

**ANALISIS KONTEN “SAFE TRAVEL PAGE” PADA *MOBILE*  
*APPS* TRAVELOKA DALAM MENCIPTAKAN  
*CUSTOMER* ENGAGEMENT**



**FAUZAN HARIFQI**

**1191903013**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fauzan Harifqi

NIM : 1191903013

Tanda Tangan : 




Tanggal : 8 Agustus 2022

## HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Fauzan Harifqi  
NIM : 1191903013  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : “Analisis Konten “Safe Travel Page” pada *Mobile apps* Traveloka dalam Menciptakan *Customer Engagement*”

**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 dan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharyanti, Dra., M.S.M. (  )  
Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr, (  )  
Penguji 2 : Fitri Argarini B.Arts., Dr. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 Agustus 2022

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Analisis Konten “Safe Travel Page” pada *Mobile apps* Traveloka dalam Menciptakan *Customer Engagement*”**. Penulisan skripsi ini dibuat guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam menempuh pendidikan salah satu syarat kelulusan pada Program Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Selama proses penyusunan dan penyelesaian laporan tugas akhir, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu, khususnya kepada:

1. Suharyanti, Dra., M.S.M. selaku dosen pembimbing sekaligus kepala program studi ilmu komunikasi Universitas Bakrie, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dessy Kania, B.A., M.A., Dr, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan saran dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Fitri Argarini B.Arts., Dr. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk memberikan saran dan pengarahan sehingga penulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Seluruh Staff Universitas Bakrie terutama Mas Taufik dan staff di prodi Ilmu Komunikasi Bakrie yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi setiap semesternya
6. Mora Ardani yang selalu memotivasi, menemani, dan membantu penulis.
7. Hafid Royan yang selalu siap membantu saat dibutuhkan
8. Reza, Yayah, Ferry, Beryl yang siap sedia berkolaborasi dalam tiap tugas semasa perkuliahan.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi Bakrie kelas B yang telah memotivasi dan berjuang bersama selama beberapa tahun ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan motivasinya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu diterima agar membuat tulisan ini jauh lebih baik. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membaca dan dipergunakan dengan baik.

Jakarta, 8 Agustus 2022

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

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

Nama : Fauzan Harifqi  
NIM : 1191903013  
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 Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Konten “Safe Travel Page” pada *Mobile apps* Traveloka dalam Menciptakan *Customer Engagement*”

Beserta perangkat yang ada ( jika diperlukan ). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie 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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 8 Agustus 2022



Yang Menyatakan  
(Fauzan Harifqi)

**ANALISIS KONTEN “SAFE TRAVEL PAGE” PADA *MOBILE APPS*  
TRAVELOKA DALAM MENCIPTAKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT***

---

**Fauzan Harifqi**

**ABSTRAK**

Dengan keadaan COVID-19 yang terjadi, beberapa regulasi baru diterapkan untuk menekan penularan virus ini salah satunya dengan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Peraturan PPKM ini merugikan beberapa sektor termasuk pariwisata dan *travel agent* mendapatkan dampak yang signifikan karena larangan masyarakat bepergian. Traveloka adalah salah satu platform pemesanan tiket yang diminati masyarakat Indonesia, berbagai strategi dilakukan oleh Traveloka agar bertahan di masa pandemi. Guna meningkatkan minat konsumen dalam bepergian tersebut, Traveloka dalam konten “Safe Travel Page” yang ada pada aplikasinya secara khusus memberikan konten pemasaran yang berisikan informasi seputar peraturan-peraturan dalam melakukan perjalanan selama masa PPKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis konten *safe travel page* di *mobile apps* Traveloka dalam menciptakan *customer engagement* menggunakan teori tahapan *customer engagement* oleh Dave Evans & Joe. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan wawancara terhadap narasumber, observasi dan triangulasi sumber data dengan triangulator. Adapun hasil yang didapat adalah konten Safe Travel Page pada *mobile apps* Traveloka dapat dikatakan cukup berhasil untuk menciptakan *customer engagement*, yang mana pada umumnya *mobile apps* digunakan untuk mencari promo dan transaksi.

Kata Kunci : Analisis Konten, Konten Pemasaran, *Mobile apps*, *Customer Engagement*, COVID-19, Traveloka

**CONTENT ANALYSIS OF “SAFE TRAVEL PAGE” ON MOBILE APPS  
TRAVELOKA IN CREATING CUSTOMER ENGAGEMENT**

---

**Fauzan Harifqi**

**ABSTRACT**

*With the current condition of COVID-19, several new regulations have been implemented to prevent the virus's transmission, and one of those is PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). This PPKM regulation is detrimental to several industry sectors, including tourism, and travel agents have struggled significantly because of the restriction on people traveling. Traveloka is one of the most popular ticket booking platforms among Indonesians; various strategies are being implemented by Traveloka in order to survive the pandemic. "Safe Travel Page" by Traveloka is content in its application that specifically provides marketing content that contains information about the regulations for traveling during the PPKM period to increase consumer interest in traveling. The focus of this research is to examine the safe travel page content on the Traveloka mobile apps in creating customer engagement using Dave Evans and Joe's theory of customer engagement stages. The research method utilizes qualitative methods such as source interviews, observation, and triangulation of data sources using triangulators. According to the research findings, the Safe Travel Page content on the Traveloka mobile apps is quite successful in terms of creating customer engagement, despite the fact that mobile apps are generally used to search for promotions and transactions.*

*Keywords: Content Analytics, Content Marketing, Mobile apps, Customer Engagement, COVID-19, Traveloka*



## Daftar Isi

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xi</b>
<b>1 BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
<b>2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya .....	12
<b>Judul:.....</b>	<b>17</b>
2.1.1    Persamaan dengan Tinjauan Pustaka Sebelumnya .....	23
2.1.2    Perbedaan dengan Tinjauan Pustaka Sebelumnya .....	23
2.2 Kajian Teori .....	23
2.2.1    Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2    Digital Marketing.....	27
2.2.3 <i>Mobile apps</i> .....	29
2.2.4    Konten Pemasaran.....	30
2.2.5 <i>Customer Engagement</i> .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
<b>3 BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>

3.1 Metode Penelitian .....	36
3.2 Objek Penelitian.....	37
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1    Sumber Data.....	38
3.3.2    Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	42
3.7 Keterbatasan Penelitian.....	43
<b>4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.1.1    Profil Traveloka .....	44
4.1.2    Makna Logo Traveloka.....	45
4.1.3    Visi dan Misi Traveloka.....	46
4.1.4    Aplikasi Traveloka.....	47
4.2    Subjek Penelitian .....	51
4.3    Hasil Penelitian .....	54
4.4    Pembahasan.....	79
4.4.1    Safe Travel Page sebagai Konten Pemasaran dalam Menciptakan <i>Customer Engagement</i> .....	79
<b>5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1    Kesimpulan .....	88
5.2    Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>6 LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>
Transkrip <i>In-depth-interview</i> Narasumber 1 .....	97
Transkrip <i>In-depth-interview</i> Narasumber 2.....	100
Transkrip <i>In-depth-interview</i> Narasumber 3 .....	103
Transkrip <i>In-depth-interview</i> Triangulator .....	107

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Tampilan Landing Page <i>Mobile apps</i> Traveloka .....	4
Gambar 1.2 Beberapa Konten pada <i>Mobile apps</i> Traveloka .....	6
Gambar 1.3 Konten "Safe Travel Page" pada <i>Mobile apps</i> Traveloka.....	9
Gambar 3.1 <i>Mobile apps</i> Traveloka.....	37
Gambar 4.1 Logo Traveloka .....	45
Gambar 4.2 Tampilan Aplikasi Traveloka.....	47
Gambar 4.3 Tampilan Konten Safe Travel Page .....	50
Gambar 4.4 Hafid Ahmad Royan, Brand Strategist.....	51
Gambar 4.5 Aprilina Mora Ardani, Business Development Manager.....	52
Gambar 4.6 Taufik Hidayat, ASN .....	53
Gambar 4.7 Shona Firdaus, Digital Marketing Executive .....	54
Gambar 4.8 Tampilan Konten Safe Travel Page .....	57
Gambar 4.9 Tampilan Safe Travel Page berdasarkan Kota .....	58
Gambar 4.10 Tampilan Share Button .....	60
Gambar 4.11 Tampilan Konten Safe Travel Page .....	62
Gambar 4.12 Tampilan Tanggal Pembaruan pada Konten Safe Travel Page.....	64

**Daftar Tabel**

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	22
Tabel 3.1Operasionalisasi Konsep.....	41