

RANCANGAN PENGELOLAAN INTERAKSI FACEBOOK DAN INSTAGRAM MUSEUM KESEJARAHAN JAKARTA

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh studi pada
Program Diploma IV



Oleh :

RINANDA TRIANA

Nomor Induk : 201621096

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN (setelah sidang dan revisi)

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**RANCANGAN PENGELOLAAN INTERAKSI FACEBOOK DAN INSTAGRAM MUSEUM
KESEJARAHAN JAKARTA**

NAMA : RINANDA TRIANA
NIM : 201621096
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Nurdin Hidayah, S.ST.Par., MM
NIP. 19810102 200912 1 004

Drs. Daeng Noerdjamal, M.Pd.
NIP. 19570711 198703 1 001

Bandung, September 2020

Mengetahui,

Menyetujui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

MOTTO

“Hidup bukan untuk saling mendahului. Bayangan yang diciptakan oleh mentari ada karena matahari bermaksud terpuji untukmu cintai diri sendiri hari ini.” –

Hindia.

“Love deeper, grow stronger, live happier, become a fighter and appreciate life.”

– Penulis, 2020.

PERSEMBAHAN

Proyek Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang Tua Penulis, Bapak Mohamad Ramlan dan Ibu Nurma Lisna, yang selalu memberikan dukungan baik secara material maupun non material, yang tidak pernah berhenti menyelipkan nama penulis dalam setiap doanya, yang selalu memberikan kepercayaan kepada penulis untuk apapun yang penulis pilih dan lakukan.
2. Pihak Keluarga (Umi, Mami Achi dan Keluarga, Ibu Dewi dan Keluarga) yang terkadang bawel selalu menanyakan kapan penulis lulus, namun juga selalu setia memberikan dukungan.
3. Abang dan Adik Penulis (Mohammad Rinaldy Adha dan Adinda Rindy Septiani) yang selalu ada setiap kali penulis membutuhkan bantuannya, yang selalu rela direpotkan oleh penulis.
4. Pihak Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ditempatnya yang memang benar-benar memiliki sejarah bagi penulis.
5. Dosen Pembimbing, Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata yang telah membimbing secara maksimal walaupun dalam kondisi ditengah pandemic Covid-19 sehingga pertemuan terbatas namun selalu menyempatkan dan bersedia untuk bimbingan secara online, yang selalu memotivasi penulis dan memberikan semangat dalam bentuk apapun.

6. Teman Seperjuangan Manajemen Destinasi Pariwisata 2016 dan teman seperbimbingan yang selalu siap membantu untuk ditanyakan dalam beberapa hal oleh penulis, yang saling berbagi cerita, tangis, hingga tawa. Terimakasih telah datang dan memberi warna.
7. Teman – Teman Penulis di Jakarta yang selalu memberikan *support*, yang tidak pernah pergi dalam keadaan pasang dan surut yang penulis hadapi. Yang menjadi alasan kedua bagi penulis untuk pulang ke Jakarta.

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rinanda Triana
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 8 Juli 1998
NIM : 201621096
Program Studi : Manajemen Destinasi Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: "Rancangan Pengelolaan Interaksi Facebook dan Instagram Museum Kesejarahan Jakarta" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 13 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Rinanda Triana

NIM. 201621096

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang pengelolaan interaksi facebook dan instagram Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta yang dibentuk oleh 3 elemen dalam mengelola interaksi media sosial menurut Roope Jaakonmaki et al. (2017:1153) yaitu *creator-related features*, *contextual features*, dan *content features*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan melakukan wawancara kepada pengelola dan pengunjung serta observasi terhadap media sosialnya. Hasilnya dianalisis menggunakan model Miles dan Hubberman dan diuji keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta memiliki divisi operator yang mengelola media sosialnya yang terdiri dari satu orang koordinator dan tiga orang admin yang merangkap sebagai *content creator*, namun tidak adanya pembagian admin yang bertugas dalam mengelola media sosialnya. Dari kedua media sosialnya, interaksi yang terjalin pada facebook dan instagram masih belum optimal dilihat dari rata-rata jumlah *likes* dan komentar yang masih menunjukkan angka yang tidak begitu tinggi yang menandakan minimnya interaksi yang terjalin pada media sosialnya. Konten yang menarik bagi pengunjung adalah konten yang bersifat informatif, memberikan informasi secara detail, pengambilan gambar yang enak dipandang, komposisi dan *layout* yang pas, dan menggunakan *filter* yang tidak berlebihan. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi mengenai beberapa hal yang harus diperhatikan dalam merancang pengelolaan interaksi pada facebook dan instagramnya, diantaranya adalah memperhatikan *insight* di kedua media sosialnya, membuat laman *fanpage* pada facebook, dan konten dalam bentuk *story* yang dapat meningkatkan interaksi antara pengelola dengan pengunjung di kemudian hari.

Kata kunci: Interaksi, Media Sosial, Instagram, Facebook, Museum Kesenjaraan Jakarta

ABSTRACT

This research intends to designed the interaction management of facebook and instagram of Management Unit of Jakarta Historical Museums formed by 3 major elements in managing social media interactions by Roope Jaakonmaki et al. (2017:1153) namely creator-related features, contextual features, and content features. This study used kualitatif method with descriptive approach by conducting interviews with companies and visitors, also observation of their social media. Which the results be analyzed using the Miles and Huberman analysis model and tested the validity of the data using source triangulation technique. The results of this research show that Management Unit of Jakarta Historical Museums has operator division in managing their social media consisting of coordinator and three admins are concurrently as content creators, but there is no classification of admin's job description in managing their social media. From both social media, the interaction that exists on facebook and instagram is still not optimal can be seen from the average number of likes and comment that has not shown a significant number which indicates the lack of interaction that exists in their social media. Interesting content for visitors is informative, provide detailed information, good picture taking with the right composition and layout, and use filters that are not excessive. This research produces recommendation regarding several things that must be considered in designing interaction management on Facebook and Instagram, including paying attention to insights on both social media, creating a fanpage page on Facebook, and content in the form of stories that can enhance interactions between companies and visitors in the future.

Key Word: Engagement, Social Media, Instagram, Facebook, Jakarta Historical Museums

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir sebagai salah satu syarat kelulusan dalam Program Diploma IV di Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan judul **“Rancangan Pengelolaan Interaksi Facebook dan Instagram Museum Kesenjaraan Jakarta”**.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing dan memberikan dukungan selama penyusunan Proyek Akhir ini kepada:

1. Bapak Faisal Kasim, MM. Par., CHE, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Ketua Bagian Administrasi, Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Bapak Sugeng Hermanto, S.Sos. MM.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata.
4. Bapak Nurdin Hidayah, S.ST.Par., MM selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Daeng Noerdjamal, M.Pd. selaku pembimbing II yang selalu menyediakan waktu untuk membimbing dan memberikan ilmunya selama penyusunan Proyek Akhir ini.
5. Dosen dan staff Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata serta seluruh dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang

selalu memberikan dukungan dan ilmunya yang berguna dalam penyusunan Proyek Akhir ini.

6. Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta termasuk divisi operator yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
7. Kedua orang tua penulis Bapak Mohamad Ramlan dan Ibu Nurma Lisna yang selalu memberikan dukungan dan semangat juga bantuan baik secara material maupun non material.
8. Teman-teman program studi Manajemen Destinasi Pariwisata 2016 yang selalu berjuang bersama-sama serta alumni yang selalu direpotkan oleh pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan mohon maaf jika Proyek Akhir ini masih banyak kekurangan. Semoga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya.

Bandung, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	11
1. Tujuan Formal	11
2. Tujuan Operasional	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Teori	13
B. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Rancangan Penelitian	27
B. Partisipan dan Tempat Penelitian	28
1. Partisipan	28
2. Tempat Penelitian	28
C. Pengumpulan Data	29

1. Wawancara	29
2. Observasi	30
D. Analisis Data	30
1. Reduksi Data	31
2. Penyajian Data	31
3. Penarikan Kesimpulan	31
E. Pengujian Keabsahan Data	32
F. Jadwal Penelitian	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	35
1. <i>Creator Related Features</i>	35
2. <i>Contextual Features</i>	42
3. <i>Content Features</i>	51
B. Pembahasan	54
1. <i>Creator Related Features</i>	54
2. <i>Contextual Features</i>	59
3. <i>Content Features</i>	63
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	68
A. SIMPULAN	68
B. REKOMENDASI	69
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

1. Statistik Platforms Media Sosial Paling Aktif di Indonesia	2
2. Laman Facebook Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta	5
3. Tampilan <i>Insights</i> Instagram @museumkesenjaraan	6
4. Grafik Interaksi di Instagram @museumkesenjaraan 2018-2020	7
5. Kerangka Pemikiran	26
6. Laman Facebook Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta	39
7. Postingan di Laman Facebook Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta	40
8. Tampilan Instagram Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta ...	41
9. Penggunaan Hastag di Instagram Unit Pengelola Museum Kesenjaraan Jakarta	42
10. Konten Gratis Masuk Museum	56
11. Konten Tahukah Kamu	57
12. Interaksi di Media Sosial Museum Nasional	62
13. Penggunaan <i>Hastag</i> di Media Sosial Lain	65
14. Halaman <i>Login</i> Facebook	71
15. Menu Kelola Halaman	71
16. Pengelolaan Bisnis	72
17. Kelola Halaman	72
18. Memilih Kategori	73
19. Identitas Halaman	73
20. Tampilan Halaman Yang Sudah Dibuat	74
21. Menu <i>Insights</i> Pada Instagram	75
22. Menu <i>Audience</i>	75
23. Tampilan <i>Insights</i> Instagram dalam Hitungan Minggu	76
24. Tampilan <i>Insights</i> Instagram dalam Hitungan Hari	77
25. Menu <i>Insight</i> pada Halaman Facebook	78
26. <i>Template Bingo</i> Museum Sejarah Jakarta	80
27. Contoh <i>Quiz</i>	81

28. <i>Cover Highlight Quiz dan Template</i>	83
29. <i>Highlight Informasi</i>	84
30. <i>Highlight Kunjungan</i>	85
31. <i>Cover Konten Kunjungan</i>	86

DAFTAR TABEL

1. Jadwal Penelitian	33
2. Hasil Wawancara Tema Profil Media Sosial	36
3. Hasil Wawancara Tema Waktu	42
4. Hasil Wawancara Tema Waktu	43
5. Hasil Wawancara Tema <i>Sharing</i>	44
6. Hasil Wawancara Tema <i>Sharing</i>	45
7. Hasil Wawancara Tema <i>Sharing</i>	46
8. Hasil Wawancara Tema <i>Conversations</i>	47
9. Hasil Wawancara Tema <i>Conversations</i>	48
10. Hasil Wawancara Tema <i>Presence</i>	49
11. Hasil Wawancara Tema <i>Presence</i>	50
12. Hasil Wawancara Tema <i>Text</i>	51
13. Hasil Wawancara Tema <i>Visual</i>	52
14. Hasil Wawancara Tema <i>Audio Visual</i>	53

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

Hidayah, Nurdin. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2009. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Prentice Hall.

Kotler, Philip, et al. 2018. *Marketing Management; An Asian Perspective*. United Kingdom: Pearson.

Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Morrison, Alastair M. 2013. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. New York: Routledge.

Raco. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

b. Jurnal

Castronovo, Cristina and Lei Huang. (2012). "Social Media in an Alternative Marketing Communication Model". Canada : s.n., 2012, *Vol. 6*.

Code, Mary. (2015). "Instagram, Social Media, and the "Like": Exploring Virtual Identity's Role in 21st Century Students' New Socialization Experience".

Jaakonmaki, Roope, Oliver Muller, and Jan vom Brocke. (2016). "The Impact of Content, Context, and Creator on User Engagement in Social Media Marketing".

Jayasuriya, Nisha, Ali Khatibi, Ferdouz Azam, and Isuri Roche Dharmaratne. (2018). "The Role of Social Media Marketing on A Brand Equity – A Literature Review".

Minculete, Gheorghe dan Polixenia Olar. (2018). "Approaches to the Modern Concept of Digital Marketing". *Vol. XXIV. No 2.*

Rentschler, Ruth. (2007). "Museum Marketing: no longer a dirty word".

Švajdová, Lenka. (2019). "Modern Marketing Communication in Tourism". Czech Republic : *Vol. 4, Issue 2, 2019.*

Shafitama, Audris. (2019). "Rancangan Pengelolaan Interaksi Media Sosial Selasar Sunaryo Art Space Kota Bandung".

Zbucheá, Alexandra. (2008). "Marketing as a key element in achieving museum's mission".

c. Sumber Lainnya

<https://www.instagram.com/museumkesejarahan/?hl=en>

https://www.instagram.com/museum_nasional_indonesia/?hl=en