

Name : Dewanda Sasotya Az Zahra
Student Number : J0A022093
Title : Developing the Instagram Account of Purbalingga
Dinporapar (@purbalingga_memikat) Using the
English Language
Supervisors : 1. Indriyati Hadiningrum, S.S., M.Pd.
: 2. Gigih Ariastuti Purwandari, S.S., M.Hum.
Examiners : 1. Rosyid Dodiyo, S. S, M.Hum.
: 2. Septi Mariasari, S.Pd., M.Hum.

SUMMARY

This report is written based on a job training carried out at Dinporapar Purbalingga from 2 September 2 to December 2, 2024. The purpose of this report is to explain the implementation of job training, the development of the @purbalingga_memikat Instagram account as a medium for tourism promotion, and the obstacles and solutions encountered in creating English-language promotional content to attract international audiences. This Instagram account was chosen because of its relevance in promoting various tourist destinations, culinary offerings, and the creative economy in Purbalingga.

In preparing this report, two methods were used: observation and interviews. The observations were conducted during the job training, while interviews with Dinporapar staff were carried out to assess the effectiveness of social media usage.

The process of developing the Instagram account was carried out in several stages: determining the type of content, adjusting the content to the interests of the audience, and creating content in both Indonesian and English to reach a wider audience. Some obstacles faced, such as the limited documentation facilities and restricted access to the Instagram account. They were overcome by using personal devices and maintaining intense communication with Mrs. Afni and Mr. Firman as social media staff in the tourism sector of Dinporapar Purbalingga. The resulting promotional videos showcased tourist destinations such as Tirta Asri and Purbalingga's culinary specialties.

In general, the @purbalingga_memikat Instagram account increased its number of followers from 7,988 to 8,331 in four months. The videos and content created had a positive impact on promoting Purbalingga tourism, with suggestions to further increase interaction and create more creative content to reach a wider audience.

Nama : Dewanda Sasotya Az Zahra
NIM : J0A022093
Judul : Developing the Instagram Account of Purbalingga
Dinporapar (@purbalingga_memikat) Using the
English Language
Dosen Pembimbing : 1. Indriyati Hadiningrum, S.S., M.Pd.
: 2. Gigih Ariastuti Purwandari, S.S., M.Hum.
Dosen Penguji : 1. Rosyid Dodiyo, S. S, M.Hum.
: 2. Septi Mariasari, S.Pd., M.Hum.

RINGKASAN

Laporan ini disusun berdasarkan praktik kerja yang dilaksanakan di Dinporapar Purbalingga dari 2 September hingga 2 Desember 2024. Tujuan laporan ini adalah untuk menjelaskan pelaksanaan praktik kerja, pengembangan akun Instagram @purbalingga_memikat sebagai media promosi pariwisata, serta kendala dan solusi dalam pembuatan konten promosi berbahasa Inggris untuk menarik audiens internasional. Akun Instagram ini dipilih karena relevansinya dalam mempromosikan berbagai destinasi wisata, kuliner, dan ekonomi kreatif di Purbalingga.

Dalam menyusun laporan ini, dua metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Observasi dilakukan selama praktik kerja berlangsung, sementara wawancara dengan staf Dinporapar dilakukan untuk mengidentifikasi efektivitas penggunaan media sosial.

Proses pengembangan akun Instagram dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu penentuan jenis konten, penyesuaian konten dengan minat viewers, dan pembuatan konten dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris) untuk menjangkau viewers lebih luas. Kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan fasilitas dokumentasi dan akses terbatas pada akun Instagram, diatasi dengan menggunakan perangkat pribadi dan komunikasi yang intens dengan Ibu Afni dan Pak Firman sebagai staf sosial media di bidang pariwisata Dinporapar Purbalingga. Video promosi yang dihasilkan menunjukkan destinasi wisata seperti Tirta Asri dan kuliner khas Purbalingga.

Secara umum, akun Instagram @purbalingga_memikat berhasil meningkatkan jumlah pengikut dari 7.988 menjadi 8.331 dalam empat bulan. Video dan konten yang dibuat memberikan dampak positif dalam mempromosikan pariwisata Purbalingga, dengan saran untuk lebih meningkatkan interaksi dan konten kreatif guna menjangkau viewers yang lebih luas.