

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DI PT. PERCIKAN IMAN
TOURS & TRAVEL**

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan

Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Sisusun oleh :

REGINA PIRANTI PRIYONO

Nomor Induk : 201721915

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN PENGATURAN PERJALANAN

JURUSAN PERJALANAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DI PT. PERCIKAN IMAN
TOURS & TRAVEL**

NAMA : REGINA PIRANTI PRIYONO
NIM : 201721915
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PENGATURAN PERJALANAN

Pembimbing I,



Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc

NIP: 198504192009121002

Pembimbing II,



Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc., CPM (Asia)

NIP: 197506112002121001

Bandung, Desember 2021

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

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

NIP: 198504192009121002

Menyetujui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

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

NIP: 198504192009121002

HALAMAN MOTTO

“Hidup itu keras, harus bekerja keras untuk membuat mimpi itu benar-benar terjadi. Tidak apa-apa untuk mengerjakannya sedikit demi sedikit, tetap jangan pernah menyerah dan terus mengerjakannya. Kebahagiaan itu tidak datang dengan sendirinya melainkan diri kita yang harus membuat sesuatu untuk terus bahagia”

(Penulis, 2021)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan proyek akhir ini untuk :

Allah SWT

Puji serta syukur yang sebesar- besarnya karena masih diberikan nafas, kesehatan, dan kesempurnaan untuk mengerjakan tugas proyek akhir ini dengan penuh perjuangan dan semangat.

Bapa, Mama, Renata dan Prabu

Terima Kasih banyak karena sudah mendukung dari awal sampai akhir, karya ini adalah sebuah tanda bakti untuk kedua orang tua yang sangat dicintai dan dibanggakan walaupun ada keterlambatan tapi masih mendukung sampai akhir. Karya ini juga dipersembahkan untuk adik-adik tersayang, untuk rena dan prabu semoga ini bisa menjadi pembelajaran.

Rekan-rekan seperjuangan MPP 2017

Terima kasih banyak karena sudah melalui masa sulit bersama, dan terima kasih banyak karena selalu memberikan semangat. Semoga dimasa depan dapat bertemu dengan keadaan sukses

Ana, Wina, Atik, Ester, dan Stefany Cokro

Terima kasih karena selalu memberikan dukungan, menerima apa adanya dan terima kasih banyak karena sudah membantu di segala situasi, dan terakhir terima kasih karena sudah membuat kenangan yang indah selama kuliah

Diri Sendiri

Terima kasih banyak sudah mau berjuang tanpa menyerah dengan situasi yang memang sedang diuji, terima kasih karena telah bangkit dan tidak terpuruk dalam keadaan.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Regina Piranti Priyono
Tempat / Tanggal Lahir : Bandung, 26 September 1999
NIM : 201721915
Program Studi : Manajemen Pengaturan Perjalanan
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir / Proyek Akhir / Skripsi yang berjudul: **“Efektivitas Media Sosial di PT. Percikan Iman Tour & Travel”** 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, Oktober 2021
Yang membuat pernyataan,



Regina Piranti Priyono
NIM : 201721915

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi penduduk beragama islam terbanyak di dunia hal tersebut memberikan peluang bisnis yang sangat baik untuk pertumbuhan biro perjalanan haji dan umrah di indonesia. Akan tetapi terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap biro perjalanan ibadah umrah. Diantaranya penelantaran jemaah sehingga tidak jadi berangkat dan kondisi pandemi penyakit Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020. Pandemi penyakit Covid-19 ini mempengaruhi dan membuat masyarakat harus melakukan pemberlakuan pembatasan yang biasa disebut dengan (PPKM). Hal tersebut berdampak pada meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, karena masyarakat harus melakukan pembatasan dengan diam di rumah, otomatis semua hal seperti bekerja, sekolah dan belanja dilakukan secara daring. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 73,7% dengan penggunaan internet mencapai 29,3% lalu media sosial sebesar 24,7%.

PT. Percikan Iman Tour & Travel merupakan salah satu biro perjalanan ibadah haji dan umrah yang berdiri sejak tahun 2004 yang biasa dikenal dengan Percik Tour. Percik Tour ini menawarkan paket ibadah seperti haji dan umrah, dan paket wisata muslim. Percik tour ini memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dan menjadikan salah satu upaya untuk memberikan kepercayaan kepada calon jemaah yang akan melaksanakan ibadah haji, umrah, atau paket wisata muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas media sosial yang digunakan oleh Percik Tour.

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian ini diambil dari jemaah yang pernah melakukan perjalanan haji, umrah, atau wisata muslim di Percik Tour sebanyak 74 orang. Teknik analisis data yang dipakai yaitu EPIC Model yang memiliki variabel Empati (*empathy*), Persuasi (*Persuasion*), Dampak (*Impact*), dan Komunikasi (*Communication*). Hasil analisis EPIC Model untuk masing-masing variabel yaitu empati:4,092, persuasi:4,244, dampak:4,074, dan komunikasi:4,274. Hasil analisis dari empat variabel tersebut berada pada rentang “efektif”. Nilai EPIC rate dari rata-rata nilai empat variabel tersebut berada pada angka 4,171, dan nilai tersebut termasuk kedalam skala “efektif”. Rentang skala tersebut didapatkan dari rentang skala efektivitas.

Kata kunci : **Efektivitas, Promosi, Media Sosial**

ABSTRACT

Indonesia is a country that has the largest Muslim population in the world, this provides excellent business opportunities for the growth of Hajj and Umrah travel agencies in Indonesia. However, there are several obstacles that affect public trust in the Umrah travel agency. Among them are the neglect of the congregation so that they do not leave and the condition of the Covid-19 disease pandemic that occurred at the beginning of 2020. The Covid-19 pandemic has affected and forced the community to carry out what is commonly known as PPKM. This has an impact on increasing internet penetration in Indonesia, because people have to do things quietly at home, automatically all things such as work, school and shopping are done boldly. The Association of Indonesian Internet Service Providers (APJII) stated that internet penetration in Indonesia has reached 73.7% with internet usage reaching 29.3% and social media at 24.7%.

PT. percikan Iman Tour & Travel is one of the Hajj and Umrah travel agencies that was founded in 2004, commonly known as Percik Tour. This Percik Tour offers worship packages such as Hajj and Umrah, and Muslim tour packages. This Percik tour utilizes social media as a media promotion and is an effort to give confidence to prospective pilgrims who will carry out the Hajj, Umrah, or Muslim tour packages. This study aims to determine how effective the social media used by Percik Tour is.

In this study using a descriptive method with a quantitative approach. The samples of this study were taken from 74 pilgrims who had traveled to Hajj, Umrah, or Muslim tours at Percik Tour. The data analysis technique used is the EPIC Model which has the variables of Empathy, Persuasion, Impact, and Communication. The results of the EPIC Model analysis for each variable are empathy: 4,092, persuasion: 4,244, impact: 4,074, and communication: 4,274. The results of the analysis of the four variables are in the "effective" range. The EPIC rate value of the average value of the four variables is at 4,171, and these values are included in the "effective" scale. The scale range is obtained from the effectiveness of the scale range.

Keyword :Effectiveness, Promotion, Social Media

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan Proyek Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Diploma IV, Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penyusunan Proyek Akhir ini tentunya tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari banyak pihak, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kurun waktu penyusunan ini, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom. S.Sos., M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan Kabag. Administrasi dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan.
3. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Sc., M.Hum selaku dosen pembimbing pertama.
4. Bapak Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua.
5. Bapak Yogi P. Sugiari selaku Direktur dari PT. Percik Tour and Travel sekaligus sebagai narasumber
6. Ibu Lilia Erni Kusuma selaku Manager Pemasaran dari PT. Percik Tour and Travel sekaligus sebagai narasumber
7. Kedua orangtua sangat dicintai serta adik yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan mahasiswa/i MPP 2017 yang telah memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis juga menyadari bahwa Proyek Akhir ini belum sempurna, baik dari penyajiannya maupun dari segi materi. Untuk itu saran serta masukan sangat diharapkan dalam penyempurnaan Usulan Proposal Proyek Akhir ini. Penulis berharap semoga di dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca umumnya bagi penulis.

Bandung, Oktober 2021

Penulis,

Regina Piranti Priyono

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Pendekatan Penelitian.....	20
B. Obyek Penelitian	21
C. Populasi dan Sampling	23
D. Metode Pengumpulan Data	24
E. Definisi Operasional Variabel.....	28

F.	Analisis Data.....	31
G.	Jadwal Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
A.	Hasil Penelitian.....	40
B.	Pembahasan.....	59
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		66
A.	Simpulan.....	66
B.	Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN.....		74
BIODATA PENULIS.....		91

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 TINGKAT KESUKAAN GENERASI.....	5
GAMBAR 2 GRAFIK JUMLAH JEMAAH WISATA	7
GAMBAR 3 KERANGKA PEMIKIRAN	19
GAMBAR 4 LOGO PT. PERCIKAN IMAN TOUR & TRAVEL	21
GAMBAR 5 STRUKTUR ORGANISASI.....	22
GAMBAR 6 GARIS RENTANG KONTINUM	33
GAMBAR 7 JENIS KELAMIN RESPONDEN	41
GAMBAR 8 USIA RESPONDEN	42
GAMBAR 9 KOTA TEMPAT TINGGAL	43
GAMBAR 10 RESPONDEN	44
GAMBAR 11 MEDIA SOSIAL YANG SERING DIGUNAKAN.....	45
GAMBAR 12 POSISI DIMENSI EMPATI	59
GAMBAR 13 POSISI DIMENSI PERSUASI	61
GAMBAR 14 POSISI DIMENSI DAMPAK.....	62
GAMBAR 15 POSISI DIMENSI KOMUNIKASI	63
GAMBAR 16 SKOR EPIC.....	64
GAMBAR 17 <i>PROMOTION</i> DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	69
GAMBAR 18 REKOMENDASI SOROTAN PADA MEDIA SOSIAL	70

DAFTAR TABEL

TABEL 1 PERKEMBANGAN COVID-19 DI INDONESIA	3
TABEL 2 NILAI SKALA LIKERT	32
TABEL 3 RENTANG SKALA KEPUTUSAN EPIC MODEL	34
TABEL 4 UJI VALIDITAS.....	36
TABEL 5 TABEL KOEFISIEN RELIABILITAS	38
TABEL 6 HASIL UJI RELIABILITAS KUESIONER	38
TABEL 7 PENILAIAN PADA DIMENSI EMPATI.....	48
TABEL 8 PENILAIAN TERHADAP DIMENSI PERSUASI.....	51
TABEL 9 PENILAIAN TERHADAP DIMENSI DAMPAK	54
TABEL 10 PENILAIAN TERHADAP DIMENSI KOMUNIKASI.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER <i>GOOGLE FORM</i>	74
LAMPIRAN 2 TABEL MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	75
LAMPIRAN 3 KUESIONER	76
LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS.....	78
LAMPIRAN 5 TRANSKRIP WAWANCARA	79
LAMPIRAN 6 BIODATA PENULIS	91

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center for academic publishing service).
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmadi, H. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Dihni, V. A. (2021, September 14). *Instagram, Media Sosial Favorit Gnerasi Z di Dunia*. Dipetik Oktober 5, 2021, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id>
- Durianto, sugiaro, Widjaja, & Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fitra, S. (2021, 10 4). *Perkembangan Covid-19 di Indonesia: Total Kasus Capai 4.220.206 Kasus (Senin, 4/10)*. Dipetik Oktober 5, 2021, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id>
- Gitosudarmo, i. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Indonesia, K. A. (t.thn.). *Data PPIU*. Dipetik Febuari 21, 2021, dari sisko Patuh: <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/>
- Jayani, D. H. (2020, Febuari 28). *Berapa Jumlah Jemaah Haji di Indonesia*. Dipetik Agustus 8, 2021, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Bussiness Horizons.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing*. Jakarta: Cv. Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusnandar, V. B. (2019, September 25). *Indonesia, Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia*. Dipetik Agustus 8, 2021, dari databoks: <https://databoks.katadata.co.id>
- Mashabi, S. (2021, Agustus 26). *Kemenag Tegaskan Indonesia Belum Boleh Kirim Jemaah Umrah ke Arab Saudi*. Dipetik Oktober 5, 2021, dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perfektif komunikasi, budaya, sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis rekatama.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia indonesia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia indonesia.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyani, Y. M. (2021, April 4). *Internet Sudah Jadi Naas Baru Kehidupan di Tengah Pandemi*. Dipetik Oktober 13, 2021, dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- sugiyono. (2012). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup! lus: Contoh Spesifik riset kepuasan dan ketidak puasan pelanggan, strategi mewujudkan kepuasan pelanggan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Yip, B., & Perasso, V. (2021, Juni 25). *Asal Covid-19 : Apakah kia perlu tahu dari mana asal virus corona ini ?* Dipetik Agustus 8, 2021, dari BBC News Indonesia: www.bbc.com