



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PROSES PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN BRAND ENGAGEMENT DI WYNDHAM CASABLANCA JAKARTA



RICA WELMINCE MANAO

NIM: 2305311009

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan D3 Politeknik Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA-3 ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Rica Welmince Manao
NIM : 230531009
Program Studi : Diploma-3 Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Instagram Untuk
Membangun Brand Engagement Di
Wyndham Casablanca Jakarta

Depok, 7 Mei 2026

Kepala Program Studi

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Risya Zahrotul Firdaus, M.Si.

NIP. 198609082020122006

Fachri Aditya, M.M.

NIP. 199102062022031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.

NIP. 198007112015041001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA-3 ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rica Welmince Manao
NIM : 2305311009
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Instagram Untuk
Membangun Brand Engagement Di
Wyndham Casablanca Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program studi Diploma-3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Kamis,
Tanggal : 16 Juli
Waktu : 14:15 – 15:15 WIB

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Fachri Aditya, M.M.
NIP : 199102062022031005 (.....)
Penguji 1 : Restu Jati Saputro, S.Si, M.Sc
NIP : 198801142019031005 (.....)
Penguji 2 : Taufik Akbar, M.SM
NIP : 198409132018031001 (.....)

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Proses Pembuatan Konten Instagram untuk Membangun Brand Engagement di Wyndham Casablanca Jakarta”** dengan baik dan tepat waktu.

Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-3 (D-III) Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, arahan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Risya Zahrotul Firdaus, M.Si., selaku Kepala Program Studi D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Fachri Aditya, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, serta saran kepada Penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi D-III Administrasi Bisnis, atas ilmu, wawasan, dan pengalaman yang diberikan selama masa perkuliahan.
6. Pihak Wyndham Casablanca Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk memperoleh pengalaman dan informasi yang mendukung penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibu Rihamanis Manao dan Bapak Fransiskus Manao, atas cinta dan kasih sayang yang tulus, doa yang tidak pernah putus, pengorbanan, kesabaran, serta dukungan moral maupun material yang senantiasa diberikan kepada Penulis. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan kekuatan dalam setiap langkah Penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Kakak-kakak tercinta, Selvia Ovianis Manao, Hengki Candra Manao, dan Jevon Victor Manao, yang senantiasa memberikan doa, perhatian, dukungan, motivasi, serta semangat kepada Penulis. Terima kasih atas segala bentuk dukungan yang telah diberikan sehingga Penulis dapat melalui setiap proses penyusunan Tugas Akhir dengan baik hingga akhirnya dapat diselesaikan.
9. Kepada Athaillah Rizky, yang telah menjadi support system bagi Penulis sejak masa mahasiswa baru hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini. Terima kasih atas doa, dukungan, motivasi, semangat, serta kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dan hubungan yang telah terjalin senantiasa tetap terjaga dengan baik.
10. Kepada teman-teman AB 6A, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan pengalaman yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 20 Juli 2026

Rica Welmince Manao



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penulisan	2
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Digital Marketing.....	6
2.1.3 Fungsi Pemasaran Digital	7
2.2 Konten Marketing.....	8
2.2.1 Pengertian Content Marketing.....	8
2.2.2 Jenis-Jenis Konten Digital	9
2.2.3 Tahapan Proses Pembuatan Konten.....	10
2.3 Brand Engagement	12
2.3.1 Pengertian Brand Engagement.....	12
2.3.2 Perhitungan Brand Engagement	13
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	14
3.1 Sejarah Perusahaan.....	14
3.1.1 Lokasi Perusahaan.....	15
3.2 Visi, Misi dan Budaya Perusahaan	15
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	17



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4 Produk atau Jasa yang Ditawarkan	19
BAB IV PEMBAHASAN.....	21
4.1 Proses Pembuatan Konten Instagram di Wyndham Casablanca Jakarta dalam Membangun Brand Engagement	21
4.2 Tingkat Brand Engagement pada akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta Berdasarkan Data Engagement yang Diperoleh	34
4.3 Kendala dan Solusi Dalam Proses Pembuatan Konten Instagram untuk Membangun Brand Engagement di Wyndham Casablanca Jakarta.....	36
BAB V PENUTUP.....	39
5.1 Kesimpulan.....	39
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Hotel Wyndham Casablanca Jakarta.....	14
Gambar 3. 2 Lokasi Wyndham Casablanca Jakarta.....	15
Gambar 3. 3 Struktur Organisasi	17
Gambar 4. 1 Akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta.....	22
Gambar 4. 2 Flowchart.....	23
Gambar 4. 3 Kalender Content Plan.....	24
Gambar 4. 4 Pemilihan Konsep	26
Gambar 4. 5 Dokumentasi Akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta dan Pengambilan Gambar	27
Gambar 4. 6 Proses Editing Konten Instagram Wyndham Casablanca Jakarta.....	28
Gambar 4. 7 Proses Publikasi Konten Instagram.....	32
Gambar 4. 8 Data Engagement Akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta ..	34
Gambar 4. 9 Instagram Insight Wyndham Casablanca Jakarta.....	36

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Observasi.....	43
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	45
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	47
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	48
Lampiran 5 Hasil Uji Turnitin.....	49





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan dalam strategi pemasaran perusahaan, termasuk pada industri perhotelan. Media sosial kini menjadi salah satu sarana komunikasi pemasaran dalam membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen. Dalam industri perhotelan, persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu menciptakan strategi pemasaran yang inovatif dan menarik agar dapat mempertahankan citra serta meningkatkan keterlibatan pelanggan terhadap merek.

Sebagai hotel berbintang lima, Wyndham Casablanca Jakarta dituntut untuk selalu menjaga kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta komunikasi yang baik dengan pelanggan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media digital marketing. Instagram dipilih karena memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi secara visual melalui foto dan video yang menarik, sehingga dapat membantu hotel dalam memperkenalkan fasilitas, pelayanan, promosi, maupun aktivitas hotel kepada masyarakat secara luas.

Dalam pelaksanaan digital marketing, proses pembuatan konten memiliki peran yang penting dalam membangun brand engagement. Menurut Giantarari, (2025:8) *Brand Engagement* strategi perusahaan untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen melalui penglibatan merek dikenal sebagai *brand engagement*. Media sosial merek sering menggunakan informasi dan kampanye terkait penjualan untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Komunikasi langsung terkait penjualan sangat efektif di Instagram, terutama untuk wanita karena mereka lebih rentan terhadap daya bujuk. Komunikasi langsung dalam konteks penjualan mengacu pada interaksi yang lebih langsung dan personal antara penjual atau merek dengan pelanggan.

Akun media sosial sering menggunakan berbagai informasi dan kampanye terkait penjualan untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penjualan. Konten yang dibuat secara kreatif, informatif, dan konsisten dapat meningkatkan perhatian audiens serta memperkuat citra hotel di mata masyarakat.

Proses pembuatan konten pada hotel berbintang lima tidak hanya berfokus pada aspek promosi, tetapi juga harus mampu mencerminkan identitas, kualitas, dan nilai eksklusivitas yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan konten yang matang, mulai dari penentuan konsep, pengambilan foto dan video, proses editing, penyusunan caption, hingga publikasi konten di media sosial. Selain itu, konten yang dipublikasikan juga harus mengikuti perkembangan tren digital dan kebutuhan audiens agar dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Proses Pembuatan Konten untuk Membangun Brand Engagement di Wyndham Casablanca Jakarta”** sebagai topik Tugas Akhir. Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana proses pembuatan konten dilakukan sebagai bagian dari strategi digital marketing dalam membangun dan meningkatkan brand engagement pada hotel berbintang lima.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses pembuatan konten Instagram di Wyndham Casablanca Jakarta dalam membangun brand engagement?
- b. Bagaimana tingkat brand engagement pada akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta berdasarkan data engagement yang diperoleh?
- c. Apa saja kendala dan solusi dalam proses pembuatan konten Instagram untuk membangun brand engagement di Wyndham Casablanca Jakarta?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjelaskan proses pembuatan konten Instagram yang dilakukan oleh tim Marketing Communication di Wyndham Casablanca Jakarta.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Menjelaskan hasil brand engagement yang diperoleh dari konten Instagram Wyndham Casablanca Jakarta berdasarkan data engagement Instagram.
- d. Menjelaskan kendala dan solusi yang dilakukan dalam proses pembuatan konten Instagram untuk membangun brand engagement di Wyndham Casablanca Jakarta.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

a. Bagi Penulis

Penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman Penulis mengenai proses pembuatan konten Instagram serta penerapan digital marketing dalam membangun brand engagement pada industri perhotelan.

b. Bagi Perusahaan

Penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi Wyndham Casablanca Jakarta dalam meningkatkan kualitas proses pembuatan konten Instagram untuk membangun brand engagement yang lebih baik.

c. Bagi Politeknik Negeri Jakarta

Penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi bagi mahasiswa, khususnya Program Studi D-3 Administrasi Bisnis, mengenai penerapan *digital marketing dan content creation* dalam industri perhotelan.

d. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang administrasi bisnis, pemasaran digital, dan komunikasi pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan proses pembuatan konten media sosial dan upaya membangun *brand engagement* pada industri perhotelan maupun sektor jasa lainnya.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Metode Pengumpulan Data

Tahap yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang relevan untuk tujuan penelitian dikenal sebagai metode pengumpulan data. Dalam upaya meningkatkan keterlibatan merek di Wyndham Casablanca Jakarta, data yang dikumpulkan digunakan sebagai dasar untuk melakukan analisis proses pembuatan konten Instagram. Penelitian ini menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat, lengkap, dan sesuai dengan situasi yang terjadi di lapangan. Diharapkan bahwa informasi yang dikumpulkan akan memberikan gambaran yang menyeluruh tentang proses pembuatan konten Instagram di Wyndham Casablanca Jakarta.

a. Wawancara

Menurut Wijoyo (2022:5), wawancara adalah dua orang berkumpul untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab. Dengan demikian, temuan wawancara dapat diolah dan dibuat tentang topik tertentu. Wawancara dapat dilakukan pada tahap awal penelitian atau dilanjutkan dengan wawancara lebih lanjut untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Narasumber untuk penyusunan tugas akhir ini adalah Ibu Sarah Aulia, yang bekerja sebagai *Marketing Communication* di Wyndham Casablanca Jakarta. Tujuan wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data tentang proses pembuatan konten di akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta, tingkat keterlibatan merek berdasarkan data yang dikumpulkan dari akun tersebut dan masalah dan solusi yang dihadapi dalam upaya untuk membangun dan meningkatkan keterlibatan merek melalui akun Instagram tersebut. Terdapat pada lampiran 2.

b. Observasi

Menurut Waluyo (2016:36), laporan observasi merupakan suatu laporan yang ditulis melalui menganalisis dan mengadakan pencatatan sistematis dengan melihat atau mengamati secara langsung objek penelitian. Ini karena metode pengumpulan data observasi di mana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat apa yang mereka lakukan. Dengan melakukan observasi, kita dapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memastikan bahwa persepsi kita didasarkan pada fakta yang ada. Pedoman Observasi terdapat pada lampiran 1.

Untuk penyusunan tugas akhir ini, observasi dilakukan di bagian marketing communication di Wyndham Casablanca Jakarta. Tujuan observasi adalah untuk mengumpulkan informasi dan data tentang berbagai fase pembuatan konten di Instagram, mulai dari perencanaan konten, pengambilan gambar dan video, editing, penyusunan caption, dan publikasi konten. Selain itu, observasi juga dilakukan untuk melihat langsung bagaimana akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta beroperasi.

c. Dokumentasi

Menurut Hasan (2022:24) Dokumentasi Merupakan Jenis tindakan atau proses sistematis yang mencakup pencarian, penggunaan, penyelidikan, penghimpunan, dan penyediaan dokumen dalam upaya mendapatkan pengetahuan, keterangan, dan bukti yang dapat digunakan sebagai sumber informasi. Data penelitian yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dilengkapi dengan teknik dokumentasi, yang membuatnya lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Di Wyndham Casablanca Jakarta, dokumentasi proses pembuatan konten Instagram, foto kegiatan, unggahan konten di akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta, dan tangkapan layar data *engagement* Instagram dikumpulkan. Dokumentasi ini digunakan sebagai bukti untuk menganalisis proses pembuatan konten Instagram dan tingkat *engagement* merek di Wyndham Casablanca Jakarta.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pembuatan konten Instagram untuk meningkatkan keterlibatan merek di Wyndham Casablanca Jakarta menggunakan data Instagram Insight, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kesimpulannya adalah sebagai berikut.

- a. Tim *Marketing Communication* di Wyndham Casablanca Jakarta menjalankan proses pembuatan konten Instagram secara sistematis. Proses ini termasuk menentukan konsep konten, membuat rencana konten, mengambil foto dan video, menyuntingnya dengan aplikasi CapCut, mendapatkan persetujuan, dan kemudian menerbitkan konten melalui fitur Feed, Stories, dan Reels Instagram. Setiap langkah berhubungan satu sama lain untuk membuat konten yang mencerminkan identitas merek perusahaan. Tahap persetujuan juga berfungsi sebagai pengendalian kualitas untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan memenuhi standar perusahaan dalam hal visual, informasi, dan tujuan komunikasi.
- b. Hasil *brand engagement* yang diperoleh adanya keterlibatan audiens dengan konten yang diposting di akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta ditunjukkan oleh hasil *brand engagement*. Akun Instagram Wyndham Casablanca Jakarta memperoleh 20.100 reach, 26.700 content interactions, dan 129.318 views, sebagian besar dari jangkauan organik, menurut data Instagram Insight selama periode penelitian. Data menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan mampu menjangkau audiens yang luas dan mendorong berbagai interaksi, seperti memberikan tanda suka (likes), komentar, dan keterlibatan lainnya. Hasil menunjukkan bahwa Instagram dapat digunakan dengan baik sebagai alat pemasaran untuk membangun hubungan dengan audiens melalui konten yang informatif, menarik, dan relevan.
- c. Dalam pembuatan konten Instagram, ada banyak masalah. Ini termasuk perubahan cepat dalam informasi promosi dan aktivitas hotel, batas waktu



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang terbatas, kesulitan menemukan ide konten yang sesuai dengan identitas merek, dan faktor-faktor seperti pencahayaan, iklim, dan lokasi saat mengambil foto dan video. Untuk mengatasi masalah ini, Tim *Marketing Communication* bekerja sama dengan lebih baik, membuat perencanaan konten yang lebih baik, mencari referensi dari berbagai sumber, dan melakukan evaluasi performa setiap unggahan melalui Instagram Insight. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk memperbaiki kualitas konten dan membuat strategi konten berikutnya untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas konten saat ini.

5.2 Saran

Dalam penelitian proses pembuatan konten Instagram untuk membangun "*engagement brand*" di Wyndham Casablanca Jakarta, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan dalam mengembangkan strategi pengelolaan konten Instagram serta meningkatkan efektivitas *marketing communication*.

- a. Wyndham Casablanca Jakarta harus membuat pedoman operasi standar (SOP) khusus untuk proses pembuatan konten Instagram. SOP dimaksudkan untuk memberikan standar yang jelas untuk setiap tahap proses, mulai dari perencanaan, produksi, penyuntingan, persetujuan, dan publikasi konten, sehingga proses kerja menjadi lebih efisien dan konsisten.
- b. Wyndham Casablanca Jakarta harus membuat kalender konten bulanan atau triwulanan. Perencanaan yang lebih terstruktur dapat membantu tim mengatur jadwal publikasi, mengurangi risiko keterlambatan, dan mengantisipasi perubahan mendadak dalam karier atau promosi.
- c. Wyndham Casablanca Jakarta di sarankan untuk melakukan analisis karakteristik dan preferensi audiens secara berkala agar konten yang dipublikasikan lebih menarik secara visual dan lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat target audiens. Dengan demikian, strategi konten yang diterapkan dapat lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan merek.



DAFTAR PUSTAKA

- ANALISIS KESALAHAN PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM LAPORAN HASIL OBSERVASI PADA SISWA SMP Ayudia, Edi Suryanto, dan Budhi Waluyo FKIP Universitas Sebelas Maret. (2016). 4(April), 34–49.*
- Giantarari, G. A. K. (2025). *Strategi Brand Engagement melalui Social Media Marekting* (M. A. Wardana). CV. Intelektual Manifes Media. [https://books.google.co.id/books?id=k-ICEQAAQBAJ&lpg=PA1&ots=RyhX9eDMvT&dq=brand engagement adalah&lr&pg=PP5#v=onepage&q=brand engagement adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=k-ICEQAAQBAJ&lpg=PA1&ots=RyhX9eDMvT&dq=brand+engagement+adalah&lr&pg=PP5#v=onepage&q=brand+engagement+adalah&f=false)
- Hasan, H., Informasi, S., Vidio, D., & Pendahuluan, I. (2022). *Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri. 2(1), 23–29.*
- Hasan, S., & Suhud, A. (2024). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia Pelatihan Brand Engagement Media Sosial untuk Rumbio Jaya Steel di Desa Teratak Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia. 2(2), 131–139.*
- Hendri Wijoyo. (2022). *Analisis Teknik Wawancara dan Pengertian Wawancara. 1–10.*
- Karim, A., & Purba, E. (2022). *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Masyarakat Tanjung Medan. 1(3), 85–88.*
- Maretta, E. D., Zahrina, F., Azizah, I. N., Javier, L. B., Pramudja, M. R., & Hasna, N. S. (2022). *Pengaruh jenis konten dalam menarik pelanggan. 229.*
- Mhd. Ramadhan, S.E, M. S. (2025). *Manajemen Pemasaran Era Digital .* Mohamad Gita Indrawan. CV. Gita Lenetera. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Era_Digital/OtuXEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Pengertian Brand Engagement&pg=PP3&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Era_Digital/OtuXEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Pengertian+Brand+Engagement&pg=PP3&printsec=frontcover)
- Nyoman Dwika Ayu Amrita, I Kadek Sara Mandiyasa, Tjokorda Gde Agung Wijaya Kesuma Suryawan, Made Mulia Handayani, M. A. N. (2024). *Digital Marketing : Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing* (I. K. S. Efitra PT. Green Pustaka Indonesia. [https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_Teori_Implementasi_dan/D14FEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian konten marketing&pg=PA111&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Digital_Marketing_Teori_Implementasi_dan/D14FEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=pengertian+konten+marketing&pg=PA111&printsec=frontcover)

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sari, D., Ridho, A., Jagat, L., Sitompul, N., Sambas, P. N., & Sambas, K. (2025). *PROSES PEMBUATAN KONTEN VIDEO YOUTUBE “ PESONA TANPA BAYANGAN KULMINASI 2025 ” DISKOMINFO KOTA PONTIANAK MENGGUNAKAN ADOBE PREMIERE PRO PROSES PEMBUATAN KONTEN VIDEO YOUTUBE “ PESONA TANPA BAYANGAN KULMINASI 2025 ” DISKOMINFO KOTA PONTIANAK MENGGUNAKAN AD. 3(11).*

Setianingsih, R. E. M. Y. M. C. U. R. A. S. H. G. Y. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN KONTEMPORER (KONSEP DASAR, TEORI DAN STRATEGI).* widina Media Utama.
https://books.google.co.id/books?id=ppRIEQAAQBAJ&pg=PA177&dq=fun+gsi+pemasaran+digital&hl=en&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwio0cLy7YyVAxW5zDgGHfssLXUQ6AF6BAgPEAM



LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Observasi

LEMBAR OBSERVASI

Proses Pembuatan Konten untuk Membangun Brand Engagement di Instagram Wyndham Casablanca Jakarta

No	Aspek yang Diamati	Ya	Tidak	Keterangan
A. Perencanaan Konten				
1	Terdapat penyusunan content plan sebelum pembuatan konten	✓		Content plan disusun oleh Tim Marketing Communication sebagai acuan publikasi konten.
2	Penentuan tema konten disesuaikan dengan kebutuhan promosi hotel	✓		Tema konten menyesuaikan promo, event, dan aktivitas hotel.
3	Penjadwalan unggahan dilakukan sebelum proses produksi		✓	Penjadwalan unggahan tidak ditetapkan sebelum proses produksi. Waktu publikasi ditentukan setelah konten selesai diproduksi dan memperoleh persetujuan dari pihak terkait.
B. Produksi Konten				
4	Proses pengambilan foto dilakukan sesuai konsep yang telah ditentukan	✓		Pengambilan gambar dilakukan di area hotel sesuai kebutuhan promosi.
5	Proses pengambilan video dilakukan untuk kebutuhan konten Instagram	✓		Video dibuat dalam format Reels maupun Stories.
6	Tim melakukan koordinasi selama proses produksi konten	✓		Koordinasi dilakukan antara Tim Marcom dan unit terkait.
C. Penyuntingan (Editing) Konten				
7	Foto dan video diedit sebelum dipublikasikan	✓		Editing dilakukan menggunakan aplikasi CapCut.
8	Penambahan teks, logo, musik, atau transisi dilakukan pada proses editing	✓		Bertujuan meningkatkan kualitas visual konten.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9	Hasil editing diperiksa kembali sebelum dipublikasikan	✓		Dilakukan pengecekan agar sesuai dengan standar visual hotel.
D. Persetujuan Konten				
10	Konten memperoleh persetujuan dari pihak yang berwenang sebelum dipublikasikan	✓		Konten direview oleh Marketing Communication Manager sebelum diunggah.
11	Revisi dilakukan apabila terdapat masukan dari pihak reviewer	✓		Revisi dilakukan agar isi dan visual sesuai dengan identitas merek hotel.
E. Publikasi Konten				
12	Konten dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Wyndham Casablanca Jakarta	✓		Konten dipublikasikan melalui akun Instagram resmi setelah memperoleh persetujuan dari pihak yang berwenang.
13	Caption dan hashtag disesuaikan dengan tujuan promosi	✓		Caption dibuat informatif dan menggunakan hashtag yang relevan.
F. Evaluasi Brand Engagement				
14	Performa konten dipantau melalui Instagram Insights	✓		Meliputi reach, likes, comments, shares, saves, dan engagement.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Identitas Narasumber

Nama : Sarah Aulia

Divisi : Marketing Communication

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 18 Mei 2026

Tujuan Wawancara

Pedoman wawancara ini disusun untuk memperoleh informasi mengenai proses pembuatan konten Instagram dalam membangun *brand engagement* di Wyndham Casablanca Jakarta.

No.	Aspek yang Digali	Indikator	Pertanyaan
1	Proses Pembuatan Konten	Tahapan proses pembuatan konten	Bagaimana proses pembuatan konten Instagram di Wyndham Casablanca Jakarta?
2	Proses Pembuatan Konten	Pihak yang terlibat	Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan konten Instagram?
3	Proses Pembuatan Konten	Perencanaan konten (content planning)	Apakah terdapat perencanaan konten sebelum proses produksi?
4	Kendala Proses Pembuatan Konten	Kendala umum	Apa saja kendala yang sering dihadapi dalam proses pembuatan konten Instagram?
5	Kendala Proses Pembuatan Konten	Ide dan konsep konten	Apakah pernah mengalami kesulitan dalam mencari ide atau konsep konten?
6	Kendala Proses Pembuatan Konten	Waktu, sumber daya, dan koordinasi	Bagaimana kendala terkait waktu, sumber daya, atau koordinasi tim memengaruhi proses pembuatan konten?
7	Kendala Proses Pembuatan Konten	Pengambilan foto dan video	Apakah terdapat kendala saat proses pengambilan foto atau video?
8	Brand Engagement	Evaluasi performa konten	Bagaimana jika engagement suatu konten tidak sesuai dengan yang diharapkan?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9	Solusi	Penyelesaian kendala	Solusi apa yang biasanya dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut?
10	Brand Engagement	Peningkatan kualitas konten	Bagaimana cara tim meningkatkan kualitas konten agar engagement tetap tinggi?
11	Brand Engagement	Strategi membangun brand engagement	Apa upaya yang dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan brand engagement melalui Instagram?





TRANSKRIP WAWANCARA
TIM MARKETING COMMUNICATION
WYNDHAM CASABLANCA JAKARTA

Hari/Tanggal Wawancara : Senin, 18 Mei 2026

Nama Narasumber : Sarah Aulia

No	Pertanyaan	Narasumber
Perkenalan	Bisa diperkenalkan nama dan jabatan Anda di Wyndham Casablanca Jakarta?	Perkenalkan, nama saya Sarah Aulia. Saya dari tim Marketing Communication Wyndham Casablanca Jakarta.
1	Bagaimana proses pembuatan konten Instagram di Wyndham Casablanca Jakarta?	Prosesnya dimulai dari penyusunan ide konten berdasarkan kebutuhan promosi, event, maupun aktivitas hotel. Setelah konsep disepakati, dilakukan pengambilan foto atau video, kemudian masuk ke tahap editing. Setelah selesai, konten diajukan untuk mendapatkan persetujuan (approval). Jika sudah disetujui, konten langsung dipublikasikan melalui akun Instagram resmi Wyndham Casablanca Jakarta.
2	Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan konten?	Proses pembuatan konten melibatkan tim Marketing Communication. Setiap anggota memiliki peran masing-masing, mulai dari penyusunan ide, produksi konten, editing, hingga proses approval sebelum dipublikasikan.
3	Apakah terdapat perencanaan konten sebelum proses produksi?	Ya. Tim menyusun content plan sebagai acuan pembuatan konten. Perencanaan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan promosi hotel, event, campaign, maupun informasi yang ingin disampaikan kepada audiens.
4	Apa saja kendala yang sering dihadapi dalam proses pembuatan konten Instagram?	Kendala yang sering dihadapi biasanya berkaitan dengan perubahan jadwal kegiatan hotel atau informasi promosi yang bersifat mendadak. Akibatnya, konten yang telah direncanakan perlu disesuaikan kembali.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5	Apakah pernah mengalami kesulitan dalam mencari ide atau konsep konten?	Pernah. Terutama ketika harus membuat banyak konten dalam waktu yang berdekatan. Biasanya kami mencari referensi dari akun hotel lain maupun tren yang sedang berkembang di Instagram.
6	Bagaimana kendala terkait waktu, sumber daya, atau koordinasi tim memengaruhi proses pembuatan konten?	Karena setiap anggota tim memiliki tugas lain selain membuat konten, pengaturan waktu dan koordinasi menjadi sangat penting agar seluruh proses dapat berjalan dengan baik.
7	Apakah terdapat kendala saat proses pengambilan foto atau video?	Ada. Misalnya lokasi sedang ramai oleh tamu atau sedang digunakan untuk acara tertentu. Selain itu, pencahayaan dan kondisi cuaca juga dapat memengaruhi hasil pengambilan gambar.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Bagaimana jika engagement suatu konten tidak sesuai dengan yang diharapkan?	Kami melakukan evaluasi melalui Instagram Insight untuk melihat performa konten. Dari hasil tersebut, kami menganalisis visual, caption, waktu unggahan, maupun jenis konten agar dapat diperbaiki pada publikasi berikutnya.
9	Solusi apa yang biasanya dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut?	Kami melakukan diskusi dalam tim, mencari referensi tambahan, menyusun perencanaan yang lebih matang, dan menyiapkan alternatif konten apabila terjadi perubahan secara mendadak.
10	Bagaimana cara tim meningkatkan kualitas konten agar engagement tetap tinggi?	Kami berupaya membuat konten yang menarik dan relevan dengan target audiens, memperhatikan kualitas foto dan video, membuat caption yang informatif, serta memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels dan Stories.
11	Apa upaya yang dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan brand engagement melalui Instagram?	Kami rutin mengunggah konten, aktif berinteraksi dengan pengikut melalui komentar maupun pesan, serta mengevaluasi performa konten menggunakan Instagram Insight sebagai dasar penyusunan strategi konten berikutnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



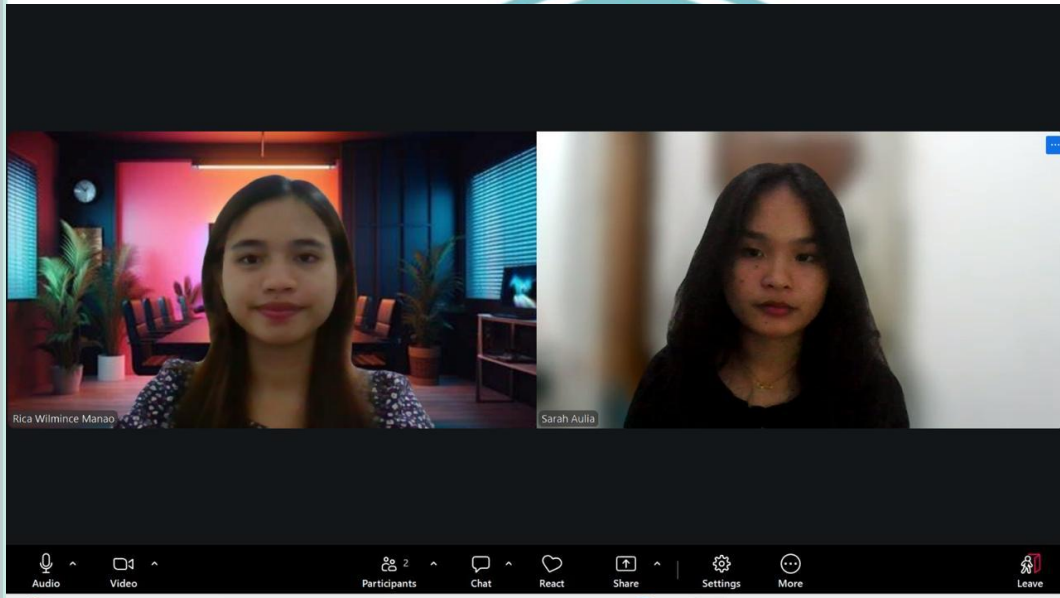
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara

Wawancara dengan narasumber dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi Zoom Meeting sesuai dengan waktu yang telah disepakati oleh peneliti dan narasumber.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Hasil Uji Turnitin

✓ iThenticate Page 1 of 51 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:146239557

AB6A_Rca Welmince Manao.pdf

Politeknik Negeri Jakarta

Document Details

Submission ID
trn:oid::3618:146239557

Submission Date
Jul 23, 2026, 9:07 AM GMT+7

Download Date
Jul 23, 2026, 9:29 AM GMT+7

File Name
AB6A_Rca Welmince Manao.pdf

File Size
1.6 MB

44 Pages

8,889 Words

59,657 Characters

✓ iThenticate Page 1 of 51 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:146239557



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Page 2 of 51 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:146239557

16% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

- 15% Internet sources
- 3% Publications
- 1% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Page 2 of 51 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:146239557