

PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PEMASARAN DI KEBUN RAYA EKA KARYA BALI

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV



Disusun oleh:

SHAF A AZZAHRA
NIM 2020304020

PROGRAM STUDI DESTINASI PARIWISATA

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PEMASARAN
DI KEBUN RAYA EKA KARYA BALI

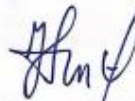
NAMA : SHAF A AZZAHRA
NIM : 2020304020
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,



Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M., CPM(Asia)
NIP : 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Hari Rianto, BFA, MSc
NIP : 19680915 196903 1 001

Bandung, 13 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

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

NIP. 19710316 199603 2 001

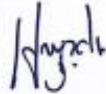
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL PEMASARAN
DI KEBUN RAYA EKA KARYA BALI**

NAMA : SHAFA AZZAHRA
NIM : 2020304020
PROGRAM STUDI : Destinasi Pariwisata

Pembimbing Utama,



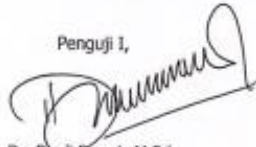
Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M.CPM (Asia)
NIP 19711225 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



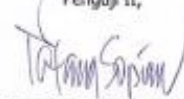
Hari Ristanto, BBA., MSc
NIP 19680915 199903 1 001

Penguji I,



Dr. Risdarwis M.Pd.
NIP 19660124 199203 1 001

Penguji II,



Tatang Sopiani, S.Pd., M.Hum.
NIP 19701009 200605 1 001

Bandung, 8 Agustus 2024

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




Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

QS. Al-Insyirah: 5

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridho-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan Proyek Akhir ini dengan tepat waktu. Proyek Akhir yang telah peneliti susun dipersembahkan kepada :

1. Allah Swt yang menjadi sandaran hati penulis yang selalu membuat kuat setiap harinya
2. Diri sendiri yang telah bertahan dan mau terus berproses
3. Mamah Ivone Susanti dan Ayah Muhammad Yusuf selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, semangat dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir
4. Abang dan Adik penulis yang selalu memberi semangat
5. Dosen pembimbing, Dosen dan staf Poltekpar NHI Bandung yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan Proyek Akhir
6. Teman – Teman terdekat yang selalu memberi semangat, Alsa, Mba Alya, Thala, Puzpita, Fina, Athirah, Ifay, Vidya, Ghina, Nyus, Mardiyah, Shadan, Sakti, Cempaka dan Nisa
7. Teman – Teman seperjuangan Angkatan 2020
8. Pihak Kebun Raya Eka Karya Bali yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian di tempat ini

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Shafa Azzahra
 Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 26 November 2000
 NIM : 2020304020
 Program Studi : Destinasi Pariwisata
 Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: "**Pengembangan Konten Media Sosial Pemasaran Di Kebun Raya Eka Karya Bali**" 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 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, 8 Agustus 2024
 Yang membuat pernyataan,



[Handwritten Signature]

Shafa Azzahra
 NIM.2020304020

ABSTRAK

Kebun Raya Eka Karya Bali merupakan salah satu objek wisata edukasi ternama di Bali yang menawarkan berbagai koleksi tumbuhan eksotis dan berbagai aktifitas wisatawa didalamnya. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan memperluas jangkauan pemasarannya, Kebun Raya Eka Karya Bali perlu mengembangkan strategi konten media sosial yang efektif. Saat ini Kebun Raya Eka Karya Bali sudah menggunakan digital *marketing* dalam memasarkan produknya. Namun pemasaran pada media sosial TikTok terlihat masih sangat kurang dalam pengelolaan yang baik. Terlihat dari TikTok @kebunraya_bali memiliki 17 konten dan 815 like. TikTok yang ada pada akun Kebun Raya Karya Eka Bali belum sepenuhnya menarik perhatian wisatawan. Pengembangan konten media sosial yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Kebun Raya Eka Karya Bali dan menarik minat pengunjung. Pada penelitian Proyek Akhir ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Adapun pengujian keabsahan pada penelitian ini menggunakan uji konfirmabilitas dengan pakar *Creative Associate Specialist* dan menunjukan bahwa media sosial TikTok Kebun Raya Eka Karya Bali belum optimal dalam pengelolaannya. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi mengenai hal yang dapat diperhatikan dalam pengembangan konten media sosial TikTok. Diantaranya yaitu ada Perencanaan, Penelitian, Produksi, Distribusi, Promosi, dan Analisis

Kata Kunci : Kebun Raya Eka Karya Bali, Digital Marketing, Media Sosial TikTok, Pengembangan Konten

ABSTRACT

The Eka Karya Bali Botanical Gardens is one of the well-known educational tourist attractions in Bali which offers various collections of exotic plants and various tourist activities therein. To increase the number of visitors and expand its marketing reach, the Eka Karya Bali Botanical Gardens need to develop an effective social media content strategy. Currently, the Eka Karya Bali Botanical Gardens are using digital marketing to market their products. However, marketing on TikTok social media still seems to be lacking in good management. It can be seen from TikTok that @kebunraya_bali has 17 contents and 815 likes. The TikTok on the Karya Eka Bali Botanical Gardens account has not fully attracted the attention of tourists. It is hoped that the development of effective social media content can increase public awareness about the Eka Karya Bali Botanical Gardens and attract visitor interest. In this Final Project research, descriptive qualitative research methods were used by collecting data from interviews, questionnaires and documentation. The validity test in this research used a confirmability test with Creative Associate Specialist experts and showed that the TikTok social media at Eka Karya Bali Botanical Gardens was not yet optimal in its management. This research produces recommendations regarding things that can be considered in developing TikTok social media content. Among them are Planning, Research, Production, Distribution, Promotion and Analysis

Keywords: Eka Karya Bali Botanical Gardens, Digital Marketing, TikTok Social Media, Content Development

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menulis usulan penelitian yang berjudul “Pengembangan Konten Media Sosial Pemasaran di Kebun Raya Eka Karya Bali” sebagai salah satu syarat untuk mengikuti seminar usulan penelitian dalam penyusunan proyek akhir program studi Destinasi Pariwisata, Jurusan Kepariwisataan.

Dalam penyusunan usulan penelitian ini penulis memiliki banyak keterbatasan dan rintangan tanpa adanya bantuan, motivasi, doa, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penyusunan. Untuk itu, dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Anwari Masatip MM.Par selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami BA., M.M.Par., CHE. Selaku kepala Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos, MM.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Wisi Wulandari, SST.Par.MM.Par. CHE selaku ketua Program studi Destinasi Pariwisata
5. Bapak Dr. Haryadi Darmawan, A.Par., M.M.CPM(Asia) selaku pembimbing utama
6. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc selaku pembimbing pendamping
7. Keluarga peneliti yang telah memberikan dukungan dan doa.

Bandung, 8 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN MAHASISWA	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Fokus Penelitian	15
Tujuan Penelitian	15
Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Kajian Teori	14
B. Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Rancangan Peneliti.....	29
B. Partisipasi dan Tempat Penelitian	29
C. Teknik Alat Pengumpulan Data.....	30
D. Analisis Data	31
E. Pengujian Keabsahan Data.....	32
F. Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian	34
B. Pembahasan.....	38
BAB V	81
A. Kesimpulan.....	81

B. Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Data Indonesia Sebagai Pengguna Tiktok Terbanyak ke 2 di Dunia	2
Gambar. 2 <i>Quick Survey</i> Apakah Anda Sudah Pernah Mengunjungi Kebun Raya Eka karya Bali.....	11
Gambar. 5 Quick Survei Dari Mana Anda Mengetahui Kebun Raya Eka Karya Bali	11
Gambar. 6 Akun Tiktok Kebun Raya Eka Karya Bali.....	13
Gambar. 7 <i>Engagement</i> Rate Media Sosial Tiktok kebunraya_bali	14
Gambar. 8 <i>Engagement</i> Rate Media Sosial Instagram @kebunraya_bali	14
Gambar. 9 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 10 Kebun Raya Eka Karya Bali	34
Gambar 11 Enggagement Akun TikTok @krbekakarya.....	52
Gambar 12 Enggagement Akun TikTok @krbekakarya.....	52
Gambar 13 Tools TikTok Pembuatan Konten	53
Gambar 14 Pencarian Sound Lagu Yang Trend	54
Gambar 15 Pemilihan Video Konten	54
Gambar 16 Lokasi Pembuatan Konten	55
Gambar 17 Proses Shoting Video Konten	56
Gambar 18 Proses Shoting Video Konten	56
Gambar 19 Desain Grafis Animasi Teks Konten.....	57
Gambar 20 Proses Editing Konten.....	58
Gambar 21 Koreksi Konten	58
Gambar 22 Publikasi Konten	59
Gambar 23 Distribusi Konten TikTok pada @krbekakarya	63
Gambar 24 Distribusi Konten	65
Gambar 25 Bio TikTok @krbekakarya.....	71
Gambar 26 <i>Caption</i> dan lokasi TikTok @krbekakarya	72
Gambar 27 Perbedaan Konten TikTok @krbekakarya @kebunraya_bali.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Jumlah Kunjungan Kebun Raya Eka Karya Bali Tahun 2019-2023.....	9
Tabel 2 Kunjungan Setiap Bulan Kebun Raya Eka Karya Bali Tahun 2019-2023	9
Tabel 3 Jadwal Penelitian	33
Tabel 4 Pembahasan Perencanaan	39
Tabel 5 Pembahasan Penelitian.....	47
Tabel 6 Langkah Dalam Promosi.....	67
Tabel 7 Indikator.....	74
Tabel 8 Tabel Rekomendasi.....	84

DAFTAR PUSTAKA

- 7 Tips Terbaik Untuk Membuat Video TikTok.
https://www.tiktok.com/business/library/Top_Tips_SMB_ID.pdf
- Arya, S. M., Wahid, R., & Purnamasari, E. D. (2022). Pemasaran Melalui Media Sosial di TikTok: Apakah Waktu dan Tipe Konten Memengaruhi Tingkat Keviralan? *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 17–34. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4439>
- Cahyani, A. I., & Hanifa, F. H. (2022). Analisis Dan Pengembangan Konten Media Sosial Marketing Pada Instagram @Herbalhayatii Tahun 2022. *E-Proceeding Of Applied Science*, 8(5), 363–369. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital->
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- hanum, siti fatimah, Darma, I. D. P., Iryadi, R., Rahayu, A., & Sutomo, S. (2021). Mengenal Koleksi Tematik Kebun Raya Eka Karya Bali dalam Sebuah Taman. In *Mengenal Koleksi Tematik Kebun Raya Eka Karya Bali dalam Sebuah Taman*. <https://doi.org/10.14203/press.342>
- HERRERA VILLANUEVA, E. Y. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 2017(1), 1–9. <http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/11756>
- Hidayat, F., & Nizar, M. (2021). Model Addie (Analysis, Design, Development, Implementation and Evaluation) Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Inovasi Pendidikan Agama Islam (JIPAI)*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.15575/jipai.v1i1.11042>
- Julia, D. D. (2023). Penggunaan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Usaha Chill Bill &Platter). *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72382%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72382/2/11170150000075_DindaDwiJulia.pdf
- Kotler, P. H. K. I. S. (2017). *MARKETING.4.0*. GRAMEDIA. [http://mpe.fe.unp.ac.id/sites/default/files/marketing 4.0.pdf](http://mpe.fe.unp.ac.id/sites/default/files/marketing%204.0.pdf)
- Lailatul Mufidah, K. T. (2021). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 7(3), 6.
- Maharani, S., & Cahyani, L. (2023). Analisis Pengembangan Konten Media Sosial

- pada Instagram PT. Telekomunikai Indonesia, Tbk Bandung Tahun 2022. *EProceedings* ..., 9(2), 579–583. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/19846%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/19846/19212>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI WILAYAH DKI JAKARTA*. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Menparekraf Dorong Pelaku Ekraf Maksimalkan Platform Digital dalam Pemasaran Produk. (2023). 28 Januari 2023. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dorong-pelaku-ekraf-maksimalkan-platform-digital-dalam-pemasaran-produk>
- Pambudi, D. (2022). *Efektivitas Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Pariwisata Seloarjuno Campventure*. 2–29.
- Sugiono. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.