

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PESAN VISUAL NARATIF DALAM KONTEN
VIDEO *REELS* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@khatrav.id UNTUK MENINGKATKAN
ENGAGEMENT

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:
MUHAMMAD ILHAM RAMADHAN
2270404068

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pesan Visual Naratif dalam Konten Video *Reels*
pada Media Sosial Instagram @khatrav.id untuk
Meningkatkan *Engagement*
Penulis : Muhammad Ilham Ramadhan
NIM : 2270404068
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir
di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, 24 Juli 2025.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Freddy Yakob, M.I.Kom
NIP 199011182019031009

Anggota I



Mohammad Nur, M.Kom
NIDN 0320076604

Anggota II



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
NIP 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pesan Visual Naratif dalam Konten Video *Reels*
pada Media Sosial Instagram @khatrav.id untuk
Meningkatkan *Engagement*

Penulis : Muhammad Ilham Ramadhan

NIM : 2270404068

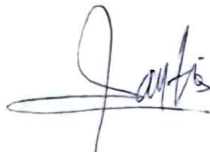
Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan

Ditandatangani di Jakarta, 18 Juni 2025

Pembimbing I



Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom.
NIP 198812222020122006

Pembimbing II



Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si.
NIP 199211132019032025

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ilham Ramadhan
NIM : 2270404068
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

**STRATEGI PESAN VISUAL NARATIF DALAM KONTEN VIDEO *REELS*
PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @khatrav.id UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* adalah original, belum pernah dibuat
oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 18 Juni 2025

Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular official stamp. The stamp contains the Garuda Pancasila emblem, the text 'METRA TEMPEL', and the alphanumeric code '92AMX356825262'.

Muhammad Ilham Ramadhan
NIM 2270404068

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ilham Ramadhan
NIM : 2270404068
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PESAN VISUAL NARATIF DALAM KONTEN VIDEO REELS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @khatrav.id UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Juni 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Ilham Ramadhan
NIM 2270404068

ABSTRAK

In today's digital age, social media has become an integral part of daily life. With the large number of social media users in Indonesia, brands and companies are leveraging social media as the fastest way to connect with consumers. This is also the case for Hajj and Umrah travel services, one of which is Khatrav. Khatrav is a brand offering Umrah, Hajj, and halal travel services that has been operating since 2009. In its Instagram promotions, Khatrav faced the issue of low engagement on its Reels video content. This final project aims to identify the strategy for creating Reels video content on the @khatrav.id account to increase engagement by 2025. The final project was conducted from January to June, utilizing STP and AISAS analysis, as well as observation methods, literature review, and internet data collection. The results showed a significant increase, with the number of followers rising from 4,745 to 5,491. The best Reels video content during that period achieved 1,560 views, 43 likes, 2 comments, 17 shares, and 8 saves.

Keywords: Instagram, Video Reels Content, Engagement, Khatrav

Di Era digital seperti sekarang, media sosial menjadi hal yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dengan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, membuat merek atau perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai cara tercepat untuk terhubung dengan konsumen. Begitu juga dengan jasa pelayanan keberangkatan haji dan umrah, salah satunya adalah Khatrav. Khatrav adalah merek jasa perjalanan umrah, haji, dan wisata halal yang beroperasi sejak 2009. Dalam promosinya di Instagram, Khatrav menghadapi masalah rendahnya *engagement* pada konten video *reels*. Tugas akhir ini bertujuan mengetahui strategi pembuatan konten video *reels* di akun @khatrav.id untuk meningkatkan *engagement* pada tahun 2025. Penulisan tugas akhir ini, dilakukan Januari–Juni dengan analisis STP dan AISAS, serta metode observasi, studi pustaka, dan pengumpulan data internet. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan, dengan jumlah pengikut naik dari 4.745 menjadi 5.491. Konten video *reels* terbaik dalam periode tersebut meraih 1.560 tayangan, 43 *likes*, 2 komentar, 17 *shares*, dan 8 *saves*.

Kata Kunci: Instagram, Konten Video Reels, Engagement, Khatrav

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan atas berkat dan rahmat Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini di Khatrav (Agen perjalanan ibadah umrah dan haji plus) dengan baik. Tugas akhir ini ditulis dengan tujuan memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Creator* yang telah membuat konten video *reels* pada media sosial Instagram Khatrav. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun laporan TA berjudul “Pembuatan Konten Pada Media Sosial Instagram @khatrav.Id Untuk Meningkatkan *Engagement*”

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua individu yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dorongan kepada penulis sepanjang perjalanan ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif;
3. Shady. S.E sebagai pimpinan PT. Khalifa Wisata;
4. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M. Hum., Ketua Jurusan Komunikasi;
5. Sulistyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Komunikasi;
6. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan;
7. Sartika Ekadyasa, S. Kom., M.I. Kom. Sebagai Sekretaris Program Studi Periklanan dan Dosen Pembimbing I dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
8. Firda Nida Fauziyyah, S.I. Kom Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir;
9. Seluruh dosen dan tenaga pendidikan, beserta civitas Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Media Kreatif;
10. Orang tua dan keluarga penulis yang telah membantu dan mendukung penuh penulis dalam berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif;

11. Saudara-saudara penulis yang telah membantu memberikan informasi dan semangat kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
12. Ibu Fettum, sebagai Direktur PT. Khalifa Wisata yang telah memberi bimbingan dan kesempatan kepada penulis untuk magang di Khatrav;
13. Mas Fauzan Rizki A.Md. Kom. S.E., sebagai *Digital Marketing Senior* dan menjadi pembimbing di Khatrav;
14. Mas Sigit Nugroho, sebagai saudara penulis yang membantu dan banyak memberi dukungan, serta masukan kepada penulis;
15. Mas Alka, sebagai rekan magang yang telah banyak memberik masukan dan membantu penulis selama menjalankan praktik industri;
16. Ibu Irma dan Pak Jarwo, sebagai *Staff Administrasi* yang telah banyak membantu penulis selama menjalankan praktik industri;
17. Teman-teman perkuliahan penulis, yaitu Umi Hasna Mardiyah, Muhammad Farizal Zachry, Silvia, Gerhan Ibrahim Kurnia, Flavia Elmira Rifqi, Muhamad Alfarizi, Talitha Natasya, Haikal Gibran, dan Gilang Ramadhan yang telah memberi dukungan dan semangat kepada penulis selama berkuliah di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;

Penulis yakin masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 18 Juni 2025
Penyusun,



Muhammad Ilham Ramadhan
NIM 2270404068

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi Pemasaran.....	8
1) Komunikasi Pemasaran	8
2) Pemasaran digital.....	9
3) Media Sosial	9
4) Instagram	10
5) Konten Media Sosial	14
6) Prinsip Desain.....	16
7) Elemen Desain.....	18
B. <i>Segmentation Targeting Positioning (STP)</i>	20
C. Model AISAS	21
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	23

A. Data/Objek Penulisan	23
1) Gambaran Umum Perusahaan	23
2) Sejarah Perusahaan	24
3) Profil Perusahaan	25
4) Logo Perusahaan	26
5) Visi & Misi Perusahaan	26
6) Struktur Perusahaan	27
B. Teknik Pengumpulan Data	27
1) Observasi	28
2) Studi Pustaka	28
3) Wawancara	29
C. Ruang Lingkup	30
1) Peran Penulis	30
2) Kategori Karya	30
D. Langkah Kerja	31
BAB IV PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum	34
1) Gambaran Umum Permasalahan	34
B. Analisis STP	37
1) Analisis STP Instagram @khatrav.id	37
2) Proses Pembuatan Konten	40
C. Hasil Karya	51
D. Penerapan AISAS pada Konten Video Reels @khatrav.id	54
E. Performa <i>Engagement</i> Konten Instagram @khatrav.id	58
BAB V PENUTUP	68
A. Simpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel STP @khatrav.id.....	38
Tabel 4. 2 AISAS Konten <i>Reels</i> @khatrav.id.....	55
Tabel 4. 3 <i>Engagement Top</i> konten Khatrav.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Khatrav.....	23
Gambar 3. 2 Struktur Khatrav	27
Gambar 3. 3 Langkah Kerja	31
Gambar 4. 1 Instagram @khatrav.id Sebelum Dikelola Penulis	34
Gambar 4. 2 <i>Insight Engagement</i> @khatrav.id	35
Gambar 4. 3 <i>Insight Engagement</i> @khatrav.id	36
Gambar 4. 4 <i>Insight Engagement</i> @khatrav.id	36
Gambar 4. 5 Tampilan @khatrav.id Sebelum Dikelola Penulis	37
Gambar 4. 6 Menerima <i>Brief</i>	41
Gambar 4. 7 Referensi Konten.....	42
Gambar 4. 8 <i>Footage</i> dari <i>Owner</i> untuk Konten.....	43
Gambar 4. 9 Proses Membuat Konten Video <i>Reels</i>	45
Gambar 4. 10 Contoh <i>Caption</i> untuk Konten	46
Gambar 4. 11 <i>Review</i> Konten oleh <i>Owner</i>	48
Gambar 4. 12 Revisi Konten oleh <i>Owner</i>	48
Gambar 4. 13 Penulis Mengunggah Konten	49
Gambar 4. 14 Konten <i>Reels</i> Khatrav.....	51
Gambar 4. 15 Konten <i>Reels</i> Khatrav.....	52
Gambar 4. 16 Konten <i>Reels</i> Khatrav.....	53
Gambar 4. 17 Konten <i>Reels</i> @khatrav.id.....	58
Gambar 4. 18 <i>Insight Post Reels</i> @khatrav.id	59
Gambar 4. 19 Perbandingan <i>Engagement</i> Sebelum dan Sesudah Dikelola Penulis	62
Gambar 4. 20 Data Responden Sebelum Dikelola oleh Penulis	63
Gambar 4. 21 Data Responden Sesudah Dikelola oleh Penulis	64
Gambar 4. 22 Data Responden Sebelum Dikelola Penulis	64
Gambar 4. 23 Data Responden Setelah Dikelola Penulis	65
Gambar 4. 24 Preferensi Responden Sebelum dan Sesudah Dikelola Penulis	66
Gambar 4. 25 Dampak Positif Terhadap Kualitas Konten.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form TA-01 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa.....	74
Lampiran 2 Lembar Pembimbing Tugas Akhir	77
Lampiran 3 Lembar Pembimbing Tugas Akhir	78
Lampiran 4 Lembar Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir	79
Lampiran 5 Lembar Hasil Cek Plagiarisme	81
Lampiran 6 Surat Keterangan Praktik Industri.....	82
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi TOEFL ETP.....	83
Lampiran 8 Dokumentasi Sidang Tugas Akhir.....	84