



IMPLEMENTASI STRATEGI PUBLIC RELATIONS DIGITAL
SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN *INSIGHT*
INSTAGRAM WISATA TIRTA NUSANTARA
DESA NGABEAN KECAMATAN BOJA KABUPATEN KENDAL

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Program Studi S.Tr.S.I Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh :

Putri Pratama

40020621650133

PROGRAM STUDI STr. INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Putri Pratama

NIM : 40020621650133

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 September 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

IMPLEMENTASI STRATEGI PUBLIC RELATIONS DIGITAL

SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN *INSIGHT*

INSTAGRAM WISATA TIRTA NUSANTARA

DESA NGABEAN KECAMATAN BOJA KABUPATEN KENDAL

Oleh :

Putri Pratama

40020621650133

Semarang, 25 September 2025

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 199003172019032014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Putri Pratama
NIM : 40020621650133
Program Studi/Konsentrasi : D4 Informasi & Humas/ Humas
Judul Tugas Akhir : *Implementasi Strategi Public Relations Digital* Sebagai Upaya
Untuk Meningkatkan *Insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara
Desa Ngabean Kecamatan Boja Kabupaten Kendal.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (ST.r) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Pembimbing : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
NIP. 199003172019032014
Penguji 1 : Dr.Dra, Liliek Budiastuti, M.Si. ()
NIP. 196201311987032001
Penguji 2 : Adelinta Pristia Defi, M.I.Kom. ()
NIP. 199111202024062002

Semarang, 24 September 2025

Ketua Prodi Informasi dan Humas



Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom, M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Semua diawali dengan Bismillahirrahmanirrahim dan diakhiri dengan Alhamdulillahirobbilalamin”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

1. Dosen pembimbing, Dosen Penguji, Seluruh dosen dan staf Program Studi S.Tr.S.I Informasi dan Humas Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu, dukungan, bimbingan serta waktu dan tenaga selama proses pembelajaran saat masa perkuliahan bagi penulis.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan saya hormati serta adik perempuan saya yang sangat saya sayangi.
3. Kepada orang terkasih, yang selalu menemani, menghibur, serta mendukung, penulis selama ini.
4. Sahabat, teman dan rekan seperjuangan yang selalu hadir memberikan warna, tawa, dan semangat selama masa perkuliahan.
5. Pihak pengelola, pemilik, serta seluruh karyawan Wisata Tirta Nusantara.
6. Untuk diri saya sendiri atas ketabahan, perjuangan dan keyakinan yang telah membawa saya sampai pada titik ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Implementasi Strategi *Public Relations Digital* sebagai Upaya untuk Meningkatkan *Insight* Instagram Wisata Tirta Nusantara”** dengan baik.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar S.Tr.S.I Informasi dan Humas. Selain itu, penulisan ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi dan strategi promosi digital pada destinasi wisata.

Dalam penyusunan karya tugas akhir ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing yang senantiasa telah memberikan arahan bimbingan serta motivasi yang sangat berarti bagi penulis, pihak pengelola dan owner serta karyawan Wisata Tirta Nusantara yang telah memberikan kesempatan serta dukungan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini, kepada keluarga, sahabat, dan rekan-rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan doa, dorongan, serta, dukungan moral kepada penulis.

Karya tugas akhir ini terdiri atas 5 BAB yang terdiri dari :

1. BAB I Pendahuluan, berisi penjelasan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat bagi Mahasiswa, Program Studi, Pengelola Wisata Tirta Nusantara, dan Masyarakat. Pada BAB ini juga disertakan luaran karya Tugas Akhir berupa strategi dan produk konten kreatif.
2. BAB II Tinjauan Pustaka, berisi penjelasan terkait kajian pustaka serta landasan teori yang terdiri dari, teori *public relations*, strategi *PR*, media *tools PR*, media

sosial Instagram, fitur *insight* Instagram, konten kreatif, serta pengambilan Teknik gambar.

3. BAB III Metode Pengkaryaan, berisi penjelasan terkait profil perusahaan, yang terdiri dari, segmentasi pasar dan rancangan karya. Tahapan pra-produksi, produksi dan pasca produksi, serta penjelasan terkait indicator keberhasilan, *timeline* pelaksanaan dan rancangan anggaran biaya
4. BAB IV Hasil dan Pembahasan, berisi penjelasan terkait gambaran umum permasalahan, proses pembuatan karya, proses publikasi konten, analisi hasil, indicator keberhasilan, serta rekomendasi dan tindak lanjut.
5. BAB V Penutup, berisi penjelasan terkait kesimpulan karya Tugas Akhir, beserta saran kepada pihak Wisata Tirta Nusantara.

Penulis menyadari bahwa karya tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan strategi promosi digital destinasi wisata.

ABSTRAK

Wisata Tirta Nusantara merupakan destinasi wisata rekreasi keluarga yang menawarkan berbagai fasilitas dan layanan untuk memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan bagi pengunjung. Namun dalam upaya memaksimalkan tujuan tersebut, Wisata Tirta Nusantara memiliki tantangan dalam memaksimalkan kegiatan penyebaran informasi dan promosi Wisata Tirta Nusantara. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner, ditemukan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Wisata Tirta Nusantara masih rendah, baik di wilayah Kabupaten Kendal maupun di luar wilayah Kabupaten Kendal. Serta penyebaran informasi dan promosi yang belum tersampaikan kepada masyarakat, sehingga dalam proyek tugas akhir ini menghasilkan 17 konten kreatif yang terdiri dari konten video, fotografi dan desain infografis terkait Wisata Tirta Nusantara serta implementasi strategi *public relations digital* pada platform media sosial Instagram. Konten kreatif ini memungkinan audiens untuk menjangkau dan menggali informasi akan keberadaan Wisata Tirta Nusantara melalui *platform* sosial media Instagram. Hasil publikasi 17 konten kreatif pada Instagram @wisatatirtanusantara telah berhasil mencapai 48,371 ribu tayangan dari 156 tayangan sebelum publikasi konten. Penerapan strategi kolaborasi akun berhasil meningkatkan *viewers*, *like* serta interaksi pada konten video daripada penerapan strategi iklan berbayar Instagram *Ads*. Sedangkan konten organik yang paling banyak dilihat audiens ialah konten *feeds* fotografi daripada konten video *reels* sehingga diyakini bahwa untuk meningkatkan *viewers* pada akun promosi media sosial Instagram, tidak harus berupa produksi konten video namun dengan konten fotografi sederhana dapat meningkatkan tayangan pada *insight* Instagram wisatatirtanusantara melalui postingan konten pada akun media sosial Instagram @wisatatirtanusantara.

Kata kunci: *Strategi Public Relations Digital*, *Instagram Insight*, Konten Kreatif, Kabupaten Kendal.

ABSTRACT

Tirta Nusantara Tourism is a family recreation destination that offers various facilities and services to provide visitors with an enjoyable tourism experience. However, in its efforts to maximize this goal, Tirta Nusantara Tourism faces challenges in optimizing the dissemination of information and promotional activities. Based on the results of observations, interviews, and questionnaire distribution, it was found that public awareness of the existence of Tirta Nusantara Tourism remains low, both within Kendal Regency and outside the region. Additionally, the dissemination of information and promotion has not been effectively delivered to the public. Therefore, this final project resulted in 17 creative contents consisting of video content, photography, and infographic designs related to Tirta Nusantara Tourism, along with the implementation of digital public relations strategies on the Instagram social media platform. These creative contents allow the audience to reach and explore information about Tirta Nusantara Tourism through Instagram. The publication of 17 creative contents on Instagram @wisatatirtanusantara successfully achieved 48,371 impressions compared to only 156 impressions before the content publication. The implementation of account collaboration strategies proved more effective in increasing viewers, likes, and interactions on video content compared to the use of paid Instagram Ads. Meanwhile, the organic content most frequently viewed by the audience was photographic feed content rather than video reels. This indicates that to increase viewers on the Instagram promotional account, it does not necessarily require video content production; even simple photography content can effectively enhance insights on Instagram @wisatatirtanusantara through content postings on the platform.

Keywords: *Digital Public Relations Strategy, Instagram Insight, Creative Content, Kendal Regency.*

UCAPAN TERIMAKASIH

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan baik. Dalam proses penyusunan karya ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan tidak akan tercapai tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi, arahan, dan motivasi sehingga karya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kelancaran dalam setiap tahap proses penyusunan Tugas akhir ini.
2. Bapak Mutoham, Ibu Daryumi dan Gisella Arthalita Pratama selaku kedua orang tua dan keluarga tercinta atas doa, semangat, dukungan, motivasi serta kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
3. Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang sangat penulis kagumi, terimakasih atas waktu, tenaga, upaya dalam memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat luar biasa dari kegiatan magang hingga proses penyusunan tugas akhir ini dari awal hingga akhir.
4. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si dan Adelinta Pristia Defi, M.I.Kom selaku dosen penguji yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan perhatian serta menyampaikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

5. Seluruh dosen dan staf D4 Informasi dan Humas yang telah memberikan bekal ilmu dan dukungan selama masa perkuliahan.
6. Pihak pengelola Wisata Tirta Nusantara yang dengan hangat telah menyambut penulis, memberikan kesempatan serta perizinan untuk pelaksanaan produksi proyek Tugas Akhir ini.
7. Muhammad Raihan Habibie, selaku teman, sahabat dan penyemangat bagi penulis yang selalu menemani dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan serta penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Innes Wulan, dan Khairana Balqis selaku teman dan saudara yang selalu menghibur dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Jenyke, Layalia, Latifa, Aldila, Zharfany, Syafira, Faul, Abu, Ara, Heny dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membersamai penulis, memberikan motivasi dan dukungan selama masa perkuliahan hingga pada tahap penyusunan dan penyelesaian tugas akhir ini.
10. Seluruh keluarga besar penulis yang ikut serta memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.

Semarang, 18 September 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.5 Luaran	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Public Relations (Humas)	16
2.2.2 Strategi Public Relations	17
2.2.3 Media Tools Public Relations	18
2.2.4 Media Sosial Instagram.....	20
2.2.5 Fitur Insight Instagram.....	23
2.2.6 Konten Kreatif.....	27
2.2.7 Teknik Pengambilan Gambar.....	28
BAB III	31
METODE PENGKARYAAN.....	31
3.1 Profil Perusahaan	31
3.2 Segmentasi Pasar.....	32
3.3 Rancangan Karya	33
3.3.1 Perencanaan Konten.....	33

3.4	Metode Pelaksanaan.....	36
3.4.1	Pra Produksi	36
3.4.2	Produksi	56
3.4.3	Pasca Produksi	57
3.5	Indikator Keberhasilan	58
3.6	Keberlanjutan Karya	59
3.7	Timeline Pelaksanaan	59
3.8	Rancangan Anggaran Biaya.....	60
BAB IV		61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	61
4.2	Proses Pembuatan Karya Bidang	62
4.2.1	Tahap Pra Produksi Karya Bidang.....	63
4.2.2	Tahap Produksi	92
4.2.3	Tahap Pasca Produksi	98
4.3	Proses Publikasi Konten.....	116
4.3.1	Jadwal Pelaksanaan Publikasi Konten	116
4.4	Analisis Hasil	128
4.5	Indikator Keberhasilan	134
4.6	Rekomendasi dan Tindak Lanjut	136
BAB V.....		138
PENUTUP.....		138
5.1	Kesimpulan	138
5.2	Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA		141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Wilayah Tujuan Utama Destinasi Wisata Keluarga Yang Sering Dikunjungi	6
Gambar 2 Profil Media Sosial Instagram @wisatatirtanusantara	7
Gambar 3 Dokumentasi Proses Produksi Konten Kreatif.....	93
Gambar 4 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Opening Video Reels</i>	100
Gambar 5 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Subtitle Video Reels Promosi</i>	101
Gambar 6 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Opening Video Reels Mini Vlog</i>	102
Gambar 7 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Opening Video Reels Live Music</i>	103
Gambar 8 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Subtitle Video Reels Promosi Paket Murah</i>	104
Gambar 9 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Video Reels Hiburan Memancing</i>	105
Gambar 10 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Video Reels Aktivitas Pengunjung</i>	106
Gambar 11 <i>Screenshot</i> Penggunaan <i>Font</i> Pada <i>Editing Video Reels Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung</i>	107
Gambar 12 Logo Wisata Tirta Nusantara	108
Gambar 13 <i>Screenshot</i> Proses Penambahan Elemen Video	108
Gambar 14 <i>Screenshot</i> Proses Penambahan <i>Emoji</i> Video	109
Gambar 15 <i>Screenshot</i> Proses <i>Editing</i> Penggunaan Transisi Video	110
Gambar 16 <i>Screenshot</i> Proses <i>Editing</i> Penggunaan Fitur Audio	111
Gambar 17 <i>Screenshot</i> Proses <i>Editing</i> Gambar	112
Gambar 18 Elemen Warna Kuning	114
Gambar 19 Elemen Warna Biru 1	115
Gambar 20 Elemen Warna Biru 2	115
Gambar 21 Elemen Warna Biru 3	115
Gambar 22 Fitur Instagram <i>Ads</i>	126
Gambar 23 Konten Kolaborasi Akun.....	128
Gambar 24 Perbandingan <i>Insight</i> Bulan Juli 2025 dan Bulan Agustus 2025	133

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Hasil Kuesioner Tingkat Pengetahuan Responden terhadap Wisata Tirta Nusantara	3
Tabel 2 Persamaan dan Perbedaan Karya Terdahulu 1	11
Tabel 3 Persamaan dan Perbedaan Karya Terdahulu 2	14
Tabel 4 Persamaan dan Perbedaan Karya Terdahulu 3	15
Tabel 5 Perencanaan Tema Konten	33
Tabel 6 Perencanaan Bentuk Konten	34
Tabel 7 Perencanaan Jadwal Publikasi Konten	34
Tabel 8 SSG 1 Konten <i>Reels</i> Ke-1	39
Tabel 9 SSG 2 Konten <i>Reels</i> Ke-2	39
Tabel 10 SSG 3 Konten <i>Carousel</i> Ke-1	45
Tabel 11 SSG 4 Konten <i>Reels</i> Ke-3	46
Tabel 12 SSG 5 Konten Fotografi Ke-1	46
Tabel 13 SSG 6 Konten <i>Reels</i> Ke-4	47
Tabel 14 SSG 7 Konten <i>Carousel</i> Ke-2	47
Tabel 15 SSG 8 Konten <i>Reels</i> Ke-5	48
Tabel 16 SSG 9 Konten Fotografi Ke-2	49
Tabel 17 17 SSG 10 Konten <i>Carousel</i> Ke-3	49
Tabel 18 SSG 11 Konten <i>Reels</i> Ke-6	49
Tabel 19 SSG 12 Konten <i>Carousel</i> Ke-4	53
Tabel 20 SSG 13 Konten <i>Reels</i> Ke-7	54
Tabel 21 SSG 14 Konten <i>Carousel</i> Ke-5	54
Tabel 22 SSG 15 Konten <i>Reels</i> Ke-8	56
Tabel 23 <i>Timeline</i> Pelaksanaan	59
Tabel 24 Rencana Anggaran Biaya	60
Tabel 25 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels Silent Day At</i> Wisata Tirta Nusantara	64
Tabel 26 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Promosi Wisata Tirta Nusantara	65
Tabel 27 Perubahan SSG Video Konten <i>Reels</i> Promosi Wisata Tirta Nusantara	66
Tabel 28 Pelaksanaan Produksi Konten <i>Feeds</i> Informasi Wisata Tirta Nusantara	72
Tabel 29 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Aktivitas <i>Live Music</i> Wisata Tirta Nusantara	73
Tabel 30 Pelaksanaan Produksi Konten Fotografi Aktivitas Memancing di Wisata Tirta Nusantara	74
Tabel 31 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Hiburan Memancing	75
Tabel 32 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Feeds</i> Informasi Harga Tiket Wahana Wisata Tirta Nusantara	76
Tabel 33 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels Mini Vlog "Today Activity In</i> Wisata Tirta Nusantara"	77
Tabel 34 Pelaksanaan Produksi Konten Fotografi <i>Spot-Spot</i> Wisata Tirta Nusantara	78

Tabel 35 Pelaksanaan Produksi Konten <i>Feeds</i> Ucapan Memperingati Hari Kemerdekaan Indonesia.....	79
Tabel 36 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara.....	80
Tabel 37 Perubahan <i>SSG</i> Video Konten <i>Reels</i> Promosi Nongkrong Murah di Wisata Tirta Nusantara.....	81
Tabel 38 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Feeds</i> Informasi Jam Operasional Wisata Tirta Nusantara.....	85
Tabel 39 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Aktivitas pengunjung di Wisata Tirta Nusantara.....	86
Tabel 40 Pelaksanaan Produksi Konten <i>Feeds</i> Informasi Daftar Menu Restoran Wisata Tirta Nusantara.....	87
Tabel 41 Pelaksanaan Produksi Konten Video <i>Reels</i> Hiburan Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung	88
Tabel 42 Perubahan <i>SSG</i> Video Konten <i>Reels</i> Hiburan Perbedaan Aktivitas Karyawan dan Pengunjung.....	89
Tabel 43 <i>SSG</i> Konten <i>Feeds</i> Tambahan Informasi Jam Operasional	91
Tabel 44 <i>SSG</i> Konten <i>Feeds</i> Tambahan Pembuka	91
Tabel 45 Pelaksanaan Kegiatan Produksi Konten Kreatif	93
Tabel 46 Jadwal Pelaksanaan Publikasi Konten	116
Tabel 47 Hasil Analisis <i>Insight</i> Konten <i>Feeds</i> Instagram @wisatatirtanusantara	128
Tabel 48 Hasil Analisis <i>Insight</i> Konten <i>Reels</i> Instagram @wisatatirtanusantara.....	130