

**EFEKTIVITAS PROMOSI PAKET TOUR MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI GANDAPURA  
HOLIDAY, BANDUNG**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan  
Studi pada Program Diploma IV  
Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh :

**ARIANTO FELIX SANTOSO**

201621161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR  
EFEKTIVITAS PROMOSI PAKET TOUR MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DI GANDAPURA HOLIDAY BANDUNG

NAMA : Arianto Felix Santoso  
NIM : 201621161  
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Perjalanan  
(MBP)  
JURUSAN : Perjalanan

Pembimbing I,



Endang Komesty Sinaga, SS.,  
MM.Par., CHE.

NIP 19741103 200812 2 001

Pembimbing II,



Kuswardhani, Dra., M. Ed.

NIP 19730315 20065 1002

Bandung, .....

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



**“USAHA TIDAK AKAN MENGHIANATI HASIL”**

(Peneliti 2020)

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan karya ini untuk:

### **Tuhan Yesus**

Karena segala sesuatu yang saya lakukan selalu dibimbing dan diberi jalan oleh-Nya.

### **Kedua Orang Tua dan Adik Tercinta**

Terima kasih atas semua yang telah diberikan untuk saya, baik itu dukungan, doa dan kasih sayang yang tak terhingga. Semoga dengan hasil karya saya ini dapat menjadi kebanggaan bagi mereka.

### **Teman-teman MBP 2016**

Dalam 4 tahun yang terasa cepat namun sangat berkesan ini, saya sangat berterima kasih kepada teman-teman sekalian yang telah mendukung dan membantu saya dalam pembuatan laporan ini. Semoga kedepannya kita semua dapat menjadi orang-orang yang sukses dan dapat berkumpul kembali.

### **Dosen Perjalanan dan Dosen Pembimbing**

Terima kasih atas segala ilmu, nasihat dan pelajaran yang telah diberikan selama 4 tahun ini. Juga bimbingan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ARIANTO FELIX SANTOSO  
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 23 FEBRUARI 1998  
NIM : 201621161  
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN  
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: Efektivitas Promosi Paket Tour Melalui Media Sosial Instagram di Gandapura Holiday Bandung 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, 15 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,

M.   
FC255AHE347908402  
A 6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Arianto Felix Santoso

## **ABSTRACT**

*Gandapura Holiday is a travel agency that conducts its personal selling and advertising activities through Instagram by selling various products such as tour packages, travel tickets, and hotel vouchers. This research goal is to determine the the effectivity of the company promotion activities on their Instagram @gandapuraholiday using a model known as AIDA by measuring customer's attention, interest, desire, and actions of the company.*

*The research method used in this research is descriptive research method with quantitavite approach. Data collection techniques were carried out by using questionnaire and literature studies. The sample in this research was picked using purposive sampling technique by determining some special selection or probability.*

*Based on the research that has been conducted, the sales of the tour package through Instagram @gandapuraholiday has three dimensions which can be categorized into good criteria and one dimension of action with average criteria or in other word, enough. Dimension of action is the last stage than three other dimensions, and the promotion through Instagram needs to be improved by the way of increasing the lowest indicator in three dimensions of Attention, Interest and Desire, most importantly the rational motivation indicator in order to increase the sales growth of Gandapura Holiday.*

***Key Words: Travel Bureau, Promotion, Social Media, Instagram, AIDA Model***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Kuasa atas berkat, karunia, serta rahmat-Nyalah yang sudah memberi penyertaan pada peneliti sehingga peneliti dapat menuntaskan penulisan Proyek Akhir dengan judul “Efektivitas Promosi Paket Tour Melalui Media Sosial Instagram di Gandapura Holiday, Bandung”. Proyek Akhir ini diajukan sebagai syarat terakhir dalam menyelesaikan studi jenjang Diploma-IV, Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan Proyek Akhir ini, penulis menerima banyak pembimbingan dan bantuan yang membangun dari berbagai sumber. Oleh karena itu, peneliti secara khusus ingin menghanturkan ucapan syukur kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan selaku Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Ibu Kuswardhani, Dra., M.Ed selaku Dosen Pembimbing II.
5. Seluruh Dosen, Instruktur dan staf program studi Manajemen Bisnis Perjalanan.
6. Orang tua dan keluarga yang tidak hentinya memberikan *support* serta doa-doa yang tidak berkesudahan.
7. Pihak Gandapura Holiday yang telah bersedia untuk dijadikan obyek penelitian dan telah banyak membantu dalam proses pengumpulan data penelitian ini.



8. Teman – teman Manajemen Bisnis Perjalanan 2016 yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan Proyek Akhir ini.
9. Teman – teman saya Michelle, Malvin, Age, Otto, Gianni, Devi, Dinga, Vian, Rizard, Wahyu, Denise, Glorie, yang selalu memberikan doa dan *support* selama ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak hal yang dirasa kurang, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dan saran yang positif demi perkembangan permintaan maaf terlebih dahulu jika terdapat ketidak sempurnaan dalam penulisan dan isi dari Proyek Akhir ini. Peneliti memohon akan adanya masukan dan rekomendasi saran yang positif dari semua orang yang telah membaca Proyek Akhir ini demi kebaikan dan perkembangan peneliti. Peneliti mohon semoga Proyek Akhir ini dapat memberi dampak dan manfaat pada wawasan dan ilmu pengetahuan pada umumnya, khususnya untuk peneliti dan untuk pembaca penelitian ini.

**Bandung, Juli 2020**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	12
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pemasaran .....	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	Error! Bookmark not defined.
3. Bauran Pemasaran Digital ( <i>Digital Marketing Mix</i> ) .....	Error! Bookmark not defined.
4. <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi) ...	Error! Bookmark not defined.
5. Periklanan Melalui Media Sosial ....	Error! Bookmark not defined.
6. Media Sosial .....	Error! Bookmark not defined.
7. Instagram .....	Error! Bookmark not defined.
8. Efektivitas Promosi .....	Error! Bookmark not defined.
9. AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ) .	Error! Bookmark not defined.
B. Kerangka Pemikiran .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	

<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B. Obyek Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>C. Populasi dan Sampling .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>D. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>F. Analisis Data .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>G. Jadwal Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### **BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

<b>A. Simpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>B. Rekomendasi .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
-----------------------------	-------------------------------------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
-----------------------	-------------------------------------

## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. DATA KEGIATAN PROMOSI PAKET TOUR DI GANDAPURA HOLIDAY.....	6
2. MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	37
3. PENILAIAN SKALA LIKERT.....	39
4. UJI VALIDITAS.....	41
5. UJI RELIABILITAS.....	43
6. JADWAL PENELITIAN.....	44
7. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI <i>ATTENTION</i> ...	45
8. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI <i>INTEREST</i> .....	47
9. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI <i>DESIRE</i> .....	49
10. TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI <i>ACTION</i> .....	50
11. HASIL PENELITIAN MENGENAI DIMENSI <i>ATTENTION</i> .....	52
12. HASIL PENELITIAN MENGENAI DIMENSI <i>INTEREST</i> .....	53
13. HASIL PENELITIAN MENGENAI DIMENSI <i>DESIRE</i> .....	55
14. HASIL PENELITIAN MENGENAI DIMENSI <i>ACTION</i> .....	56

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. INSTAGRAM GANDAPURA HOLIDAY .....	5

## DAFTAR BAGAN

<b>BAGAN</b>	<b>HALAMAN</b>
1. KERANGKA PEMIKIRAN.....	29

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta.
- Belch, G. &. (2009). *Advertising and Promotion (An Integrated Marketing Communications Perspective)*. New York: McGrawHill Irwin.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Chaffey, D. (2011). *E-Business and E-Commerce Management : Strategy, Implementation, and Practice (5th Edition)*. Pearson Education.
- Chaffey, D. (2016). *Digital Marketing, 6/E*. London.
- cnnindonesia.com. (2019, February 4). *Netizen Indonesia Paling Gemar Belanja Online*. Diambil kembali dari CNN Indonesia:  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190201173813-185-365769/netizen-indonesia-paling-gemar-belanja-online>
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of Qualitative Research (3rd ed): Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. USA: Library of Congress Cataloguing-in-Publication Data.
- Coviello, N. M. (2001). *Understanding it-enable interactivity in contemporary marketing*. *Journal of Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 4. Henderi, M.
- Durianto, D. d. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- ekonomi.bisnis.com. (2019, September 24). *Wah, Segini Target Kunjungan Turis di 5 Destinasi Wisata Super Prioritas*. Diambil kembali dari Bisnis.com:  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190924/12/1151853/wah-segini-target-kunjungan-turis-di-5-destinasi-wisata-super-prioritas>
- Kitson, H. S. (1920). *Manual for the Study of the Psychology of Advertising and Selling*. Philadelphia.
- Kotler, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. &. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Li, J., & Yu, H. (2013). An Innovative Marketing Model Based on AIDA. *iBusiness*, 47-51.
- Lin, S. M. (2011). Marketing Mix (7P) and performance assessment of western fast food industry in Taiwan. *African Journal of Business Management*.

- M Nisrina. (2015). *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Marketer, E. (2020). *Apa itu Digital Marketing dan Kegunaannya untuk Bisnis Anda?* Diambil kembali dari <https://elitemarketer.id/productivity/apa-itu-digital-marketing-2>
- McCombes, S. (2019, May 15). *Descriptive Research*. Diambil kembali dari Scribbr: <https://www.scribbr.com/methodology/descriptive-research/>
- McLeod, S. (2018). *Questionnaire: Definition, Examples, Design, and Types*. Diambil kembali dari SimplyPsychology: <https://www.simplypsychology.org/questionnaires.html>
- Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in Tourism*. Glasgow: CABI Publishing.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Peck, R., Olsen, C., & Devore, J. L. (2016). *Introduction to Statistics and Data Analysis* (5th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Peterson, A. F. (1959). *Pharmaceutical Selling*. Heathcote-Woodbridge.
- Pradnya, I. A. (2016). Efektivitas Iklan Dengan Analisis Aida (Attention, Interest, Desire Dan Action) Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha Di Kota Singaraja.
- Pride, W. M., & Ferrel, O. C. (2006). *Marketing: Concepts and Strategies* (13th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Rawal, P. (2013). AIDA Marketing Communication Model: Stimulating a Purchase Decision in The Minds of The Consumers Through a Linear Progression of Steps. *International Journal of Multidisciplinary Research in Social & Management Sciences*.
- Schenck, B. F. (2012). *Small Business Marketing Kit For Dummies* (3rd ed.). Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Siyoto, S. &. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soemirat, S. E. (2012). *Dasar – Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid Ketujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Educational Research Methods Quantitative, Qualitative Approach and R&D*. Bandung: Alfabeta.
- tekno.kompas.com. (2019, December 23). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>



- tekno.kompas.com. (2019, 12 23). *Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia?* Diambil kembali dari Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- travel.kompas.com. (2019, November 8). *Bikin 5 Destinasi Super Prioritas Kebanggaan Baru Indonesia, Ini Rencana Wishnutama*. Diambil kembali dari Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2019/11/08/101101327/bikin-5-destinasi-super-prioritas-kebanggaan-baru-indonesia-ini-rencana?page=all>
- Ward, A. (2002). *CE Entrepreneurship: Introduction to Marketing*. Diambil kembali dari The University of York: <https://www-users.york.ac.uk/~aew6/Courses/CE%20Module/PDF%20Files/market.pdf>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research, Design and Methods* (3rd ed.). Newbury Park: Sage Publications.
- Yoeti, O. A. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.