekitar 3-4 hari, karena keterbatasan akses waktu dan lambatnya proses persetujuan. Dengan digitalisasi, waktu pemrosesan Perencanaan produksi dan penjadwalan konten hingga pengajuan persetujuan General Manager berkurang hingga rata-rata hanya satu hari, atau sekitar 70-75% lebih cepat

Tabel 2. Perbandingan Waktu Proses Produksi Konten Sebelum dan Sesudah Digitalisasi

Tahapan	Sebelum Digitalisasi	Sesudah Digitalisasi	Pengurangan Waktu
Pengajuan Perencanaan konten	1-2 hari	2-4 jam	83,3%
Persetujuan Manajer	2 hari	1 Hari	50%
Total Waktu	3-4 hari	1 Hari	~75%

Data ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi editorial content plan mampu mempercepat alur perencanaan produksi dan penjadwalan konten dari pengajuan hingga persetujuan, yang berimplikasi pada peningkatan produktivitas staf accounting dan storekeeper. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Ma & Chan (2021), yang menunjukkan bahwa digitalisasi dokumen meningkatkan efisiensi waktu hingga 70% pada perusahaan di sektor perhotelan.

b. Peningkatan Produksi Konten

Editorial Content Plan juga berdampak pada peningkatan produksi konten. Sebelum digitalisasi, produksi konten di Belviu Hotel and Group hanya 5-6 video konten saja perbulanya. Setelah penerapan Editorial Content Plan pada operasional produksi konten di Belviu Hotel. Assistant Marketing Communication dapat memproduksi lebih dari 15 Video Konten Perbulanya Hal ini menunjukkan efisiensi yang tercapai melalui perencanaan konten yang lebih terstruktur dan terorganisir.

c. Penyimpanan dan Pengiriman Data yang Efektif


Editorial Content Plan juga terintegrasi dengan Content Bank, yang memanfaatkan penyimpanan melalui Google Drive. Integrasi ini meningkatkan keamanan penyimpanan data serta memastikan konten lebih terorganisir. Pengguna dapat dengan mudah mengelola, mengakses, dan membagikan file, yang membuat proses pengiriman atau transfer data menjadi lebih cepat dan efisien. Dengan sistem cloud yang terstruktur, pengelolaan konten menjadi lebih praktis dan mendukung kelancaran operasional tim dalam memproduksi serta mendistribusikan konten secara efektif.


d. Penetapan Branding yang Kuat di Setiap Produk Hotel

Penerapan Editorial Content Plan juga berkontribusi pada penetapan branding yang kuat di setiap produk hotel. Dengan perencanaan konten yang terstruktur, setiap video dan materi promosi dapat disesuaikan dengan identitas merek Belviu Hotel and Group, memastikan konsistensi dalam visual, tone of voice, dan pesan yang disampaikan. Hal ini tidak hanya memperkuat citra merek, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih kohesif bagi pelanggan, baik yang baru maupun yang sudah setia. Branding yang konsisten di setiap produk hotel membantu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing hotel di pasar yang semakin kompetitif. Penetapan Branding yang sudah ditetapkan di setiap sosial media produk Belviu Hotel tersaji dalam Tabel 3

Tabel 3. Penetapan Branding Sosial Media di Setiap Produk Belviu Hotel

Produk Belviu Hotel	Branding yang ditetapkan	Visual Instagram
Belviu Hotel	<ul style="list-style-type: none"> • Color Brand : Merah • Key Messages : Eksklusif, Mewah, Ellegant • Tone of Voice : disesuaikan oleh konten disarankan yang mencerminkan musik yang elegan 	

<p>Deja Vu</p>	<ul style="list-style-type: none">• Color Brand : Hitam dan Coklat Kayu• Key Messages : Sunset, Citylight, 360° View, Bersantai• Tone of Voice : Chilling Sound	
----------------	---	---

<p>Palazzo Lounge</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Color Brand : Hitam dan Emas • Key Messages : Eksklusif, Mewah, Ellegant, Hidden, Cocktail and Wine Experience • Tone of Voice : Mewah dan Mahal 	
-----------------------	--	---

Tahapan Evaluasi dan Monitoring

Setelah semua rangkaian tahap dijalani, langkah terakhir adalah melakukan evaluasi dan monitoring. Evaluasi ini dilakukan untuk memastikan implementasi Editorial Content Plan berbasis Google Workspace berjalan sesuai dengan tujuan dan memberikan hasil yang optimal. Selain itu, pengawasan atau monitoring pasca implementasi juga penting dilakukan untuk menilai efektivitas sistem dalam mendukung perencanaan, produksi, dan penjadwalan konten. Pengawasan ini dilaksanakan melalui koordinasi antara manajemen hotel dan staf pelaksana untuk memastikan keberlanjutan program serta memberikan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Kesimpulan

Pengabdian ini berhasil menunjukkan bahwa penerapan Editorial Content Plan berbasis Google Workspace di Belvui Hotel efektif mengatasi tantangan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas perencanaan, produksi, dan penjadwalan konten media sosial. Dengan digitalisasi melalui Google Spreadsheet untuk perencanaan, Google Drive untuk penyimpanan konten, serta notifikasi otomatis menggunakan Google Apps Script, sistem ini mampu mengurangi waktu proses hingga 75% dan meningkatkan volume produksi konten lebih dari dua kali lipat. Pendekatan ini juga menjaga konsistensi branding, meningkatkan keterlibatan

audiens, dan mendukung strategi pemasaran digital yang lebih terarah. Sistem manajemen konten yang terstruktur serta percepatan proses persetujuan berhasil mengatasi hambatan komunikasi dan kerja manual, memungkinkan tim pemasaran fokus pada peningkatan kualitas konten. Pengabdian ini menekankan pentingnya perencanaan matang dan kolaborasi lintas tim. Secara keseluruhan, solusi digital ini tidak hanya meningkatkan efektivitas promosi media sosial, tetapi juga memberikan dampak strategis jangka panjang terhadap daya saing Belvii Hotel di pasar perhotelan

Referensi

Adhika Wibowo, B. S. (2020). Perancangan Visual Brand Identity Tukang Sayoer Online Sebagai Upaya Menaikkan Brand Awareness. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 5(2), 125-142.

Agustina, A. (2020). Pengaruh Internet Marketing dalam Pembentukan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Chaniago, H., Mukarram, M., Raharso, S., Gaffar, M. R., & Firmansyah, Y. (2022). Pembentukan Gobisnis123; Unit Bisnis Pelatihan dan Konsultan UMKM pada Labbis Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)*, 1(5), 283.

Dewi Puspasari, R. H. (2023, Oktober). , dengan mengimplementasikan seluruh komponen yang ada pada media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi yang banyak digunakan saat ini (Dewi & Riyan Hadithya, 2023). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(2), 239-252.

Erli Alifah Natasya Putri, A. W. (2024). Keterlibatan Audiens dalam Mendukung Karya Influencer di Instagram. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 17-33.

Febby Ficha Shekina, T. (2024). Analisis Urgency, Seriousness, Growth (Usg) Untuk Minimalisasi Jam Berhenti Giling Pada Stasiun Gilingan Di Pt. Pg Xyz. *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industr*, 2(1), 91-102.

Hendi Paramitha, Y. D. (2021). Pengaruh Konten Instagram Ads@Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(2), 119-127.

Krisnawati, L. D. (n.d.). Analisis visual konten media sosial Instagram sebagai media promosi. Universitas Kristen Satya Wacana Repository.

Lisa Melvi Ginting, . A. (2024). Metode USG dan Waterfall pada Perancangan Sistem. *Jurnal Teknik Informatika Unika ST. Thomas (JTIUST)*, 9(1), 26-28.

Ma, T., & Chan, P. (2021). Digitalization of document management in the hotel industry: Impacts on time efficiency and accuracy. *Journal of Business and Technology*, 12(3), 189-202.

Ni Putu Sintia Dewi, P. E. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022. *Arthaniti Studies*, 4(1).

Niken Wijaya, P. A. (2022). Digital Communication Instagram Account. *International Journal of Science and Applied Science: Conference Series*, 6(1).

Puspasari, E. K. (2022, Mei 2). Pengaruh Konten Instagram Menantea terhadap Keterlibatan Media Sosial. Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara.

Quratih Adawiyah, J. V. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha. *Digital Transformation Technology (Digitech)*, 4(1).

Rizki Nurul Nuraha, A. Y. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Hotel Teraskita Jakarta.

Ruswant, D. (2020). Strategi Digital Marketing dengan Kalender Konten (Studi Kasus Media Sosial Instagram Universitas Sahid Surakarta). *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering dan Edukas*, 12(2).