

PEMBUATAN KONTEN DALAM MENDUKUNG KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA INSTAGRAM DAN TIKTOK AGROWISATA DESA SUKARESMI

SILMI SYABANA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pembuatan Konten dalam Mendukung Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram dan TikTok Agrowisata Desa Sukaresmi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Silmi Syabana
J0401221122



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

SILMI SYABANA. Pembuatan Konten dalam Mendukung Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram dan TikTok Agrowisata Desa Sukaresmi. *Content Creation in Support of Digital Marketing Communication on Instagram and TikTok at Sukaresmi Village Agrotourism*. Dibimbing oleh BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Agrowisata Desa Sukaresmi merupakan destinasi wisata berbasis edukasi yang memiliki potensi pada bidang pertanian, peternakan, alam, dan sejarah. Meskipun memiliki daya tarik yang beragam, kegiatan promosi yang dilakukan masih belum optimal sehingga potensi tersebut belum dikenal secara luas. Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi salah satu upaya untuk mendukung komunikasi pemasaran digital dalam memperkenalkan Agrowisata Desa Sukaresmi kepada masyarakat.

Proyek akhir ini bertujuan menjelaskan proses pembuatan konten oleh *content creator* dalam mendukung komunikasi pemasaran digital Agrowisata Desa Sukaresmi dengan pendekatan model AIDA, serta menganalisis penyesuaian konten pada Instagram dan TikTok. Proyek dilaksanakan pada Februari hingga Mei 2026 menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan praktik langsung sebagai *content creator*.

Hasil proyek menunjukkan bahwa proses pembuatan konten dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi observasi lapangan, memahami *content planning*, dan mengidentifikasi potensi visual. Tahap produksi dilakukan melalui pengambilan foto dan video menggunakan teknik *cinematic shot*, *close-up shot*, dan format vertikal. Selanjutnya, tahap pasca-produksi meliputi penyuntingan video, penambahan *voice over*, musik latar, subtitle, *hook*, serta penyesuaian format konten sesuai karakteristik platform.

Penyesuaian strategi konten menunjukkan bahwa Instagram lebih difokuskan untuk membangun identitas visual destinasi melalui penyajian informasi yang terstruktur dan tampilan yang konsisten, sedangkan TikTok dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan audiens melalui video pendek yang dinamis dan mengikuti tren. Perbedaan karakteristik kedua platform tersebut memengaruhi proses produksi dan penyajian konten agar pesan yang disampaikan lebih efektif.

Selama pelaksanaan proyek, *content creator* berperan dalam mendokumentasikan potensi wisata, mengolah materi visual menjadi konten digital, serta menyesuaikan hasil akhir dengan kebutuhan masing-masing platform. Secara keseluruhan, proyek ini menunjukkan bahwa proses pembuatan konten yang dilakukan secara sistematis mampu mendukung komunikasi pemasaran digital dan membantu meningkatkan visibilitas Agrowisata Desa Sukaresmi melalui Instagram dan TikTok.

Kata kunci: Agrowisata, *content creator*, Instagram, komunikasi pemasaran digital, TikTok.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PEMBUATAN KONTEN DALAM MENDUKUNG KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA INSTAGRAM DAN TIKTOK AGROWISATA DESA SUKARESMI

SILMI SYABANA

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
— Bogor Indonesia —

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si.

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



Judul Proyek Akhir : Pembuatan Konten dalam Mendukung Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram dan TikTok Agrowisata Desa Sukaresmi

Nama : Silmi Syabana
Nama : J0401221122

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :
Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M. T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian:
29 Juni 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam proyek akhir yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Mei 2026 ini ialah Komunikasi Pemasaran Digital, dengan judul “Pembuatan Konten dalam Mendukung Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram dan TikTok Agrowisata Desa Sukaresmi”.

Terimakasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB University, serta dosen penguji Dr. Leonard Dharmawan, S.P., M.Si. atas masukan dan koreksi yang diberikan. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak M. Iib Ibrahim selaku Kepala Desa Sukaresmi, Bapak M. Apipudin selaku ketua Pos Penyuluhan Desa Sukaresmi, dan juga Ibu Atik Ansyuryani selaku Penyuluh Pertanian yang telah memberi izin pelaksanaan proyek akhir dan telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terimakasih juga disampaikan kepada keluarga penulis Alm. Wawan Suwandi dan Mamar Toha selaku orang tua penulis, serta Lely Alawiyah, Azzam Fasha, Yasma Yahdiani, Rizki Pangasih, dan Sinta Saraswati selaku kakak-kakak penulis yang selalu mendukung, mendoakan, mendampingi, dan tanpa mengenal lelah dalam berjuang memberikan yang terbaik bagi penulis.

Penulis sampaikan terimakasih kepada Hasya, Alika, Nashwa selaku teman-teman satu proyek dengan penulis. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada rekan seperjuangan penulis, Najib dan Monica yang selalu membantu dan mendukung penulis selama masa perkuliahan. Tidak lupa, penulis sampaikan terimakasih kepada pria yang selalu membantu, mendukung, dan mendengarkan keluh kesah penulis sehingga Proyek Tugas Akhir ini dapat selesai dengan tepat waktu.

Semoga laporan proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Silmi Syabana



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

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

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran Digital	5
2.2 Pembuatan Konten	5
2.3 Media Sosial Instagram dan TikTok	6
2.4 Agrowisata sebagai Destinasi Pariwisata Berbasis Potensi Lokal	7
III METODE	9
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	9
3.2 Data dan Instrumen	9
3.3 Teknik Pengumpulan Data	9
3.4 Subyek Proyek	10
3.5 Alat dan Bahan Proyek	10
3.6 Prosedur Kerja Kegiatan	11
3.7 Luaran Proyek	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Umum Agrowisata Desa Sukaresmi	15
4.2 Proses Pembuatan Konten oleh <i>Content Creator</i> dalam Mendukung Komunikasi Pemasaran Digital Agrowisata Desa Sukaresmi dengan Pendekatan model AIDA	16
4.3 Penyesuaian Konten dengan Karakteristik Platform Instagram dan TikTok sebagai media Komunikasi Pemasaran Digital	34
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	53



DAFTAR TABEL

1	Rincian Anggaran Bulanan	12
2	Rincian Timeline proyek	12
3	Penerapan model AIDA pada Komunikasi Pemasaran Digital Agrowisata Desa Sukaresmi	33
4	Perbedaan strategi Konten Instagram dan TikTok pada Agrowisata Desa Sukaresmi	38

DAFTAR GAMBAR

1	Potensi Agrowisata Desa Sukaresmi (<i>Camping area, tracking, hewan ternak, makam Jerrman</i>)	15
2	Proses observasi lapang	18
3	Proses pengambilan gambar	22
4	Teknik pengambilan gambar dengan <i>Cinematic Shot</i>	23
5	Teknik pengambilan gambar dengan <i>Close-Up Shot</i>	24
6	Proses editing	27
7	Naskah <i>voice over</i>	28
8	Penggunaan <i>subtile</i> pada konten	30
9	Penggunaan <i>hook</i> pada konten	31
10	Tampilan <i>feed</i> Instagram	35
11	Unggahan video TikTok	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	<i>Memorandum of Understanding (MoU)</i>	47
2	Surat HKI konten media sosial Instagram dan Tiktok	49
3	Surat Rekognisi	51
4	Pedoman wawancara	51
5	QR code luaran proyek akhir	52
6	<i>Content Planning</i>	52
7	Wawancara dengan ketua Pos Penyuluhan Desa (POSLUHDES)	52