

**PENGELOLAAN *CONTENT MARKETING*  
INSTAGRAM @amazzoneworld\_official SEBAGAI  
STRATEGI MENYADARKAN MASYARAKAT  
TENTANG WISATA AMAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**AKHMAD DIAN FALAKHI**

**1171003121**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.**

Nama : Akhmad Dian Falakhi

NIM : 1171003121

Tanda Tangan : 

Tanggal : 24 Agustus 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Akhmad Dian Falakhi  
NIM : 1171003121  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : “Pengelolaan Content Marketing Instagram @amazoneworld\_official Sebagai Strategi Menyardarkan Masyarakat Tentang Wisata Aman”.

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fitri Argarini B.Arts., Dr.



VIVID F. ALBARINI

Penguji 1 : Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si., Dr.



Penguji 2 : Rangga Wisesa, A.Md.Kom., S.I.Kom., M.I.Kom



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal:

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti bisa menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “Pengelolaan *Content Marketing* Instagram @amazoneworld\_official Sebagai Strategi Menyardarkan Masyarakat Tentang Wisata Aman”. Penyusunan Tugas Akhir yang disusun oleh peneliti bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini terdapat pihak-pihak yang membantu, membimbing dan memberikan motivasi. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

### **1. Orang Tua**

Terima kasih untuk Ayah dan Ibu yang telah berjuang untuk pendidikan peneliti hingga mendapatkan gelar sarjana dan terima kasih buat Ayah dan Ibu yang telah mendoakan setiap hari dan memotivasi peneliti untuk menyusun skripsi serta tidak lupa pula kepada Adik yang selalu jadi motivasi peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

### **2. Dr. Vivid Fitri Argarini, B.arts**

Terima kasih kepada ibu Vivid yang telah memberikan arahan bimbingan dan juga review nya terkait tugas akhir yang dibuat oleh peneliti, sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

### **3. Dr. Tuti Widiastuti, S.Sos., M.Si**

Terima kasih untuk ibu Tuti selaku penguji pertama peneliti yang telah memberikan masukan dan saran dalam proses pengerjaan tugas akhir yang disusun oleh peneliti.

### **4. Dosen Ilmu Komunikasi**

Terima kasih sebesar-besarnya untuk para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti dan khususnya kepada ibu Vivid yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penelitian yang dilakukan.

### **5. Komunal 17**

Terima kasih untuk teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 yang telah memberikan banyak informasi terkait perkuliahan dan terima kasih pula telah menjadi teman baik dari peneliti selama empat tahun terakhir.

### **6. Pihak Amazzone World**

Terima kasih tidak lupa untuk Amazzone World yang telah memberikan izin dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Khususnya bagi Raka dan Elyta yang telah banyak memberikan informasi seputar Amazzone World sehingga memprmudah peneliti dalam menyusun tugas akhir.

#### **7. Pihak Terkait**

Terima kasih kepada *triangulator* yaitu pak Avianto Nugroho serta *followers* Amazzone World yakni Bambang, Dwi dan Yuni yang rela melaungkan waktunya untuk melakukan wawancara sehingga membantu peneliti dalam menyusun tugas akhir.

Akhir kata peneliti berharap semoga kebaikan pihak yang membantu peneliti dalam menyusun tugas akhir ini bisa dibalas oleh ALLAH SWT yang membuat peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta, 24 Agustus 2021

Penulis,



Akhmad Dian Falakhi

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

**Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama : Akhmad Dian Falakhi  
NIM : 1171003121  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengelolaan *Content Marketing* Instagram @amazoneworld\_official Sebagai Strategi Menyadarkan Masyarakat Tentang Wisata Aman”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal:

Yang menyatakan,



(Akhmad Dian Falakhi)

**PENGELOLAAN *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM @AMAZZONE  
WORLD\_OFFICIAL SEBAGAI STRATEGI MENYADARKAN MASYARAKAT TENTANG  
WISATA AMAN**

**AKHMAD DIAN FALAKHI**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini tentang content marketing yang dikelola oleh instagram @amazzoneworld\_official untuk menyadarkan masyarakat tentang wisata aman melalui konten yang diproduksi. Penelitian menggunakan teori *content marketing* Kotler 2017 serta instagram Atmoko 2012. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan content marketing instagram @amazzoneworld\_official sebagai strategi menyadarkan masyarakat tentang wisata aman. Metode penelitian adalah kualitatif pendekatan studi kasus intristik. Hasil penelitian ini *content marketing* yang dibuat oleh Amazzone World bertujuan untuk membangun *awareness*, dengan audiens 20-40 tahun, ide dan perencanaan untuk menyadarkan masyarakat melalui video. Dalam konten yang dibuat Amazzone World seperti memberikan himbauan dan video terkait wisata aman, saluran distribusi konten yakni *owned, paid, earned media*, Amazzone World juga *influencer* untuk *review* dan promosi konten yang menyadarkan melalui *influencer* hanya pengikut saja. Hasil dari konten yang dibuat 2 dari 3 *followers* sudah cukup *awaree* akan Amazzone dan wisata aman, dalam pengembangan konten Amazzone World ingin menggunakan video yang menghibur. Serta strategi yang digunakan untuk menyadarkan masyarakat melalui instagram dengan memberikan informasi yang edukatif seperti himbauan dan pembuatan video melalui *feeds*, serta *instastory* membuat *flayer* dan video singkat serta menggunakan *influencer* melalui IGTV. Serta menggunakan judul yang persuasif serta hashtag yang mendukung.

**Kata Kunci:** content marketing, wisata aman, pengelolaan content

**MANAGEMENT OF CONTENT MARKETING INSTAGRAM @AMAZZONE  
WORLD\_OFFICIAL AS A STRATEGY TO AWARENESS THE COMMUNITY ABOUT  
SAFE TOURISM**

**AKHMAD DIAN FALAKHI**

---

**ABSTRACT**

*This research is about content marketing managed by Instagram @amazzoneworld\_official to make people aware of safe tourism through the content they produce. The study uses Kotler's 2017 content marketing theory and 2012 Atmoko Instagram. The purpose of this study is to find out the management of Instagram @amazzoneworld\_official content marketing as a strategy to raise public awareness about safe tourism. The research method is a qualitative intrinsic case study approach. The results of this research are content marketing created by Amazon World aims to build awareness, with an audience of 20-40 years, ideas and plans to make people aware through videos. In the content created by Amazzone World such as providing advice and videos related to safe travel, content distribution channels namely owned, paid, earned media, Amazzone World is also an influencer for review and promotion of content that makes it aware through influencers only followers. The results of the content created by 2 out of 3 followers are quite aware of Amazon and safe travel, in developing content Amazzone World wants to use entertaining videos. As well as the strategies used to make people aware through Instagram by providing educative information such as appeals and making videos through feeds, as well as instastory making flayers and short videos and using influencers through IGTV. And use persuasive titles and supportive hashtags.*

**Keywords:** *content marketing, safe tourism, content management*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Table .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Bagan .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	15
1.4.2 Manfaat Praktis .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1 Konsep Yang Relevan .....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Digital Marketing .....	17
2.1.3 Pariwisata .....	18
2.1.4 Media Sosial .....	19

2.1.5 Instagram .....	24
2.1.6 Content Marketing .....	27
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....	31
2.3 Model Kerangka Pemikiran .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain dan Pendekatan .....	45
3.2 Objek dan Subjek .....	46
3.3 Pengumpulan Data .....	46
3.3.1 Sumber Data Primer dan Sekunder .....	47
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.4 Analisis Data .....	49
3.5 Triangulasi Data .....	50
3.6 Oprasionalisasi Konsep .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	53
4.1.1 Gambaran Objek .....	54
4.1.2 Visi dan Misi .....	54
4.1.3 Fasilitas Amazzone World .....	55
4.1.4 Struktur Organisasi .....	55
4.1.5 Media Sosial Instagram Amazzone World .....	56
4.1.6 Profil Informan .....	57
4.2 Penyajian Data .....	62
4.2.1 Pengelolaan <i>Content Marketing</i> .....	62

4.2.2 Instagram Sebagai Strategi Menyadarkan Masyarakat .....	82
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	96
4.3.1 Pengelolaan <i>Content Marketing</i> .....	96
4.3.2 Instagram Sebagai Strategi Menyadarkan Masyarakat .....	111
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>127</b>
5.1 Simpulan .....	127
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	129
5.3 Saran Implikasi .....	130
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya .....	130
5.3.2 Saran Bagi Lembaga Atau Perusahaan .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>132</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Kunjungan Wisatawan .....	1
Gambar 1.2 Persentase Pengguna Internet .....	4
Gambar 1.3 Tren Covid-19 di Kabupaten Bekasi.....	6
Gambar 1.4 Content Marketing Instagram Amazzone World .....	13
Gambar 1.5 Kompetitor Amazzone World .....	10
Gambar 4.1 Logo Amazzone World .....	54
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Amazzone World .....	56
Gambar 4.3 Akun Instagram Amazzone World .....	57
Gambar 4.4 Raka Aditya Social Media Specialist.....	58
Gambar 4.5 Elyta Puspita Marketing .....	59
Gambar 4.6 Bambang Supriyanto Followers Instagram.....	60
Gambar 4.7 Dwi Rahma Sari Followers Instagram .....	60
Gambar 4.8 Yuni Ayunina Followers Instagram .....	61
Gambar 4.9 Avianto Nugroho Triangulator .....	62
Gambar 4.10 Konten Edukasi Terkait Wisata Aman .....	64
Gambar 4.11 Foto Membangun Kesadaran .....	66
Gambar 4.12 Konten Himbauan Dan Pengunjung Taat Prokes .....	69
Gambar 4.13 Owned Media Facebook Amazzone World .....	71
Gambar 4.14 Owned Media Instagram Amazzone World.....	72
Gambar 4.15 Paid Media Influencer .....	73
Gambar 4.16 Earned Media Amazzone World .....	75
Gambar 4.17 Konten Yang Dibuat Influencer .....	78
Gambar 4.18 Konten Edukasi Pada Feeds .....	83
Gambar 4.19 Highlight Instastory Mengenai Prokes .....	86
Gambar 4.20 Instastory Tentang Wisata Aman .....	87
Gambar 4.21 Unggahan IGTV Dengan Influencer .....	90

Gambar 4.22 CuplikanAktivitas Pengunjung Pada IGTV .....	91
Gambar 4.23 Judul Yang Membangun Kesadaran .....	92
Gambar 4.24 Penerapan Konten Prokes .....	97
Gambar 4.25 Repost Foto Membangun Kesadaran .....	99
Gambar 4.26 Pembuatan Konten Terkait Wisata Aman .....	102
Gambar 4.27 Owned Media Amazzone World .....	103
Gambar 4.28 Publikasi Earned Media .....	106
Gambar 4.29 Unggahan Influencer .....	108
Gambar 4.30 Evaluasi Konten Influencer .....	109
Gambar 4.31 Tapilan Feeds Tentang Wisata Aman .....	115
Gambar 4.32 Strategi Melalui Influencer .....	117
Gambar 4.33 Strategi Melalui IGTV .....	119
Gambar 4.34 Kalimat Persuasif Pada Judul .....	121
Gambar 4.35 Hashtag Pada Unggahan Amazzone World .....	125

**DAFTAR TABLE**

Table 2.2 Kerangka Pemikiran .....	34
Table 3.6 Operasionalisasi Konsep .....	50

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....43