

**PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM  
@GEOMUZEE SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI  
PEMASARAN DENGAN KONSEP *CONTENT  
MARKETING* DI MUSEUM GEOLOGI KOTA  
BANDUNG, JAWA BARAT**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program  
Diploma IV Destinasi Pariwisata



Oleh:

INTAN SHAFI SULISTYO AJI

201923194

**PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA**

**JURUSAN KEPARIWISATAAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

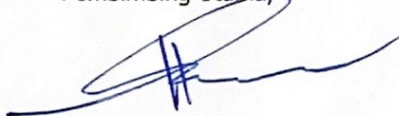
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN PRODUK *WALKING TOUR* PADA DAYA TARIK WISATA SEJARAH DI  
KOTA BUKITTINGGI.

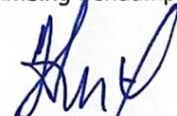
NAMA : Ranisa Putri Meilani  
NIM : 201923201  
JURUSAN : Kepariwisataaan  
PROGRAM STUDI : Destinasi Pariwisata

Pembimbing Utama,



Dr. Herlan Suherlan, M.M  
NIP 19680127 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



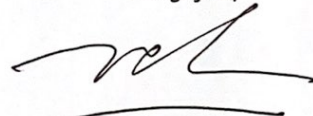
Hari Ristanto, BBA., M.Sc  
NIP 19680915 199903 1 001

Penguji I,



Odang Permana, S.E., ME.  
NIP -

Penguji II,



Drs. Renalmon Hutahaeen, M.M  
NIP 19591208 198603 1 001

Bandung, 21 Agustus 2023

Mengetahui,  
. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

**Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.**  
19710316 199603 2 001

Menyetujui,  
Direktur Politeknik NHI Bandung



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



KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

Jalan Dr. Setiabudhi No. 186 Bandung 40141  
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman www.stp-bandung.ac.id



**MEMO**


Yth. : Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama  
Dari : ODANG PERMANA, S.E, ME.  
Hal : ***Bimbingan Perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir***

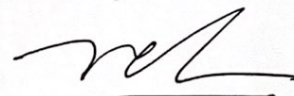
Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini :


Nama : Ranisa Putri Meilani  
NIM : 201923201  
Program Studi : Destinasi Pariwisata  
Jurusan : Kepariwisataan

Telah menyelesaikan perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir dengan **BAIK**


Bandung, 21 Agustus 2023

  
Odang Permana, S.E., ME.  
Penguji I

  
Drs. Renalmon Hutahaeen, M.M.  
Penguji II

  
Dr. Herlan Suherlan, M.M  
Pembimbing Utama

disetujui

  
Hari Rianto, BBA., M.Sc  
Pembimbing Pendamping

Mengetahui,

Bandung, 21 Agustus 2023  
Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



**Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE**



KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/  
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
REPUBLIK INDONESIA  
**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**  
Jalan Dr. Setiabudhi No. 186 Bandung 40141  
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman www.stp-bandung.ac.id



**MEMO**

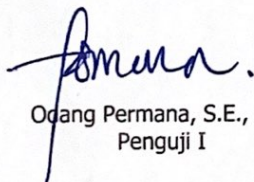
Yth. : Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama  
Dari : DRS. RENALMON HUTAHAEAN, M.M  
Hal : ***Bimbingan Perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir***

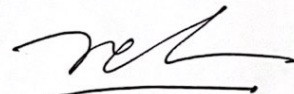
Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini :

Nama : Ranisa Putri Meilani  
NIM : 201923201  
Program Studi : Destinasi Pariwisata  
Jurusan : Kepariwisataan


Telah menyelesaikan perbaikan Tesis/Skripsi/Proyek Akhir/Tugas Akhir dengan **BAIK**

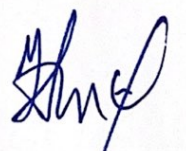
Bandung, 21 Agustus 2023

  
Odang Permana, S.E., ME.  
Penguji I

  
Drs. Renalmon Hutahaeen, M.M  
Penguji II

disetujui

  
Dr. Herlan Suherian, M.M  
Pembimbing Utama

  
Hari Ristanto, BBA., M.Sc  
Pembimbing Pendamping

Mengetahui,

Bandung, 21 Agustus 2023

Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



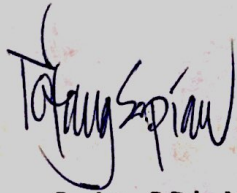
**Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE**

## LEMBAR PENGESAHAN

### **PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM @GEOMUZEE SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN KONSEP *CONTENT MARKETING* DI MUSEUM GEOLOGI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT**

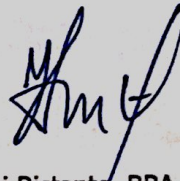
NAMA : Intan Shafa Sulistyo Aji  
NIM : 201923194  
PROGRAM STUDI : Destinasi Pariwisata

Pembimbing Utama,



Tatang Sopian, S.Pd., M.Hum.  
NIP. 1970100 920065 1 001

Pembimbing Pendamping,



Hari Ristanto, BBA., M.Sc.  
NIP. 19680915 199903 1 001

Mengetahui,

Bandung, 31 Agustus 2023

Mengetahui,

Administrasi Akademik  
Kemahasiswaan dan Kerjasama

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata  
NHI Bandung

Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM, Par CHE

NIP. 19710316 199603 2 001



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CH

NIP. 19710506 199803 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

NAMA : Intan Shafa Sulistyio Aji  
TEMPAT/ TANGGAL LAHIR : Bandung, 21 September 2001  
NIM : 201923194  
PROGRAM STUDI : Destinasi Pariwisata  
JURUSAN : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:  
**PENGEMBANGAN KONTEN INSTAGRAM @GEOMUZEE SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI PEMASARAN DENGAN KONSEP *CONTENT MARKETING* DI MUSEUM GEOLOGI KOTA BANDUNG, JAWA BARAT**
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir 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 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 31 Agustus 2023

  
METERAN  
TEMPEL  
9CE90AKX586024042  
Intan Shafa Sulistyio Aji

## ABSTRAK

Museum Geologi Bandung merupakan salah satu destinasi bertema wisata edukasi di Kota Bandung. Berada di pusat kota Bandung dan memiliki koleksi geologi yang lengkap di Indonesia menjadikan Museum ini ramai dikunjungi sebagai sarana edukasi. Instagram Museum Geologi Bandung (@Geomuzee) yang berperan sebagai media penyaluran informasi dan komunikasi dengan audiens dinilai memiliki hambatan dalam pelaksanaannya. Kesulitan untuk menemukan jenis konten yang sesuai dengan preferensi audiens dan berdasarkan pra survey ditemukan pula bahwa konten instagram milik Museum Geologi Bandung kurang informatif dan menarik. Oleh karena itu peneliti menggunakan konsep *Content Marketing* sebagai solusi dari fenomena atau permasalahan yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik analisis menggunakan konsep *Content Marketing* yang terdiri atas 7 tahap, namun peneliti membatasi penelitian ini dengan hanya menerapkan 5 dari 7 tahap tersebut berupa, (1) *Analyze Your Company's Business*, (2) *Describe Your Typical Customer*, (3) *Set Your Goals*, (4) *Decide Your Content Marketing Mix*, (5) *Plan a Timetable*.

**Kata Kunci :** Museum Geologi Bandung, Alat Komunikasi Pemasaran, *Content Marketing*, Pengembangan Instagram

## **ABSTRACT**

*The Bandung Geological Museum is one of the themed educational tourism destinations in the city of Bandung. Being in the center of Bandung and having a collection of geology that is complete in Indonesia makes this museum crowded with visitors as an educational facility. Bandung Geological Museum Instagram (@Geomuzee) which acts as a medium for channeling information and communication with audiences is considered to have obstacles in its implementation. It was difficult to find the type of content that suits audience preferences and based on the pre-survey it was also found that the Bandung Geological Museum's Instagram content was less informative and interesting. Therefore researchers use the concept of Content Marketing as a solution to phenomena or problems that occur in the field. This research uses a descriptive qualitative approach with analytical techniques using the concept of Content Marketing which consists of 7 stages, but the researchers limit this research by only applying 5 of the 7 stages in the form of, (1) Analyze Your Company's Business, (2) Describe Your Typical Customer, (3) Set Your Goals, (4) Decide Your Content Marketing Mix, (5) Plan a Timetable.*

**Keywords:** *Bandung Geological Museum, Marketing Communication Tools, Content Marketing, Instagram Development*



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir berjudul “**Pengembangan Konten Instagram @Geomuzee sebagai Alat Komunikasi Pemasaran dengan Konsep *Content Marketing* di Museum Geologi Kota Bandung, Jawa Barat**” yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk berpartisipasi dalam kegiatan Sidang Proyek Akhir periode Agustus 2023 pada program studi Diploma IV, jurusan Kepariwisata, program studi Destinasi Pariwisata pada semester delapan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penulis ingin berterimakasih kepada pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan penyusunan hingga terselesaikannya Proyek Akhir ini, yaitu kepada:

1. Bapak Andar Danova Lastaipa Goeltom, S.Sos., M.Se selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE selaku Administrasi Akademik dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Wisi Wulandari selaku Kepala Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata.
4. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang paling murah hati, sabar, mampu menghibur, menyemangati dan bersedia meluangkan waktu hingga malam untuk membimbing saya.

5. Bapak Tatang Sopian, S.Pd., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan warna dan keceriaan pada setiap bimbingan. Memberi masukan dan mengayomi.
6. Seluruh Jajaran Struktural, Staff dan Pengunjung Museum Geologi Bandung.
7. Orangtua penulis (Bapak Aji Handoyo dan Ibu Liliek Savitri) serta Adik penulis (Farrell Alghifari) yang selalu mendukung dan menyemangati serta mendoakan penulis.
8. Cagiva Abdul Malik selaku partner dalam menjalani hari senang, hari duka, dan hari-hari menuju penulian proposal yang selalu ada, memberikan semangat secara lahir dan batin, serta kasih sayang tulus kepada penulis
9. Toru dan Maru, kucing penulis yang sempat hadir mewarnai hidup sebagai pelepas keruhnya pikiran. Kasih dan memori yang kita bangun akan tetap terkenang walau raganya sudah menghilang.
10. Intan Shafa Sulisty Aji, penulis yang alhamdulillah diberi kekuatan untuk melalui segala ujian, hambatan, rintangan, dan semua kondisi yang tidak nyaman, akhirnya bisa menyelesaikan Proyek Akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam merangkai Proyek Akhir ini terdapat kekurangan, sehingga diharapkan pembaca dapat memberi masukan yang membangun untuk penulis, serta proposal ini dapat bermanfaat,

Bandung, 31 Agustus 2023

**Penulis**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	12
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III.....	24
RANCANGAN PENELITIAN.....	24
A. Rancangan Peneltian .....	24
B. Partisipan Dan Tempat Penelitian .....	24
BAB IV .....	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
BAB V.....	49
SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	49
A. Simpulan .....	49
B. Rekomendasi.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	54
LAMPIRAN .....	56

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 1 Data Insight</b> .....	35
<b>Gambar 4. 2 Data Hasil Kuesioner</b> .....	35
<b>Gambar 4. 3 Data Kuesioner</b> .....	37
<b><i>Gambar 5. 1 Contoh Template Instagram Feeds</i></b> 52	
<b>Gambar 5. 2 Contoh Penerapan Konten</b> .....	52
<b>Gambar 5. 3 Contoh Template Instastory</b> .....	53

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing : Buku Pemasaran Digital*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Diamond, S. (2019). *Social Media Marketing All in One for Dummies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Dr. Garaika, D. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV Hira Tech.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Institute, C. M. (2014). *Content Marketing Handbook*. Europe: Warsaw.

### Jurnal, Situs, Artikel Berita

- Jamaludin, A. F. (2022). *Pemasaran Era Kini : Pendekatan Berbasis Digital*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Junaid, I. (2017). *Museum Dalam Perspektif Pariwisata dan Pendidikan*. Sulawesi Selatan: Politeknik Negeri Makassar.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2019, Januari 29). *Pengertian Museum*. Retrieved from Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi: <https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2019, Januari 29). *Pengertian Museum*. Retrieved from Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi: <https://museum.kemdikbud.go.id/pengertian-museum>
- Lieb, R. (2012). *Content Marketing: Think Like a Publisher - How to Use Content to Market Online and in Social Media*. Que Publishing.
- M, D. L. (2013). *Content Marketing*. Austria: University of Applied Sciences.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Rizal Pahleviannur, d. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kabupaten Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Nasrullah, d. (2020). *Pemasaran Pariwisata : Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sapto Haryoko, e. a. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik & Prosedur Analisis)*. Makassar: Universitas Negeri makassar.

Tuton T, S. (2018). *Social Media Marketing Third Edition*. London: SAGE Publication.