

INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk membahas pedoman yang diterapkan pada Instagram korporasi PT. Angkasa Pura II untuk menarik minat generasi milenial. PT Angkasa Pura II merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa kebandarudaraan dan pelayanan jasa terkait bandar udara di wilayah Indonesia bagian barat. Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan menjadi partisipan langsung melalui program magang dari 2 Januari hingga 30 April 2019 di kantor Airport Service Division, PT. Angkasa Pura II Bandara Soekarno-Hatta, melakukan wawancara dengan beberapa staf dan kepala sub-divisi Airport Service Division, dan membaca beberapa buku dan artikel dari internet sebagai studi pustaka. Data yang didapatkan dikelompokkan sesuai objektif dan disajikan secara detail dalam deskripsi menggunakan Bahasa Inggris dengan dukungan grafik dan tabel. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, contoh pedoman yang telah dilakukan oleh Airport Service Division pada akun Instagram Angkasa Pura II adalah peletakan icon, peraturan caption, template warna setiap kategori konten, peraturan konten video, dll. Pedoman yang telah dilakukan Airport Service Division bertujuan untuk memberikan informasi seputar bandara yang berupa campaign agar menarik. Strategi ini terbukti telah menarik generasi millennial karena followers terbanyak di Instagram Angkasa Pura II adalah generasi milenial.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Angkasa Pura II, Generasi Millennial.

ABSTRACT

This graduating paper aims to discuss the guidelines applied on the corporate Instagram of PT. Angkasa Pura II to attract the Millennial generation. PT Angkasa Pura II is one of the State-Owned Enterprises engaged in airport services and airport-related services in the western part of Indonesia. The method of data collection that the writer is becoming a participant directly through the internship program from 2 January to 30 April 2019 at the Airport Service Division office, PT. Angkasa Pura II Soekarno-Hatta Airport conducted interviews with several staff and heads of the Airport Service Division sub-division and read several books and articles from the internet as literature studies. The data obtained, are grouped according to objectives and presented in detail in the description using English with the support of figures and tables. Based on the observations by the writer, the examples of guidelines that have been carried out by Airport Service Division of Angkasa Pura II Instagram account are icons regulations, caption regulations, color templates for each content category, and video content regulations. The guidelines that have been done by the Airport Service Division aim to provide information about the airport. This strategy is proven to have attracted millennials because Angkasa Pura II's most Instagram followers are millennial.

Keywords: Instagram, Social Media, Angkasa Pura II, Millennial Generation.