

PROGRAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL MELALUI TIKTOK KAMPUNG BETAWI SETU BABAKAN, KECAMATAN JAGAKARSA, JAKARTA SELATAN

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Destinasi Pariwisata
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

XYALMA ADNIN
201923205

**PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

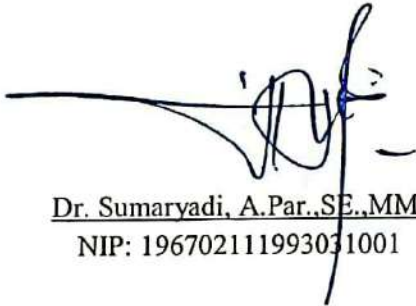
JUDUL PROYEK AKHIR

PROGRAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL MELALUI TIKTOK KAMPUNG BETAWI SETU
BABAKAN, KECAMATAN JAGAKARSA, JAKARTA SELATAN


NAMA : XYALMA ADNIN
NIM : 201923205
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Dr. Sumaryadi, A.Par.,SE.,MM.
NIP: 196702111993031001



Drs. Renalmon Hutahean, M.M.
NIP: 195912081986031001

Bandung, 3 Juli 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Mude Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.
NIP: 19710316 199603 2 001

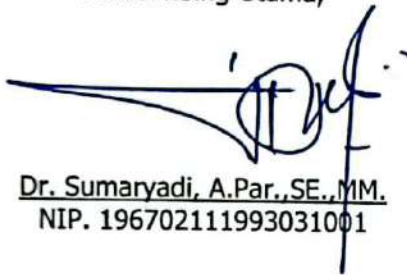
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PROGRAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL MELALUI TIKTOK KAMPUNG BETAWI
SETU BABAKAN, KECAMATAN JAGAKARSA, JAKARTA SELATAN

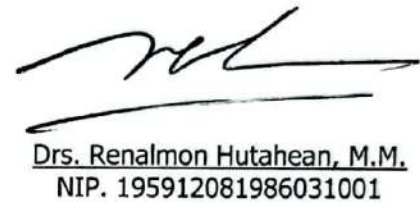
NAMA : Xyalma Adnin
NIM : 201923205
JURUSAN : Kepariwisata
PROGRAM STUDI : Destinasi Pariwisata

Pembimbing Utama,



Dr. Sumaryadi, A.Par., SE., MM.
NIP. 196702111993031001

Pembimbing Pendamping,



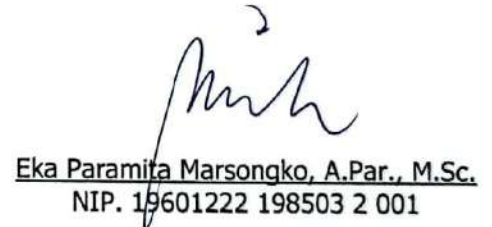
Drs. Renalmon Hutahean, M.M.
NIP. 195912081986031001

Penguji I,



Sugeng Hermanto, S.Sos., M.M.Par
NIP. 19581212 199303 1 002

Penguji II,



Eka Paramita Marsongko, A.Par., M.Sc.
NIP. 19601222 198503 2 001

Bandung, 1 September 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

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

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

-QS. Al-Insyirah : 5

HALAMAN PERSEMBAHAN

Proyek Akhir penulis persembahkan kepada:

1. Nunung Setiyawati, Ibu penulis yang selalu memberikan perhatian dan doa kepada penulis.
2. Irawadie, Ayah penulis yang senantiasa mendukung dan mengarahkan penulis.
3. Dzulfikar Yudistira dan Shah Ramadhan, kakak-kakak penulis yang selalu memberikan semangat.
4. Dosen Pembimbing yang selalu membantu dan memberikan pelajaran berharga bagi penulis.
5. Pihak Unit Pengeloa Kawasan Perkampungan Budaya Betawi yang sudah mengizinkan dan membantu penulis dalam proses data penelitian.
6. Novia Dwiyanti, manusia spesial yang selalu ada dalam suka maupun duka dan memberikan motivasi untuk penulis.
7. Sahabat-sahabat penulis, Zahra, Ayuwanda, Dita, Fahra, dan Asavini, yang menjadi teman seperjuangan dalam penelitian dan selalu memberikan semangat.
8. Tiara dan Rio, teman seperbimbingan dalam mengerjakan penelitian dan selalu memberikan yang terbaik serta semangat satu sama lain.
9. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019 Program Studi Destinasi Pariwisata

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Xyalma Adnin
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/10 Mei 2001
NIM : 201923205
Program Studi : Destinasi Pariwisata
Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
Program Pemasaran Media Sosial Melalui Tiktok Kampung Betawi Setu Babakan, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
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 PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



10000
METEKA
TEMPEL
2495AKX538349889

Xyalma Adnin
201923205

ABSTRAK

Media Sosial pada saat ini digunakan banyak orang sebagai media informasi, komunikasi, dan promosi. Kampung Betawi Setu Babakan juga sudah mulai menggunakan media sosial sebagai sarana informasi dan edukasi. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengelolaan yang sudah dilakukan oleh Unit Pengelola Perkampungan Budaya Betawi pada akun Tiktok mereka sesuai dengan konsep dari Regina Luttrell yaitu “The Circular Model of Some” yang terdiri dari empat dimensi yaitu Share, Optimize, Manage, dan Engage. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pada penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Hasil proyek akhir menunjukkan bahwa pengelolaan akun Tiktok Kampung Betawi belum optimal dalam pengelolaannya sesuai dengan konsep The Circular Model of Some. Pada dimensi Share, akun Kampung Betawi, pemilihan media sosial Tiktok adalah untuk menjangkau generasi muda yang banyak memakai aplikasi Tiktok, serta kurang memperkuat kepercayaan publik pada profil dan konten informasi yang dibuat. Pada dimensi Optimize, postingan belum memiliki rencana atau jadwal untuk dibuat secara stabil, selain itu juga kurang dalam membangun hubungan komunikasi dengan audiens. Pada dimensi Manage, pengelolaan dan pemantauan media sosial dilakukan dengan menggunakan fitur Tiktok namun masih sedikit dan kurang. Dimensi Engage pada akun belum melibatkan influencer atau audiens untuk berinteraksi, namun masih menjaga komunikasi dengan menjawab direct message audiens.

Kata kunci: Pengelolaan media sosial, Tiktok, Program Pemasaran, The Circular Model of Some

ABSTRACT

Social Media is currently used by many people as a medium of information, communication, and promotion. Betawi Setu Babakan Village has also started using social media as a means of information and education. The purpose of this study is to see the management that has been carried out by the Betawi Cultural Village Management Unit on their Tiktok account in accordance with the concept of Regina Luttrell, namely "The Circular Model of Some" which consists of four dimensions, namely Share, Optimize, Manage, and Engage. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. This study used three data collection techniques, namely Interview, Observation, and Documentation. The results of the final project show that the management of the Kampung Betawi Tiktok account has not been optimal in its management in accordance with the concept of The Circular Model of Some. In the Share dimension, the Kampung Betawi account, the selection of Tiktok social media is to reach the younger generation who use the Tiktok application a lot, and less strengthen public trust in the profile and information content created. In the Optimize dimension, posts do not have a plan or schedule to be made stably, but also lack in building communication relationships with the audience. In the Manage dimension, social media management and monitoring is carried out using Tiktok features but still few and less. The Engage dimension on the account does not yet involve influencers or audiences to interact, but still maintains communication by answering the audience's direct messages.

Keywords: Social media management, Tiktok, Marketing Program, The Circular Model of Some

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan YME karena dengan berkat dan rahmat-nya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “**Program Pemasaran Media Sosial Melalui TikTok Kampung Betawi Setu Babakan, Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan**”. Penulisan Proyek Akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat mengikuti Sidang dalam penyusunan Proyek Akhir pada program studi Destinasi Pariwisata.

Dalam menyelesaikan laporan ini penulis mendapatkan banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak dalam menghadapi beberapa hambatan dan kesulitan oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andar Danova Goeltom, M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos.,M.M.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan
3. Ibu Wisi Wulandari, S.ST.Par.,M.M.Par selaku Ketua Program Studi Destinasi Pariwisata
4. Bapak Dr Sumaryadi, A.Par.,SE.,MM. selaku pembimbing pertama yang telah memberi pengarahan ilmu dalam proses penyelesaian penulisan penelitian ini.
5. Bapak Renalmon Hutahean, M.M. selaku pembimbing kedua yang telah membantu mengarahkan dalam proses penulisan penelitian ini.
6. Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi, yang selalu membantu dalam penyusunan penelitian

Dalam penulisan ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Demikian laporan ini penulis buat semoga dapat memberikan manfaat oleh seluruh masyarakat dan umumnya untuk para pembaca.

Bandung, 30 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Konsep Digital Marketing	9
2. Social Media Marketing (SMM)	10
3. Pengelolaan Media Sosial (<i>Social Media Management</i>)	12
B. Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Rancangan Penelitian	17
B. Partisipan dan Tempat Penelitian	18
C. Teknik Pengumpulan Data	18
1. Wawancara	18
2. Observasi	19
3. Dokumentasi	20
D. Analisis Data	20
1. Reduksi Data	22
2. Penyajian Data	22
3. Verifikasi/Kesimpulan	23
E. Penguji Keabsahan Data	23
1. Triangulasi Sumber	24
2. Triangulasi Teknik	24
F. Jadwal Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Hasil Penelitian	26
1. Gambaran Umum Kampung Betawi Setu Babakan	26
2. Pengelolaan Media Sosial	30
B. Pembahasan	39
1. Analisis identifikasi brand awareness media sosial	39
2. Analisis optimalisasi akun media sosial	41

3. Analisis pengelolaan akun media sosial.....	42
4. Analisis tingkat engagement media sosial	44
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	46
A. Simpulan.....	46
B. Rekomendasi Program Pemasaran Media Sosial Tiktok	48
1. Identifikasi dan meningkatkan brand awareness pada media sosial	51
2. Optimalisasi akun media sosial.....	53
3. Pengelolaan akun media sosial	54
4. Meningkatkan engagement	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jadwal Penelitian.....	25
2. Rekomendasi Program Media Sosial	48
3. Strategi Perencanaan Pelaksanaan Program.....	50
4. Konten Pilar Media Sosial	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Platform Sosial Media Paling Digunakan di Indonesia Bulan Februari 2023	2
2. Akun Tiktok Resmi Kampung Betawi	4
3. Akun Tiktok Resmi Saung Angklung Udjo	5
4. Ulasan Pengunjung Kampung Betawi Setu Babakan	6
5. Kerangka Pemikiran	16
6. Analisis Data Kualitatif	21
7. Kampung Betawi Setu Babakan	26
8. Daya Tarik Kampung Betawi Setu Babakan	28
9. Wisatawan Pengguna Tiktok	29
10. Tingkat Interaksi dan Jumlah Followers Akun Tiktok Kampung Betawi	32
11. Bio Profil Tiktok Kampung Betawi	33
12. Tingkat Interaksi Komunikasi	34
13. Tanggal Unggahan Konten	35
14. Penggunaan Tools Managing	36
15. Promosi Kampung Betawi oleh Influencer	38
16. Contoh Profil dan Bio Tiktok	51
17. Rencana Konten Media Sosial	54
18. Tiktok Creative Center	55
19. Analisis Hashtag Kampung Betawi Setu Babakan	56
20. Konten Edukasi Hiburan Tiktok	57
21. Analisis Engagement Rate di Tiktok	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Surat Izin Penelitian Lokus	61
Ii. Surat Selesai Penelitian Lokus.....	62
Iii. Catatan Bimbingan	63
iv. Turnitin	64
V. Mov	65
Vi. Pedoman Wawancara Divisi Pelayanan.....	68
Vii. Pedoman Wawancara Admin Tiktok	69
Viii. Pedoman Wawancara Divisi Publikasi Dan Dokumentasi	71
Ix. Pedoman Wawancara Admin Media Sosial.....	72
X. Dokumentasi Peneliti	74
Xi. Transkrip Wawancara	75
Xii. Biodata Peneliti	87

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber dari Jurnal

- Abadi, T. W. (2023). City Branding Melalui Media Tiktok di Provinsi Jawa Timur. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(2).
- Akhmad, S. P. (2022). *Peran Konten Post Instagram Terhadap Keterlibatan Pelanggan Secara Daring pada Industri Kosmetik di Indonesia*.
- Alexander, J. L. (2022). *The Circular Model of Some Pada Pengelolaan Media Sosial Instagram Human Capital Indonesia*. Universitas Negeri Jakarta.
- Hajati, R. P., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2018). Manajemen Aktivitas Media Sosial Akun Instagram @Indonesiabaik.id. *Journal Of Communication Studies P*, 3(2).
- Haq, A. A. (2022). *Manajemen Konten Media Sosial Instagram Pada Akun Unofficial Kampus @HITZ.UMY dan @UIISTORY*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Haudi, Handayani, W., Musnaini, Suyoto, Y. T., Prasetyo, T., Pital-Oka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I. R., & Cahyono, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961–972. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.015>
- Kurniasari, N. (2021). Analisis Penggunaan Fitur Chat pada Situs E-Commerce dalam Membangun Reputasi Perusahaan Studi Kasus PT Sanwell Austindo. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 3(1), 407–420.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097–1103.
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding Pustakawan. *Libraria*, 7(1), 19–38.
- Pambudi, D. (2022). *Efektivitas Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pariwisata Seloarjuno Campventure*.
- Putri, K. R., & Rahmanta, A. N. (n.d.). *STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN CITRA RSUD Dr. MOEWARDI (Studi Deskriptif tentang Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Moewardi melalui @rsud.moewardi untuk Meningkatkan Citra)*.
- Rohadian, S., & Amir, T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 2(4), 179–187.

So, K. K. F., King, C., Sparks, B. A., & Wang, Y. (2016). The Role of Customer Engagement in Building Consumer Loyalty to Tourism Brands. *Journal of Travel Research*, 55(1), 64–78.

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69–80. <http://researchleap.com/category/>

2. Sumber dari Buku

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th ed.). Pearson Higher Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.).

Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.

Luttrell, R. (2019). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (E. Swayze & M. Manzano, Eds.; 3rd ed.). The Rowman & Littlefield.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.

Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing* (1st ed.). Pena Persada.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Sukmadinata, N. S. (2017). *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktik* (Mukhlis, Ed.). Remaja Rosdakarya.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (M. Waters, Ed.; 3rd ed., Vol. 3). SAGE Publication Ltd.