

LAPORAN TUGAS AKHIR

PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM BERBASIS MODEL AISAS MELALUI PENDEKATAN *MESSAGE APPEAL* UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* @ventour_travel

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Ahli Madya



Disusun oleh:

Muthia Kamilah

NIM: 2370404100

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS
Melalui Pendekatan *Message Appeal* Untuk Meningkatkan
Engagement @ventour_travel
Penulis : Muthia Kamilah
NIM : 2370404100
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

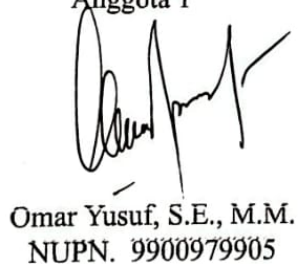
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, tanggal 14 Juli 2026

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



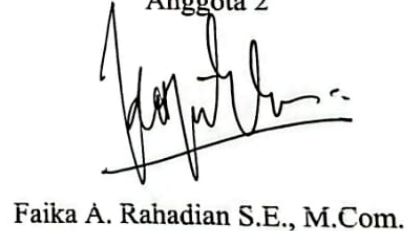
Dr. Tipri Rose Kartika, M.M.
NIP. 19760612009122002

Anggota 1



Omar Yusuf, S.E., M.M.
NUPN. 9900979905

Anggota 2



Faika A. Rahadian S.E., M.Com.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



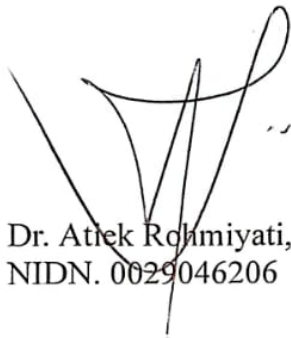
Immanuel Ronald David Mongkan, S.E., M.M.
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS
Untuk Meningkatkan *Engagement* @ventour_travel
Penulis : Muthia Kamilah
NIM : 2370404100
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11. Juni 2026.....

Pembimbing 1



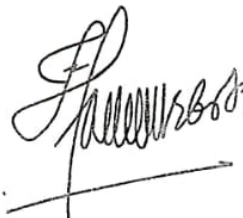
Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
NIDN. 0029046206

Pembimbing 2



Faika A. Rahadian S.E., M.Com

Mengetahui,
Koordinator Program Studi



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

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthia Kamilah
NIM : 2370404100
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

“Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS Melalui Pendekatan *Message Appeal* Untuk Meningkatkan *Engagement @ventour_travel*” adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

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

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

Jakarta, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muthia Kamilah
NIM 2370404100

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Muthia Kamilah
NIM : 2370404100
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Demi 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: "Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS Melalui Pendekatan *Message Appeal* Untuk Meningkatkan *Engagement @ventour_travel*" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Muthia Kamilah
NIM 2370404100

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS
Melalui Pendekatan *Message Appeal* untuk Meningkatkan
Engagement @ventour_travel
Penulis : Muthia Kamilah
Pembimbing I : Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.
Pembimbing II : Faika A. Rahadian S.E., M.Com

The Instagram account @ventour_travel, owned by PT. Ventura Semesta Wisata and focused on Umrah and Hajj travel, has not yet implemented a systematic content framework, resulting in low engagement. This study aims to explain the process of creating Instagram content using the AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) model through the message appeal approach, as well as the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) model, to increase engagement on the @ventour_travel account. This study employs a project-based methodology, with data collected through literature review and observation. Instagram content creation was carried out by analyzing the account using the STP framework, followed by content development based on the AISAS model and the message appeal approach. The results of applying this method show that views increased from 14,517,387 to 15,797,832, reach increased from 1,100,000 to 3,200,000, and content interactions increased from 174,400 to 300,400. This study demonstrates that creating content based on the AISAS model with a message appeal approach can increase engagement on the @ventour_travel Instagram account.

Keywords: Instagram Content, AISAS Model, *Message Appeal*, *Engagement*, @ventour_travel

Akun Instagram @ventour_travel milik PT. Ventura Semesta Wisata yang berfokus pada bidang perjalanan umroh dan haji belum menerapkan *framework* konten secara sistematis sehingga menghasilkan *engagement* yang rendah. Penulisan ini bertujuan menjelaskan proses pembuatan konten Instagram dengan teori berbasis model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) melalui pendekatan *message appeal*, dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) untuk meningkatkan *engagement* akun @ventour_travel. Penulisan ini menggunakan metode pembuatan (*project-based*), pengumpulan data melalui studi pustaka, dan observasi. Pembuatan konten instagram dilakukan dengan menganalisis akun melalui STP, kemudian membuat konten menggunakan model AISAS dan pendekatan *message appeal*. Hasil penerapan metode ini menunjukkan *views* dari 14.517.387 menjadi 15.797.832, jangkauan dari 1.100.000 menjadi 3.200.000, interaksi konten dari 174.400 menjadi 300.400. Penulisan ini menunjukan bahwa pembuatan konten berbasis model AISAS dengan pendekatan *message appeal* dapat meningkatkan *engagement* pada Instagram @ventour_travel.

Kata Kunci: Konten Instagram, Model AISAS, Daya Tarik Pesan, Keterlibatan, @ventour_travel

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan agar dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3 pada Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai *Content Writer* pada Ventour Travel. Adapun judul yang diangkat dalam Tugas Akhir ini adalah “Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS Melalui Pendekatan *Message Appeal* untuk Meningkatkan *Engagement @ventour_travel*”.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Dwi Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerjasama;
3. Dr. Ir. Cholid Mawardi, S.Kom, M.T selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Umum;
4. Dr. Dayu Sri Herti, S.Pd., M.Sn. selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan;
5. Widi Sriyanto, S.Pd., M.Pd., Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat;
6. Dwi Mandasari Rahayu, S.P., M.M., Kepala Pusat Penjaminan Mutu dan Pengembangan Pembelajaran;
7. Imanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi;

8. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi;
9. R. Sulistiyo Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Laboratorium Jurusan Komunikasi;
10. Zaenab, S.S., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
11. Sartika Ekadyasa, S.Kom., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Periklanan;
12. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Satu;
13. Faika A. Rahadian S.E., M.Com., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Dua;
14. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan;
15. Keluarga tercinta Mama, Ayah, dan Adik atas kasih sayang, doa, dan dorongan yang tidak pernah berhenti menguatkan penulis hingga tahap ini;
16. Teman dan sahabat yang selalu memberi semangat, serta menemani penulis melalui proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini dengan dukungan yang tulus.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 12 Juni 2026

Penulis,



Muthia Kamilah

NIM 2370404100

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penulisan.....	6
F. Manfaat Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Komunikasi.....	8
B. Periklanan Digital.....	14
C. Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP).....	16
D. Pembuatan Konten Instagram Berbasis Model AISAS Melalui Pendekatan Message Appeal.....	18
F. Meningkatkan Engagement @ventour_travel.....	25
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	29
A. Data Perusahaan.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Ruang Lingkup.....	32
D. Langkah Kerja.....	35
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Perusahaan.....	39
B. Gambaran Umum Pekerjaan.....	41
C. Analisis Alur Pekerjaan.....	42
D. Analisis Komparasi Pra-AISAS dan Pasca AISAS.....	50
E. Analisis Performa Engagement.....	86
BAB V PENUTUP.....	97

A. Simpulan.....	97
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Platform Media Sosial Populer di Indonesia.....	2
Gambar 2. Model AISAS.....	20
Gambar 3. Logo Ventour.....	29
Gambar 4. Struktur Divisi Multimedia.....	30
Gambar 5. Skema Langkah Kerja.....	35
Gambar 6. Logo Ventour Travel.....	39
Gambar 7. Instagram @ventour_travel.....	40
Gambar 8. Alur Kerja Content Writer.....	42
Gambar 9. Briefing Pagi.....	44
Gambar 10. Riset Konten Ventour.....	45
Gambar 11. Membuat Skrip Konten Ventour.....	46
Gambar 12. Membuat Caption Ventour.....	47
Gambar 13. Mencari Footage Konten Ventour.....	47
Gambar 14. Revisi Skrip Ventour.....	48
Gambar 15. Produksi Konten Bersama Tim Media.....	48
Gambar 16. Update Bank Konten Harian.....	49
Gambar 17. Evaluasi Performa Konten.....	49
Gambar 18. Konten Edukasi Sebelum AISAS.....	50
Gambar 19. Konten News Sebelum Model AISAS.....	53
Gambar 20. Konten Engagement Sebelum Model AISAS.....	57
Gambar 21. Konten Fasilitas Sebelum Model AISAS.....	61
Gambar 22. Konten Edukasi Setelah Model AISAS.....	66
Gambar 23. Konten News Setelah Model AISAS.....	71
Gambar 24. Konten Engagement Setelah Model AISAS.....	76
Gambar 25. Konten Fasilitas Setelah Model AISAS.....	81
Gambar 26. Insight Instagram September - Desember 2025.....	86
Gambar 27. Insight Instagram Januari - Mei 2026.....	88
Gambar 28. Insight Instagram Januari 2026.....	89
Gambar 29. Insight Instagram Februari 2026.....	90
Gambar 30. Insight Instagram Maret 2026.....	90
Gambar 31. Insight Instagram April 2026.....	91
Gambar 32. Insight Instagram Mei 2026 (1–7 Mei).....	92
Gambar 33. Kunjungan Profil dan Pertumbuhan Pengikut.....	93
Gambar 34. Data Klik Tautan.....	94
Gambar 35. Kinerja Penjualan.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Analisis Konten Edukasi.....	51
Tabel 2. Data Performa Konten Edukasi.....	53
Tabel 3. Analisis Konten News.....	55
Tabel 4. Data Performa Konten News.....	57
Tabel 5. Analisis Konten Engagement.....	59
Tabel 6. Data Performa Konten Engagement.....	61
Tabel 7. Analisis Konten Fasilitas.....	63
Tabel 8. Data Performa Konten Fasilitas.....	66
Tabel 9. Analisis Konten Edukasi Setelah Model AISAS dan Message Appeal... 68	
Tabel 10. Perbandingan Data Engagement Konten Edukasi.....	71
Tabel 11. Analisis Konten News Setelah Model AISAS dan Message Appeal.....	73
Tabel 12. Perbandingan Data Engagement Konten News.....	76
Tabel 13. Analisis Konten Engagement Setelah Model AISAS dan Message Appeal.....	78
Tabel 14. Perbandingan Data Engagement Konten Engagement.....	81
Tabel 15. Analisis Konten Fasilitas Setelah Model AISAS dan Message Appeal.	83
Tabel 16. Perbandingan Data Engagement Konten Fasilitas.....	86
Tabel 17. Data Performa Konten Sebelum Penulis Bergabung.....	88
Tabel 18. Data Performa Konten Setelah Penulis Bergabung.....	89
Tabel 19. Perbandingan Data Performa Konten.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP MAHASISWA.....	103
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR 1.....	105
SALINAN LEMBAR PEMBIMBINGAN TUGAS AKHIR 2.....	106
SERTIFIKAT PRAKTIK INDUSTRI.....	107
SERTIFIKAT KOMPETENSI.....	108
SURAT KETERANGAN PENGGUNAAN KARYA MAHASISWA PRAKTIK INDUSTRI.....	109
LEMBAR HASIL CEK PLAGIARISME.....	110
DOKUMENTASI FOTO KEGIATAN TERKAIT TUGAS AKHIR.....	111
DOKUMENTASI SIDANG TUGAS AKHIR.....	112