

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI  
PROMOSI PEMASARAN TEMPAT WISATA ALAM GUNUNG  
PANCAR DI ERA NEW NORMAL ( Studi Pada PT. Wana  
Wisata Indah )**



**ADHITYA NANDA SAYKADA  
6815164891**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Olahraga

**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI  
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2022**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PROMOSI  
PEMASARAN TEMPAT WISATA ALAM GUNUNG PANCAR DI ERA  
NEW NORMAL ( Studi Pada PT Wana Wisata Indah )**

**Adhitya Nanda Saykada**

**ABSTRAK**

Tempat wisata alam gunung pancar merupakan salah satu tempat wisata alam yang berada di Kabupaten Bogor, tempat wisata alam ini memiliki area *camping ground* yang luas dan didalamnya terdapat banyak tempat wisata lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola tempat wisata alam gunung pancar, yaitu PT. Wana Wisata Indah bagi pengembangan pemasaran tempat wisata alam gunung pancar dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki. Penelitian ini dilakukan di Jl. Desa, Kampung Ciburial, RT.03 RW.03, Desa Karang Tengah, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat pada bulan Desember 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah sumber daya manusia yang ada didalam kepengurusan PT. Wana Wisata Indah yaitu, manajer pemasaran PT. Wana Wisata Indah, *staff* pemasaran, dan bagian multimedia sekaligus admin akun media sosial tempat wisata alam gunung pancar. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi data dengan pedoman hasil reduksi data, wawancara, dan dokumentasi. Temuan yang ditemukan pada penelitian ini adalah bagaimana PT. Wana Wisata Indah melakukan strategi promosi pemasaran lewat pemanfaatan media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat diketahui secara lengkap mengenai kelebihan harga paket yang ditawarkan murah dan memiliki pemandangan barisan pohon pinus, sedangkan kekurangannya yaitu pemanfaatan media sosialnya harus lebih luas dan aktif.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Strategi Promosi, Pemasaran, Tempat Wisata.

**THE USE OF SOCIAL MEDIA AS A MARKETING PROMOTION  
STRATEGY FOR MOUNT PANCAR NATURAL ATTRACTIONS IN THE  
NEW NORMAL ERA ( Study On PT. Wana Wisata Indah**

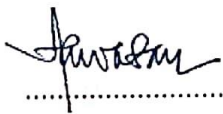

**Adhitya Nanda Saykada**


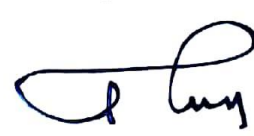
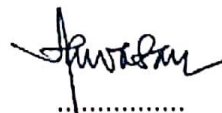
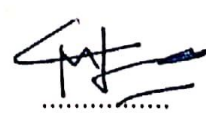

**ABSTRACT**

*Mount pancar natural tourist spot is one of the natural tourist attractions in Bogor Regency, this natural tourist spot has a large camping ground area and in it there are many other tourist attractions. This study aims to determine the extent of the promotion strategy carried out by the manager of the Mount Pancar natural tourist spot, namely PT. Wana Wisata Indah for the development of marketing for Mount Pancar natural attractions by utilizing their social media. This research was conducted on JL. Village, Ciburial Village, RT. 03 RW.03, Karang Tengah Village, Babakan Madang District, Bogor Regency, West Java on December 2021. The method of this study it's qualitative descriptive method. The research subject in this study is the human resources in the management of PT. Wana Wisata Indah, namely, the marketing manager of PT. Wana Wisata Indah, marketing staff, and the multimedia section as well as admin of social media accounts for mount pancar nature tourism. The data collection technique used data triangulation with the results of data reduction guidelines, interviews, and documentation. The findings found in this study are how PT. Wana Wisata Indah carries out a marketing promotion strategy through the use of social media. In addition, this research can be seen in full regarding the advantages of the package prices offered are cheap and have views of rows of pine trees, while the drawback is that the use of social media must be wider and active.*

**Key Word** : Social Media, Promotion Strategy, Marketing, Tourist Attractions.

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<b>Pembimbing I</b> <u>Dr. Aan Wasan, S.Sos, M.Si</u> NIP. 19711219 200501 1 001	 .....	15/02 2022
<b>Pembimbing II</b> <u>Masnur Ali, M.Pd</u> NIP. 19920901 201903 1 014	 .....	15/02 2022

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Nofi Marlina Siregar, M.Pd</u> NIP. 19770128 200501 2 002	Ketua	 .....	16/02 2022
2. <u>Abdul Kholik, M. Pd</u> NIP. 19751228 200501 1 001	Sekretaris	 .....	17/02 2022
3. <u>Dr. Aan Wasan, S.Sos, M.Si</u> NIP. 19711219 200501 1 001	Anggota	 .....	15/02 2022
4. <u>Masnur Ali, M. Pd</u> NIP. 197512282005011001	Anggota	 .....	15/02 2022
5. <u>Bazuri Fadillah Amin, M. Pd</u> NIP. 0330088703	Anggota	 .....	16/02 2022

Tanggal Lulus : 03 Februari 2022

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2022  
Yang membuat pernyataan,

Adhitya Nanda Saykada  
No.Reg 6815164891



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adhitya Nanda Saykada  
NIM : 6815164891  
Fakultas/Prodi : Olahraga Rekreasi  
Alamat email : Nandasaykada@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Pemasaran Tempat Wisata Alam Gunung Pancar Di Era New Normal ( Studi Pada PT. Wana Wisata Indah )

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta , 24 Februari 2022

Penulis

( Adhitya Nanda Saykada )

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti dapat menyelesaikan skripsi. Penulisan Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Olahraga di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini

Oleh karena itu peneliti sangat mengapresiasi dan berterimakasih sedalam – dalamnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penelitian selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih secara khusus peneliti sampaikan kepada Dr. Johansyah Lubis, M. Pd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian. Dr. Taufik Rihatno selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta. Hartman Nugraha M.Pd selaku Koordinator Program Studi Olahraga Rekreasi yang telah memberikan arahan dan persetujuannya kepada peneliti untuk melakukan penelitian. Bazuri Fadillah Amin, M.Pd sebagai pembimbing akademik saya dan juga saya ucapkan terimakasih kepada Dr. Aan Wasan, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam mengarahkan dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Masnur Ali, M.Pd selaku dosen pembimbing 2 yang telah mengarahkan dan memberi saran

ke peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Keluarga tersayang terutama orang tua yang telah memberikan dukungan dan serta doa yang tidak dapat terhitung. Seluruh dosen dan staff program studi Olahraga Rekreasi yang telah memberikan berbagai ilmu kepada peneliti dan membantu peneliti dalam proses administrasi selama mengikuti pendidikan. Sahabat – sahabat mahasiswa yang tidak dapat disebut satu per satu yang sama – sama berjuang dan memberikan dukungan semangat serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini sehingga kritik dan saran yang dapat membangun skripsi ini, berguna melengkapi kekurangan dari penulisan skripsi ini sanet peneliti harapan dari pembaca

Akhir kata, peneliti berharap semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan dan kemurahan hati dan selalu memberikan taufik dan hidayah – Nya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi diri peneliti dan pengembangan ilmu pengetahuan olahraga rekreasi

Jakarta, Februari 2022

Peneliti

( Adhitya Nanda Saykada )

No. Reg. 6815164891



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Perumusan Masalah .....	5
E. Kegunaan Penelitian .....	6
 <b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b>	
A. Definisi Konseptual .....	8
1. Media Sosial .....	8
a. Social Networking.....	12
b. Blog.....	12
c. Microblogging.....	12
d. Media Sharing.....	13
e. Social Bookmarking.....	13
f. Wiki.....	13

2. Promosi .....	14
3. Strategi Promosi .....	16
4. Pemasaran .....	17
5. Pariwisata .....	19
6. Objek Wisata (Tempat Wisata Alam Gunung Pancar) .....	22
B. Kerangka Berpikir .....	25

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Tujuan Penelitian .....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
C. Metode Penelitian .....	26
D. Informan Penelitian .....	28
E. Teknik Pengambilan Data .....	30
F. Instrumen Penelitian .....	31
G. Pengujian Validitas .....	33
H. Teknik Analisis Data .....	35
I. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	36

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

A. Gambaran Umum Tentang Tempat Wisata Alam Gunung Pancar..	38
B. Deskripsi Data .....	39
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	42
1. Wawancara .....	42

- a. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi pemasaran tempat wisata alam gunung pancar di era new normal..... 42
- b. Strategi promosi pemasaran PT Wana Wisata Indah menentukan harga ( *price* ) dan produk ( *product* ) di era new normal.. 46
- c. Strategi PT. Wana Wisata Indah mengenai promosi ( *promotion* ) di era new normal..... 49
- d. Strategi promosi pemasaran PT Wana Wisata Indah melihat tempat ( *place* ) di era new normal..... 54

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan ..... 58
- B. Saran ..... 60

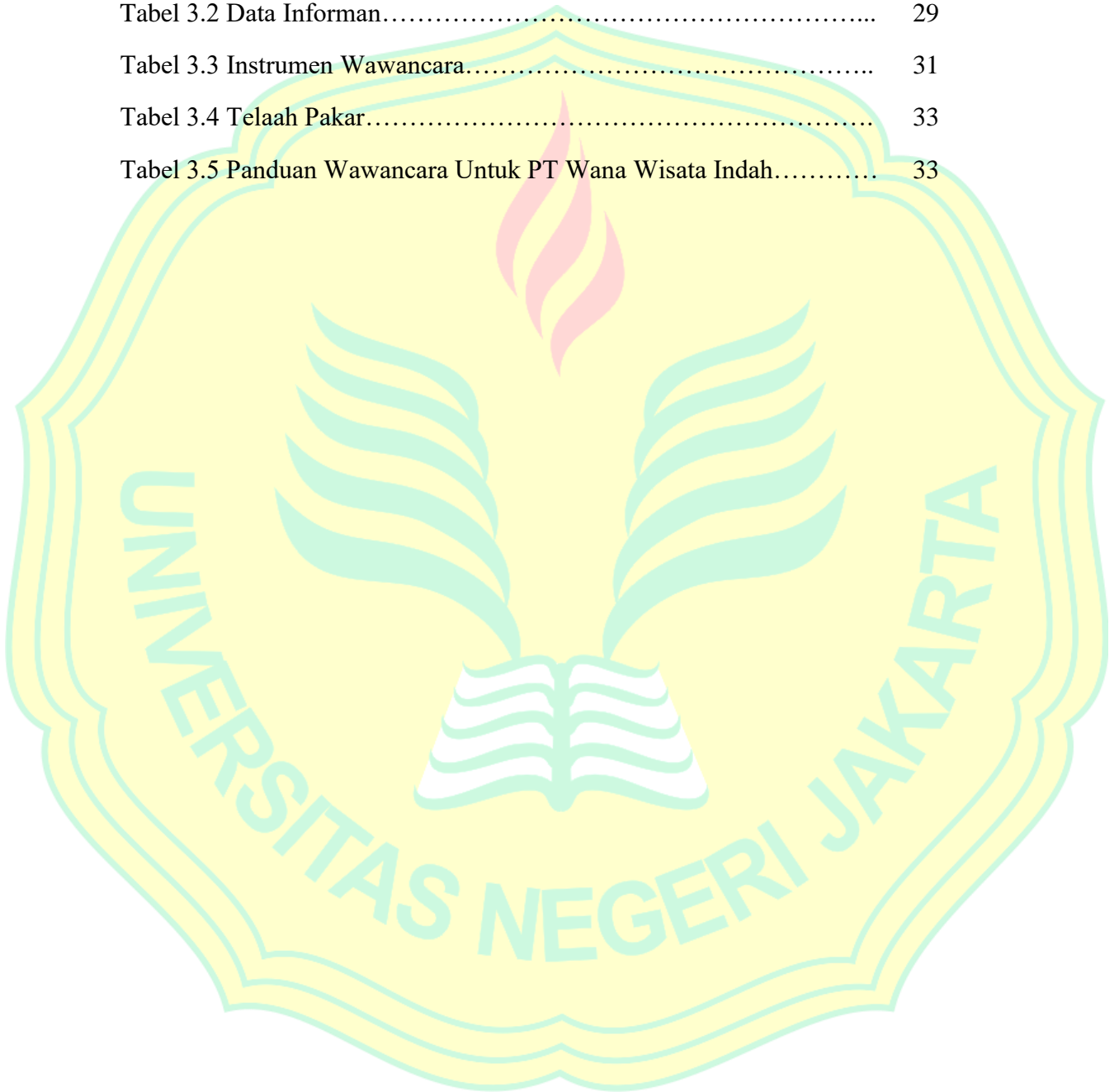
**DAFTAR PUSTAKA ..... 62**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN ..... 67**



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan Kunci.....	29
Tabel 3.2 Data Informan.....	29
Tabel 3.3 Instrumen Wawancara.....	31
Tabel 3.4 Telaah Pakar.....	33
Tabel 3.5 Panduan Wawancara Untuk PT Wana Wisata Indah.....	33



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Tempat Wisata Alam Gunung Pancar.....	23
Gambar 2.2 Logo PT. Wana Wisata Indah.....	24
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data : Model Interaktif.....	36
Gambar 4.1 Media sosial yang dimiliki TWA Gunung Pancar.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengujian Validitas.....	67
Lampiran 2 Panduan Wawancara.....	69
Lampiran 3 Catatan Lapangan.....	72
Lampiran 4 Catatan Wawancara.....	76
Lampiran 5 Dokumentasi dan surat surat.....	103

