

Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis kinerja akun Instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk dan jasa dari CV. Grup Nara Wisata. Ada beberapa metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibagi berdasarkan situasi. Dua metode pertama digunakan sebelum maraknya COVID-19 di Indonesia, yaitu observasi lapangan dan keterlibatan serta observasi deskripsi pekerjaan selama magang. Dua metode selanjutnya adalah wawancara tidak langsung dan studi perpustakaan online yang digunakan setelah maraknya COVID-19. Hasil observasi yang diperoleh oleh penulis adalah informasi tentang CV. Nara Wisata Group, serta sistem manajemen akun Instagram. Kinerja akun Instagram CV. Nara Wisata Group yaitu @liburan.dijogja dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu: jenis konten yang diunggah dalam akun, interaksi unggahan, dan konsistensi pengunggahan konten. Efek menggunakan Instagram untuk mempromosikan CV. Nara Wisata Group adalah memiliki potensi besar untuk mendapatkan lebih banyak konsumen karena target audiens yang lebih luas berkat konten yang dapat menarik perhatian pengguna Instagram, terutama mereka yang belum mengikuti akun @ liburan.dijogja. Namun, minat ini tidak cukup untuk mendorong pengguna Instagram untuk membeli produk dan jasa CV. Nara Wisata Group. Ada empat tantangan yang dihadapi dalam menggunakan Instagram untuk mempromosikan CV. Nara Wisata Group, yaitu manajemen konten, algoritma Instagram dinamis, persaingan dengan agen perjalanan lain serta situasi dan kondisi. Tantangan terberat adalah manajemen konten di mana manajer akun harus mengontrol jenis konten yang diunggah dan jadwal pengunggahan.

Kata kunci : promosi, media sosial, Instagram, kinerja, CV. Nara Wisata Group.

ABSTRACT

This final project aims to analyze the performance of Instagram accounts used to promote products and services from CV. Nara Wisata Group. There are several methods used to collect the data that divided based on the situation. The first two methods were used before the outbreak of COVID-19 in Indonesia., which are field observation and the involvement and job description observations during the internship. The next two methods are indirect interview and online library study that was used after the outbreak of COVID-19. The observation results obtained by the author are information about CV. Nara Wisata Group, along with the Instagram account management system. Instagram account performance of CV. Nara Wisata Group @liburan.dijogja is influenced by several aspects: the type of content uploaded in the account, the interaction of uploads, and the consistency of uploading the content. Effects of using Instagram to promote CV. Nara Wisata Group is having great potential to get more consumers because of a broader target audience thanks to the content that can attract Instagram users' attention, especially those who have not followed the @liburan.dijogja account. However, this interest is not enough to drive Instagram users to buy CV. Nara Wisata Group products and services. There are four challenges faced in using Instagram to promote CV. Nara Wisata Group, which are content management, dynamic Instagram algorithms, competition with other travel agencies, and the situation and condition. The hardest challenge is content management where the account manager must control the type of content uploaded and uploading schedule.

Keywords: promotion, social media, Instagram, performance, CV. Nara Wisata Group.