

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arafat, Wilson. 2006. *Behind A Powerful Image :Menggenggam Strategi dan Kunci-Kunci Sukses Menancapkan Image Perusahaan yang Kokoh*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Deddy Mulyana, M.A. (2010) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya
- Hafied Cangara, (2013) *perencanaan & Strategi komunikasi*. Jakarta: Rajagafindo Persada
- McQuail, (2012). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah Rulli, (2017). *Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbosa Rekatama
- Philip Kolter. 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, Prenhallindo, Jakarta
- Sugiana Danang, dkk. (2019) *Komunikasi Dalam Media Digital*, Yogyakarta: Buku litera.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Jurnal

- Agisnawati, A. (2021). *PENGARUH DISKON, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK PADA ONLINE SHOP (Studi Kasus Konsumen Online shop Shopee Di Kelurahan Kebon Bawang Jakarta Utara)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Cahyono Anang Sugeng, 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, Publiciana 9.1
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). *Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19*. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 47-54.
- Marbun, K. N. S., Wardaya, W., Sakdiyah, H., Pratama, M. T. Y., & Ismail, T. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Digital Branding Sebagai Strategi Pemasaran Produk Usaha Mikro*. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DAN INOVASI*, 2(2), 1461-1468.
- Mulyadi, A. I., & Zuhri, S. (2020). *Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi "MOENG KOPI" Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109-124.
- Novesal, A. D. (2020). *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Digital Produk Umroh pada PT. Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Purbohastuti, A. W. (2017) *Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Tirtayasa Ekonomika

Samsu, S (2021) *Metode penelitian (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, kuantitatif, Mixed Methods, serta reseach & Development)*



website

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

<https://www.merdeka.com/jabar/viral-pasutri-tipu-31-jemaah-umrah-dicegat-korban-di-bandara-lalu-diwawancarai.html>





Lampiran I: Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Del Piero
Npm : 193516516414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Diajukan untuk: Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 3 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

Lampiran II: Hasil Turnitin



Lampiran III: Surat Ketersediaan Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hearing) Fax: 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage: <http://www.unas.ac.id> E-mail: febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Ahmad Del Piero
Nomor Pokok : 193516516414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,




Dr. Erna Ermawati Choim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran IV : Lembar Konsultasi Bimbingan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
 S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
 P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febemas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516414
Nama : AHMAD DEL PIERO
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 October, 2022	penyusunan bab 1-3	Sudah Ditanggapi
15 October, 2022	assalamualaikum pak tyo, berikut untuk proposal skripsi saya yang sudah direvisi sesuai bimbingan terakhir dengan bapak, sudah berisikan bab 1 sampai 3 dan juga perubahan judul serta sudah di rapihkan pak, terimakasih pak	Sudah Ditanggapi
15 October, 2022	assalamualaikum pak tyo, berikut untuk proposal skripsi saya yang sudah direvisi ditambahkan daftar pustaka dari buku dan jurnal pak, terimakasih pak	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
26 November, 2022	assalamualaikum pak tyo, pada bimbingan skripsi kali ini saya memperbaiki permasalahan yang ada terletak pada akhir latar belakang, perbaikan kata atau kalimat yang salah dan juga daftar pustaka yang sudah rapi sesuai ketentuan, terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, pada bimbingan skripsi kali ini saya mengirimkan bab 1 yang sudah saya rapihkan terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, pada bimbingan saat ini, saya mengirimkan bab 1 sampai bab 2 terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, pada bimbingan saat ini, saya mengirimkan bab 1 sampai bab 3 terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, berikut saya lampirkan skripsi yang berisi dari bab 1-4 terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, berikut saya lampirkan hasil bimbingan dari bab 1 sampai bab 5	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, berikut saya lampirkan hasil bimbingan dari bab 1 sampai bab 5 yang sudah di rapihkan pak terimakasih pak	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	assalamualaikum pak tyo, berikut saya lampirkan revisi skripsi saya dari bab 1-5, terimakasih pak tyo	Sudah Ditanggapi



Lampiran V: Lembar Perbaikan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ahmad Del Piero
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516414
Jurusan : Jurnalistik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Branding Almira Travel Official di Media Sosial Instagram

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 Februari 2023

Ketua Sidang : Prof.Dr.Lijan Poltak Sinambela, M.M.

Penguji I : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Penguji II : Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Keterangan :

**) lembar ini dapat diminta di sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

**Lampiran VI : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci,
Muhammad Rafi Akbar**

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Muhammad Rafi Akbar (Manager Team Kreatif Almira

Travel

Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media
Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023

Waktu : 13.30 – 14.00 WIB

Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

SEJARAH ALMIRA TRAVEL?

1. Bagaimana sejarah Almira Travel
2. Bagaimana perkembangan Almira Travel?
3. Apa target yang di ingin dicapai untuk Almira Travel?

**SARANA DAN PRASARANA DALAM MEDIA SOSIAL ALMIRA
TRAVEL**

1. Bagaimana sarana dan prasarana yang dimiliki di Almira travel?
2. Apakah ada penyebab terkendalanya sarana dan prasarana?

PROSES PERENCANAAN

1. Apa yang harus di siapkan sebelum membuat konten dalam instagram Almira Travel dan bagaimana tahapan dalam perencanaan pembuatan konten sebagai media branding Almira Travel?

PROSES PENGORGANISASIAN

1. Siapa saja yang terlibat didalam media sosial instagram Almira Travel?
2. Bagaimana pembagian tugas dalam media sosial instagram Almira Travel?

PROSES PERGERAKAN

1. Bagaimana tahapan Dalam melakukan penerapan compnay branding, apakah almira merencanakan dan menyusun sendiri atau dari team manajemen?
2. Apa saja kriteria yang berlaku dalam tahap company branding tersebut?

PROSES PENGAWASAN

1. Apa saja yang dilakukan pada pengawasan dalam konten Almira travel di media sosial intagram?

PROSES BRANDING

1. Bagaimana strategi company branding yang diterapkan pada Almira Travel?
2. Apakah strategi branding yang dibangun oleh almira saat ini sebagai biro travel dan umroh sudah berhasil?
3. Siapa yang menjadi target audience pada media sosial instagram Almira Travel?
4. Bagaimana cara Almira Travel agar menarik perhatian audience di akun media sosial instagram?

KENDALA ATAU HAMBATAN DALAM MEMBUAT KONTEN ALMIRA TRAVEL DALAM COMPANY BRANDING

1. Apa kendala atau kesulitan company branding yang dilakukan almira travel?
2. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menghadapi masalah yang tidak diinginkan?

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Muhammad Rafi Akbar (Manager Team Creatif Almira Travel

Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram

Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023

Waktu : 13.30 – 14.00 WIB

Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

SEJARAH ALMIRA TRAVEL

1. Bagaimana sejarah Almira Travel?

Informan : untuk almira Travel berdiri pada tahun 2011 dengan kepemilikan lain, kemudian diambil alih sedikit demi sedikit pada tahun 2018 dan diambil alih penuh oleh isan fauzi rahman selaku owner hingga saat ini.

2. Bagaimana perkembangan Almira Travel?

Informan : Dalam perkembangannya, Almira travel dari awal dipegang oleh owner saat ini, mempunyai sistem baru dengan jumlah karyawan mencapai 40 orang

3. Apa target yang di ingin dicapai untuk Almira Travel?

Informan : Target yang ingin dicapai untuk kedepannya, semoga semakin besar dan luas dalam sisi perusahaan serta memperbanyak cabang di seluruh indonesia.

SARANA DAN PRASARANA DALAM MEDIA SOSIAL ALMIRA TRAVEL

1. Bagaimana sarana dan prasarana yang dimiliki di Almira travel?

Informan : Khusus dalam media sosial lebih mengutamakan website resmi dan pengelolaan seluruh media sosial yaitu instagram, tiktok dan juga youtube, Untuk alat multimedia (kamera, lighting, mikrofon)

2. Apakah ada penyebab terkendalanya sarana dan prasarana?

Informan : Kurangnya portofolio asli karena berada di Indonesia, penyebabnya yaitu kurang bisa manajemen di arab karena tidak setiap bulan tidak bisa mengirimkan team ke tanah suci.

PROSES PERENCANAAN

1. Apa yang harus di siapkan sebelum membuat konten dalam instagram Almira Travel dan bagaimana tahapan dalam perencanaan pembuatan konten sebagai media branding Almira Travel?

Informan : Melakukan analisa terlebih dulu terhadap apa yang ingin dibuat dan dari almira travel itu sendiri diantaranya, terkait pelayanan dalam beribadah core utama kenyamanan, keamanan dan keushuan dalam beribadah. Karena almira sudah mempunyai team yang terpercaya untuk customer.

PROSES PENGORGANISASIAN

1. Siapa saja yang terlibat didalam media sosial instagram Almira Travel?

Informan : Peran team content yaitu membuat planning konten dari A sampai Z yang dibantu oleh videografer dan editor untuk memenuhi kebutuhan ide dan konten dari Almira itu sendiri.

2. Bagaimana pembagian tugas dalam media sosial instagram Almira Travel?

Informan : Dalam pembagian di Almira travel saat ini dibagi menjadi 3 kelompok yaitu ada content creator yang membuat detail mulai dari perencanaan konten almira mau seperti apa melalui seluruh akses kebutuhan dari sosial proof berisikan edukasi serta motivasi, yang kedua

ada videografer yang mengambil beberapa footage dan juga ada desainer yang membuat seluruh kebutuhan lalu juga memvisualisasikan konten almira travel.

PROSES PERGERAKAN

1. Bagaimana tahapan Dalam melakukan penerapan company branding, apakah almira merencanakan dan menyusun sendiri atau dari team manajemen?

Informan : Menggunakan team sendiri karena almira travel sudah muncul dari awal sebelum owner saat ini, jadi nama Almira tidak di rebranding atau hanya di lanjutkan saja, kini yang kami keluarkan dari segi branding yaitu adalah warna dan identitas almira yaitu lebih ke arah identitas almira travel yang baru dan mulai dari warna seluruh kebutuhan jamaah kita rebranding kembali dan logo yang membuat Almira Travel kini mempunyai Slogan atau tag line ibadah selagi bisa

2. Apa saja kriteria yang berlaku dalam tahap company branding tersebut?

Informan : kriteria yang berlaku dalam tahap company branding tersebut yaitu dari sisi fikih karena kelayakan dan pantas atau tidak untuk membahas terkait perjalanan spiritual.

PROSES PENGAWASAN

1. Apa saja yang dilakukan pada pengawasan dalam konten Almira travel di media sosial intagram?

Informan : Dengan mengambil mashaf di indonesia dan menggunakan font jelas maupun terbaca (core warna), serta lebih menentukan apakah konten ini menarik untuk orang lihat atau monoton dan juga dalam prosesnya harus ada aturan-aturan dalam membuat konten tersebut.

PROSES BRANDING

1. Bagaimana strategi company branding yang diterapkan pada Almira Travel?

Informan : Dari sisi marketing dimediakan oleh ads di website yaitu adsense yang di branding oleh almira travel seperti Instagram,youtube dan tiktok

2. Apakah strategi branding yang dibangun oleh almira saat ini sebagai biro travel dan umroh sudah berhasil?

Informan : Sudah terbukti dari beberapa jamaah yang sudah berangkat karena melihat media sosial Almira travel khususnya Instagram karena dalam sosial media khususnya instagram sudah mulai orang banyak kenal almira travel.

3. Siapa yang menjadi target audience pada media sosial instagram Almira Travel?

Informan : Dalam target audience dari almira travel ini sendiri rata laki-laki sebanyak 20% dan perempuan sebanyak 80% yang berumur 25 tahun keatas.

4. Bagaimana cara Almira Travel agar menarik perhatian audience di akun media sosial instagram?

Informan : Agar menarik perhatian audience yaitu dengan cara membuat konten yang kreatif dan juga menarik dimata audience. Dalam konten tersebut juga ada salah satu staff yang bisa dikatakan sebagai magnet kuat yang mempunyai followers cukup banyak sekitar 66 ribufollowers yaitu @inddahkhorilbariyyah_official sekaligus media patnert dari almira travel.

KENDALA ATAU HAMBATAN DALAM MEMBUAT KONTEN ALMIRA TRAVEL DALAM COMPANY BRANDING

1. Apa kendala atau kesulitan company branding yang dilakukan almira travel?

Informan : Kendalanya yaitu dengan adanya manajemen yang berubah-ubah karena penyesuaian pengelolaan data, membuat salah satu kendala

maupun kesulitan bagi kita karena permintaan dari owner kita harus mengikutinya.

2. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menghadapi masalah yang tidak diinginkan?

Informan : Cara yang menurut saya bisa dikatakan ampuh dalam menghadapi masalah yang terkadang datang tidak bisa ditebak yaitu segera membuat sistem baru dengan mengubah jobdesk yang dibutuhkan, karena rata-rata terkadang kita tidak bisa menebak masalah yang bisa saja datang tiba-tiba.



**Lampiran VII : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Utama,
Anri Darusalam**

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN 1

Nama dan Jabatan : Anri Darusalam (Advertiser)
Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023
Waktu : 14.30 – 15.00 WIB
Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

SEJARAH ALMIRA TRAVEL?

1. Bagaimana sejarah Almira Travel
2. Bagaimana perkembangan Almira Travel?
3. Apa target yang di ingin dicapai untuk Almira Travel?

SARANA DAN PRASARANA DALAM MEDIA SOSIAL ALMIRA TRAVEL

1. Bagaimana sarana dan prasarana yang dimiliki di Almira travel?
2. Apakah ada penyebab terkendalanya sarana dan prasarana?

PROSES PERENCANAAN

1. Apa yang harus di siapkan sebelum membuat konten dalam instagram Almira Travel dan bagaimana tahapan dalam perencanaan pembuatan konten sebagai media branding Almira Travel?

PROSES PENGORGANISASIAN

1. Siapa saja yang terlibat didalam media sosial instagram Almira Travel?
2. Bagaimana pembagian tugas dalam media sosial instagram Almira Travel?

PROSES PERGERAKAN

1. Bagaimana tahapan Dalam melakukan penerapan company branding, apakah almira merencanakan dan menyusun sendiri atau dari team manajemen?
2. Apa saja kriteria yang berlaku dalam tahap company branding tersebut?

PROSES PENGAWASAN

1. Apa saja yang dilakukan pada pengawasan dalam konten Almira travel di media sosial intagram?

PROSES BRANDING

1. Bagaimana strategi company branding yang diterapkan pada Almira Travel?
2. Apakah strategi branding yang dibangun oleh almira saat ini sebagai biro travel dan umroh sudah berhasil?
3. Siapa yang menjadi target audience pada media sosial instagram Almira Travel?
4. Bagaimana cara Almira Travel agar menarik perhatian audience di akun media sosial instagram?

KENDALA ATAU HAMBATAN DALAM MEMBUAT KONTEN ALMIRA TRAVEL DALAM COMPANY BRANDING

1. Apa kendala atau kesulitan company branding yang dilakukan almira travel?
2. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menghadapi masalah yang tidak diinginkan?

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN UTAMA

Nama dan Jabatan : Anri Darusalam (Advertiser)
Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023
Waktu : 14.30 – 15.00 WIB
Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

SEJARAH ALMIRA TRAVEL

1. Bagaimana sejarah Almira Travel?

Informan : Almira travel yang berdiri pada tahun 2011 namun belum memiliki izin umroh maupun haji, oleh karna itu pada tahun 2018 pemilik pertama menyerahkan sebagian kepada isan Fauzi Rahman, sehingga pada tahun 2019 diambil penuh oleh Isan Fauzi Rahman sampai saat ini dan memiliki izin resmi PPIU dan juga PHIK yang dimana tidak lebih dari 1000 agent travel yang mempunyai izin PHIK tersebut

2. Bagaimana perkembangan Almira Travel?

Informan : Untuk perkembangan almira travel saat ini sangat signifinkan, dimana aktivitas umroh dan haji disetiap bulan naik hingga mencapai 95% dari kepemilikan awal dan bisa dibilang setiap minggu rutin adanya keberangkatan.

3. Apa target yang di ingin dicapai untuk Almira Travel?

Informan : Semoga semakin banyak dan bertambah jumlah tamu Allah dan juga semakin di kenal ke masyarakat agar Almira travel semakin maju dan berkembang semakin pesat

SARANA DAN PRASARANA DALAM MEDIA SOSIAL ALMIRA TRAVEL

1. Bagaimana sarana dan prasarana yang dimiliki di Almira travel?

Informan : untuk Almira Travel ini sendiri, menggunakan alat sarana dan prasarana yang cukup untuk kebutuhan kita dalam membuat konten dan promosi yaitu seperti kamera,laptop dengan spesifikasi yang mendukung dan alat-alat lain yang mendukung.

2. Apakah ada penyebab terkendalanya sarana dan prasarana?

Informan : Menurut saya pribadi kendala terhadap sarana serta prasarana yaitu terkadang banyak masyarakat yang meminta hasil dokumentasi secara langsung

PROSES PERENCANAAN

1. Apa yang harus di siapkan sebelum membuat konten dalam instagram Almira Travel dan bagaimana tahapan dalam perencanaan pembuatan konten sebagai media branding Almira Travel?

Informan : Melakukan edukasi dan menyampaikan informasi serta motivasi untuk konten yang membuat Almira travel bisa viral dan juga menggunakan tag line yang selalu kita ulang dalam membranding nama Almira yaitu ibadah selagi bisa yang mempunyai makna pengingat dan ajakan untuk beribadah. Dengan ajakan (*call to action*) dan ibadah (*Value*). *Value* dengan *call to action* yang menjadi tagline untuk branding ke konsumen

PROSES PENGORGANISASIAN

1. Siapa saja yang terlibat didalam media sosial instagram Almira Travel?

Informan : Dalam keterlibatan didalam instagram ada beberapa yang terlibat seperti team kreatif yang di bantu dengan videografer,editor serta talent yang ada.

Bagaimana pembagian tugas dalam media sosial instagram Almira Travel?
Informan : Disini dibagi-bagi dengan tugasnya masing-masing dan juga sesuai jobdesknya masing-masing sesuai kebutuhan yang diinginkan oleh perusahaan.

PROSES PERGERAKAN

1. Bagaimana tahapan Dalam melakukan penerapan company branding, apakah almira merencanakan dan menyusun sendiri atau dari team manajemen?

Informan : Dengan melakukan company branding, Almira tidak lagi melakukan branding ulang dan melainkan hanya merubah sedikit dari segi konten yang dikemas secara modern dan juga dari segi slogan.

2. Apa saja kriteria yang berlaku dalam tahap company branding tersebut?

Informan : ketentuan yang berlaku di almira travel saat ini menurut saya dalam melakukan company branding tidak lupa memperhatikan tujuan dari company branding dan juga melakukan dan membuat konten yang bisa membuat nama almira semakin dikenal dikalangan masyarakat.

PROSES PENGAWASAN

1. Apa saja yang dilakukan pada pengawasan dalam konten Almira travel di media sosial intagram?

Informan : Dalam pengawasan kita berhati-hati dalam segi ciri khas tersendiri yaitu seperti huruf serta informasi yang jelas, sebab bila tidak hati-hati banyak sekali kekeliruan atau salah pengertian dalam menjalankan sesuatu, khususnya dalam proses strategi branding.

PROSES BRANDING

1. Bagaimana strategi company branding yang diterapkan pada Almira Travel?

Informan : Strategi dalam company branding yang diterapkan saat ini yaitu membangun relasi secara baik dari konsumen yaitu dari sisi marketing dan konsumen bisa membangun testimonial terhadap calon konsumen sehingga bisa membangun company branding.

2. Apakah strategi branding yang dibangun oleh almira saat ini sebagai biro travel dan umroh sudah berhasil?

Informan : Menurut saya pribadi sudah cukup kuat dan cukup berhasil dengan nama almira travel yang mulai cukup besar saat ini

3. Siapa yang menjadi target audience pada media sosial instagram Almira Travel?

Informan : Target audience yang diciptakan cukup beragam,namun kebanyakan dengan usia 25 tahun hingga beranjak tua

4. Bagaimana cara Almira Travel agar menarik perhatian audience di akun media sosial instagram?

Informan : Agar menarik perhatian terhadap audience, diharapkan membuat konten yang tidak monoton atau tidak bosan.

KENDALA ATAU HAMBATAN DALAM MEMBUAT KONTEN ALMIRA TRAVEL DALAM COMPANY BRANDING

1. Apa kendala atau kesulitan company branding yang dilakukan almira travel?

Informan : Untuk kendala atau kesulitan dalam company branding Almira travel yaitu terkadang konten yang dibuat banyak yang mengikuti kita.

2. Bagaimana cara yang dilakukan untuk menghadapi masalah yang tidak diinginkan?

Informan : Dalam menghadapinya kita wajib tenang dan tidak terburu-buru karena dalam masalah tersebut pasti bisa diselesaikan dengan team tidak dengan individu.

Lampiran VIII : Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Pendukung, Yoelistuti, S.Pd., M.M

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN 1

Nama dan Jabatan : Yoelistuti, S.Pd., M.M (Jamaah)
Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023
Waktu : 17.00 – 18.00 WIB
Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

1. Apa yang anda ketahui tentang Almira Travel?
2. Dari manakah ibu mengetahui Almira Travel?
3. Menurut ibu bagaimana pelayanan Almira Travel?
4. Apakah ibu mengetahui tentang strategi branding?
5. Apakah konten yang dibuat Almira Travel cukup menarik?
6. Menurut ibu konten apa yang menarik untuk dibuat dalam instagram Almira Travel?
7. Apa harapan untuk Almira Travel untuk kedepannya?
8. Apakah menurut ibu strategi branding yang dilakukan Almira Travel sudah berhasil di instagram?

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG

Nama dan Jabatan : Yoelistuti, S.Pd., M.M (Jamaah)
Topik : Strategi Branding Almira Travel Official Di Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Senin, 12 Desember 2023
Waktu : 17.00 – 18.00 WIB
Tempat : Kantor Almira Travel

Daftar Pertanyaan:

1. Apa yang anda ketahui tentang Almira Travel?
Informan: yang saya ketahui tentang Almira Travel merupakan salah satu agent travel unggulan dan terpercaya karena sudah memiliki izin resmi.
2. Dari manakah ibu mengetahui Almira Travel?
Informan: saya mengetahui Almira Travel dari anak saya dan kemudian saya melihat instagram Almira Travel, dari situlah saya mulai tertarik untuk menjadi salah satu jamaah dari Almira Travel.
3. Menurut ibu bagaimana pelayanan Almira Travel?
Informan: Pelayanannya sangat baik, mulai dari unsur manajemen, fasilitas karena dapat mengakomodir perjalanan ibadah umroh
4. Apakah ibu mengetahui tentang strategi branding?
Informan: Untuk strategi branding saya mengetahui sedikit, menurut saya itu adalah suatu cara perusahaan untuk melakukan sebuah kegiatan untuk menarik konsumen
5. Apakah konten yang dibuat Almira Travel cukup menarik?
Informan: untuk konten yang dibuat cukup menarik dan tidak membosankan
6. Menurut ibu konten apa yang menarik untuk dibuat dalam instagram Almira Travel?

Informan: menurut saya lebih memperbanyak seperti informasi dan juga edukasi, agar masyarakat lebih melihat lebih jauh apa yang dibuat oleh Almira Travel.

7. Apa harapan untuk Almira Travel untuk kedepannya?

Informan: tetap mempertahankan kualitas dengan menjaga pelayanan dan harga yang dapat bersaing dengan travel lain

8. Apakah menurut ibu strategi branding yang dilakukan Almira Travel sudah berhasil di instagram?

Informan: untuk saat ini cukup berhasil dengan target tertentu seperti ibu, karena konten-konten yang dibuat cukup menarik dan beda dari yang lain.



Lampiran IX : Dokumentasi Wawancara



Gambar 1. Foto bersama informan kunci, Muhammad Rafi Akbar (Manager Kreatif Almira Travel) dan Anri Darusalam (Advertiser) beserta karyawan usai melakukan wawancara



Lampiran X: Daftar Riwayat Hidup Penulis



Ahmad Del Piero, lahir di Jakarta pada tanggal 2 Agustus 2000 dan merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang berasal dari pasangan Mashur dan Amnasih. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di Mi Saadatul Muslimin pada 2012, dan dilanjut dengan pendidikan MTS di Jamiatul Huda yang berlokasi di Jl. Kemang Timur No.50 pada tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan SMK Cyber Media Jakarta mengambil jurusan Multimedia, berlokasi di Jakarta Selatan di Jl. Duren Tiga, yang telah selesai pada tahun 2018, dan melanjutkan ke perguruan tinggi, tepatnya di Universitas Nasional pada tahun 2019 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan konsentrasi Jurnalistik dan pada tahun 2023 peneliti menyelesaikan kuliah strata satu (S1) Di Universitas Nasional.