

**PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL BARRATOUR UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT***

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.IKom.)**



Disusun oleh: Rakha Muhammad Febryansyach

NIM: 21330086

**PROGRAM STUDI PENERBITAN JURUSAN PERIKLANAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF JAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

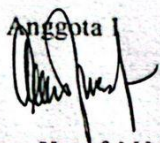
Judul Tugas Akhir	: Pembuatan Konten Media Sosial Barratour
Penulis	: Untuk Meningkatkan Engagement
NIM	: Rakha Muhammad Febryansyah
Program Studi	: 21336086
Jurusan	: Periklanan
	: Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jum'at Tanggal 26 Juli 2024

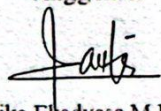
Disahkan oleh:
Ketua Penguji,


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
Nip. 197508072009121001

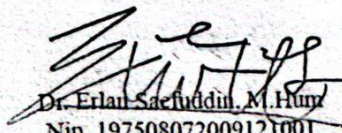
Anggota 1


Omar Yusuf, M.M
NUPN. 9900979905

Anggota 2


Sartika Ekadyasa M.I.Kom
Nip 198812222020122006

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi


Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum
Nip. 197508072009121001

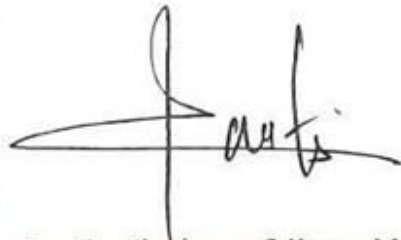
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengelolaan Konten Media Sosial Barratour
Untuk Meningkatkan Awareness
Penulis : Rakha Muhammad Febryansyach
NIM : 21330086
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di,

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



Ferdiansyah, M.Sn

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si,
Nip 199211132019032

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakha Muhammad Febryansyach

NIM : 21330086

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2021

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Pengelolaan Media Sosial Barratour Untuk Meningkatkan Awereness

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, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Rakha Muhammad Febryansyach

NIM: 21330086

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Rakha Muhammad Febryansyach

NIM : 21330086

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Penerbitan

Tahun Akademik : 2021

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Pengelolaan Media Sosial BarraTour Untuyk Meningkatkan Awarreness" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 09 Juli 2024



Rakha Muhammad Febryansyach
NIM. 21330086

ABSTRAK

Social media marketing is a strategy that uses social media platforms to interact, communicate, and promote products or services to the right audience. This approach involves creating creative content, sharing information, and direct interaction with the audience, especially through platforms like Instagram. BarraTour, as a subsidiary of PT. Fawwaz Amanah Sejahtera, focuses on Hajj and Umrah travel services. This company provides various Umrah and Muslim tour packages and has started its presence on Instagram social media since April 2023. The author's work steps as a Social Media Specialist at BarraTour involve three main stages: Pre-Production, Production, and Post-Production. In the pre-production stage, the author observes competitor content and trends on social media and collects footage. At the production stage, the writer is responsible for design, video editing, photo retouching, as well as creating and uploading captions. The post-production stage includes evaluating the results of the work with a supervisor to ensure that the content produced meets the established standards. In creating content on Instagram, BarraTour uses the AISAS theory and as a result the author got 153 new engagements on Instagram starting from January 2024 to April 2024.

Kata Kunci: *Social media Specialist, BarraTour, Engagement, AISAS*

Pemasaran media sosial adalah strategi yang menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan mempromosikan produk atau layanan kepada audiens yang tepat. Pendekatan ini melibatkan pembuatan konten kreatif, berbagi informasi, dan interaksi langsung dengan audiens, khususnya melalui platform seperti Instagram. BarraTour, sebagai salah satu anak perusahaan dari PT. Fawwaz Amanah Sejahtera, berfokus pada layanan perjalanan ibadah haji dan umroh. Perusahaan ini menyediakan berbagai paket umroh dan wisata Muslim serta telah memulai kehadirannya di media sosial Instagram sejak April 2023. Langkah kerja penulis sebagai Social Media Specialist di BarraTour melibatkan tiga tahap utama: Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi. Pada tahap pra produksi, penulis melakukan pengamatan terhadap konten kompetitor dan tren di media sosial serta mengumpulkan footage. Di tahap produksi, penulis bertanggung jawab untuk desain, editing video, retouching foto, serta pembuatan dan pengunggahan caption. Tahap pasca produksi mencakup evaluasi hasil kerja dengan pembimbing untuk memastikan konten yang dihasilkan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dalam pembuatan konten di Instagram BarraTour menggunakan teori AISAS dan hasilnya penulis mendapatkan 153 *Engagement* baru di Instagram yang terhitung dari bulan Januari 2024 hingga bulan April 2024.

Kata Kunci: *Social media Specialist, BarraTour, Engagement, AISAS*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma 3/Sarjana (Tiga) Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul tugas akhir ini adalah **Pembuatan Konten Media Sosial BarraTour untuk meningkatkan *Engagement***.

Laporan tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum. Ketua Jurusan Komunikasi.
4. Sulistyowibowo, S.Sn., M.Sn., Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, S.S., M.Si., Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Sartika Ekadyasa, M.I.Kom., Selaku Dose praktik dan Pembimbing I.
7. Ferdiansyah, M.Sn., Selaku Dosen Pembimbing II
8. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di sini.
9. PT Fawwaz Amanah Sejahtera.
10. Kedua orang tua penulis Ayahanda tercinta Wahyu Darsono dan ibunda tercinta Nurhasanah yang telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa untuk penulis yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan uang untuk membiayai penulis dari awal Sekolah Dasar (SD) hingga ke Perguruan Tinggi, selalu mendukung, selalu mendoakan, memberikan kasih penulisan yang luar biasa sehingga selalu ada motivasi untuk mengerjakan dan menyelesaikan Praktik Industri.
11. Untuk keluarga penulis, terutama abang penulis Daffa Muhammad Haikalsyach dan bude penulis yang bernama Luki Widiastuti yang selalu

memberikan semangat dan motivasi yang tiada hentinya baik nasehat, masukan, dan arahan dalam setiap langkah penulis dalam hidup penulis.

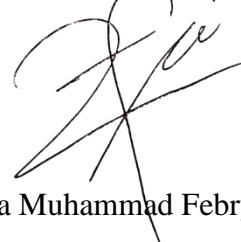
12. Terimakasih untuk Syalisa selaku kekasih penulis yang selalu ada dan terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga tuntas.

13. Terimakasih untuk teman penulis yaitu Alfianto, Khoiri Fadli, yang telah memberikan arti pertemanan yang sebenarnya dan makna kehidupan dalam memperjuangkan cita-cita kita.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam laporan Praktik Industri ini maupun pembuatan laporan Praktik Industri. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini. Semoga laporan ini berguna serta bermanfaat bagi penulis maupun pembaca. Demikian yang penulis dapat disampaikan, penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 9 Juli 2024

Penulis,



Rakha Muhammad Febryansyach

Nim 21330086

DAFTAR ISI

Daftar isi

LEMBAR PEGESAHAN TUGAS AKHIR	I
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D Rumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Maslah	4
F. Manfaat Penulisan	4
BAB II_TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Komunikasi Pemasaran	6
B. Digital Marketing	7
C. Media Sosisal.....	9
D. Konten.....	13
E. <i>Brand Engagement</i>	14
F. <i>STP (Segmentation Targeting Positioning)</i>	15
G. <i>SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)</i>	15
H. <i>AISAS (Engagement, Interest, Search, Action, Share)</i>	17
I. <i>Perancangan Konten Sosial Media</i>	19
BAB III_METODE PENELITIAN.....	24
A. Data/Objek Penelitian	24
B. Ruang Lingkup.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data	28

D. Langkah Kerja	30
E. Analisis <i>STP</i>	31
F. Analisis <i>SWOT</i>	32
BAB IV PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Pekerjaan.....	34
B. Langkah Kerja.....	35
C. Conten Pilar.....	37
D. Hasil Pekerjaan	37
E. <i>Engagement</i> InstagramBarraTour	40
F. <i>Top, Middle Dan Low Content</i>	41
G. Konten Sebelum Dan Sesudah Dihandle Oleh Penulis.....	43
H. Analisis <i>AISAS</i>	44
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Struktur Perusahaan	26
Tabel 4.1 Langkah Kerja	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar dari galeri pengguna Instagram dari Vietnam, China, Jepang, Korea, Hong Kong, Rusia, Ukraina, Belarus.....	10
Gambar 2.2 Tampilan Instagram	11
Gambar 3.1 Logo BarraTour.....	25
Gambar 3.4 Analisis SWOT BarraTour.....	32
Gambar 4.2 Postingan Instagram BarraTour Konten Promotion.....	38
Gambar 4.3 Postingan Instagram BarraTour Konten Promotion.....	38
Gambar 4.4 Postingan Instagram BarraTour Konten Informasi	38
Gambar 4.5 Postingan Instagram BarraTour Konten Informasi	39
Gambar 4.6 Postingan Instagram BarraTour Konten Ramadhan.....	39
Gambar 4.7 Postingan Instagram BarraTour Konten Informasi	40
Gambar 4.8 Engagement Instagram BarraTour	41
Gambar 4.9 TOP,MIDDLE,DAN LOW CONTENT	41
Gambar 4.10 Top Content Instagram.....	42
Gambar 4.11 Middle Content.....	42
Gambar 4.12 Low Content.....	43
Gambar 4.13 Konten Sebelum Di Handle penulis	43
Gambar 4.14 Konten Sesudah Di handle penulis.....	44
Gambar 4.15 Postingan Instagram BarraTour Engagement	44
Gambar 4.16 Postingan Instagram BarraTour Interest	45
Gambar 4.17 Postingan Instagram BarraTour Search.....	45
Gambar 4.18 Postingan Instagram BarraTour Action.....	46
Gambar 4.19 Postingan Instagram BarraTour Share	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	52
Lampiran 2 Chek Plagiat.....	53
Lampiran 3 Lembar Pembimbing Tugas Akhir I.....	56
Lampiran 4 Lembar Pembimbing Tugas Akhir II	57
Lampiran 5 Tanda Terima Laporan Praktik Industri	58
Lampiran 6 Surat Keterangan Penggunaan Karya.....	59