

**PERAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG DI WISATA
REKREASI ATV ADVENTURE INDONESIA
JAKARTA TIMUR**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

MARIO CHANDRA SIHALOHO

1605620025

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

PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI

FAKULTAS ILMU OLAHRAGA

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

MARET 2024

PERAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG DI WISATA REKREASI ATV *ADVENTURE* INDONESIA.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran promosi yang dilakukan pihak pengelola wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia terhadap keputusan pengunjung dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pihak kepengurusan perusahaan ATV *Adventure* Indonesia yaitu Direktur Utama, Supervisor, 2 Karyawan dan 2 Wisatawan ATV *Adventure* Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi data dengan pedoman hasil reduksi data, wawancara, dan dokumentasi serta dengan teknik pengumpulan data yang telah dikumpulkan, dianalisis menggunakan analisis data kualitatif yaitu menggambarkan keadaan objek penelitian. Wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia memiliki konsep *fun offroad*, sehingga semua kalangan dari berbagai usia dari anak-anak, remaja, maupun orang tua dapat menikmati kenyamanan dan aman. Petugas pengelola melakukan promosi media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, *Facebook* sehingga dapat menarik indahnya wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia. Promosi mempunyai peran penting dalam mengenalkan Wisata Rekreasi ATV *Adventure* Indonesia ke masyarakat luas dan juga berfungsi untuk meningkatkan pendapatan bagi wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia.

Kata Kunci: Peran Promosi, Media Sosial, Keputusan Pengunjung,


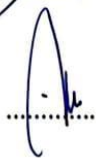
***THE ROLE OF PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA ON VISITOR
DECISIONS IN RECREATIONAL TOURISM ATV ADVENTURE
INDONESIA***

Abstract

This study aims to determine the role of promotion carried out by the management of ATV Adventure Indonesia recreational tourism on visitor decisions by utilizing their social media. This research uses descriptive qualitative research methods. The research subjects in this study were the management of the ATV Adventure Indonesia company, namely the President Director, Supervisor, 2 Employees and 2 ATV Adventure Indonesia Tourists. Data collection techniques using data triangulation with data reduction guidelines, interviews, and documentation and with data collection techniques that have been collected, analyzed using qualitative data analysis, namely describing the state of the object of research. ATV Adventure Indonesia recreational tourism has a fun offroad concept, so that all people of various ages from children, adolescents, and parents can enjoy comfort and safety. The management officer promotes social media such as Instagram, Tiktok, Youtube, Facebook so that it can attract the beauty of ATV Adventure Indonesia recreational tourism. Promotion has an important role in introducing ATV Adventure Indonesia Recreational Tourism to the wider community and also serves to increase revenue for ATV Adventure Indonesia recreational tourism.

Keywords: *Promotion Role, Social Media, Visitor Decision.*

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I <u>Hartman Nugraha, M.Pd</u> NIP. 197409092003121001		15/07/2024
Pembimbing II <u>Dr. Sri Nuraini, M.Pd</u> NIP. 196707301993032001		11/07/2024

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Iwan Barata, M.Pd</u> NIP. 196803092001121001	Ketua		10/07/2024
2. <u>Masnur Ali, M.Pd</u> NIP. 199209012019031000	Sekretaris		12/07/2024
3. <u>Hartman Nugraha, M.Pd</u> NIP. 197409092003121001	Anggota		15/07/2024
4. <u>Dr. Sri Nuraini, M.Pd</u> NIP. 196707301993032001	Anggota		11/07/2024
5. <u>Abdul Kholik, S.Pd, M.Pd</u> NIP. 197512282005011001	Anggota		11/07/2024

Tanggal lulus : 03 Juli 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik 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 dipublikasikan orang lain, kecuali 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 di kemudian hari terdapat penyimpangan 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, 03 Juli 2024

Yang menyatakan,



Mario Chandra Sihalo

Noreg. 1605620025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Mario Chandra Sihaloho
NIM : 1605620025
Fakultas/Prodi : Ilmu Olahraga/Olahraga Rekreasi
Alamat email : Sihaloho2303@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 : Peran Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Rekreasi ATV Adventure Indonesia

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, 18 Juli 2024

(Mario Chandra Sihaloho)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa, telah melimpahkan segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peranan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Rekreasi *ATV Adventure* Indonesia Jakarta Timur”. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan mencapai gelar Sarjana Olahraga (S.Or) Program Studi Olahraga Rekreasi, Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Aan Wasan, S.Sos., M.Si selaku Dosen ahli dan Koordinator Program Studi Olahraga Rekreasi, Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Hartman Nugraha S.Pd, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, arahan, bimbingan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dr. Sri Nuraini, M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran dan arahan yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Abdul Kholik, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu saya dalam pelaksanaan perkuliahan saya.

5. Bapak Jior Sihaloho (Alm) dan Ibu Armala Purba tercinta selaku orang tua penulis yang senantiasa bersabar dan telah banyak sekali memberikan dorongan moril maupun material bagi kegiatan akademis penulis.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Olahraga Rekreasi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan berbagi pengalamannya kepada saya.
7. Muhamad Haqiqi Distri selaku Direktur Utama, Anggi Noval Firdaus selaku Supervisor, Fikri Falah Abdilah dan Ryan Wisnu Saputra selaku karyawan *ATV Adventure* Indonesia yang sudah menjadi narasumber dalam penelitian ini.

Penulis berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Namun penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan pada penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jakarta, 24 Juni 2024

MCS

DAFTAR ISI

Abstrak	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Kegunaan Hasil Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIK	8
A. Deskripsi Konseptual	8
1. Promosi	8
2. Media Sosial	12
3. Keputusan Pengunjung	18
4. <i>ATV Adventure</i> Indonesia	21
Kerangka Berpikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Tujuan Penelitian	32
B. Tempat dan Waktu Penelitian	32
C. Metode Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel	34
E. Informan Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Instrumen Penelitian	38
H. Pengujian Validitas	41
I. Teknik Analisis Data	42
J. Pemeriksaan Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Tentang ATV <i>Adventure</i> Indonesia	46
B. Deskripsi Data.....	47
C. Pembahasan Hasil Wawancara	50
1. Wawancara.....	50
a. Peran Promosi mengenai Attention (Perhatian).....	51
b. Peran promosi mengenai Interest (Minat)	53
c. Peran promosi mengenai Desire (Keinginan).....	55
d. Peran promosi mengenai Action (Tindakan)	56
e. Peran promosi melalui media sosial mengenai Entertainment (Hiburan)	56
f. Peran promosi melalui media sosial mengenai Interaction (interaksi).....	58
g. Peran promosi melalui media sosial mengenai Trendiness (Informasi Terbaru).....	59
h. Peran promosi melalui media sosial mengenai Customization (Pembangunan Komunitas).....	61
i. Peran promosi melalui media sosial mengenai Destination Area (Tempat Tujuan).....	62
j. Peran promosi melalui media sosial mengenai Travelling Mode (Tipe Perjalanan).....	63
k. Peran promosi melalui media sosial mengenai Time and Cost(Waktu dan Biaya).....	64
l. Peran promosi melalui media sosial mengenai Travel Agent (agen Perjalanan).....	65
m. Peran promosi melalui media sosial mengenai Service Souch (Sumber Jasa)	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Media sosial Facebook	15
Gambar 2. 2 Logo Media Sosial Instagram	16
Gambar 2. 3 Logo Media Sosial Youtube.....	17
Gambar 2. 4 Logo Media Sosial Tiktok.....	18
Gambar 2. 5 Logo ATV Adventure Indonesia.....	22
Gambar 2. 6 ATV.....	24
Gambar 2. 7 MotorTrail	25
Gambar 2. 8 Airsoftgun.....	27
Gambar 2. 9 Archery.....	28
Gambar 2. 10 Paint Ball.....	29
Gambar 3. 1Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	44



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Informan Penelitian	36
Tabel 3. 2 Instrumen Wawancara.....	40
Tabel 3. 3 Telaah Pakar (Ahli).....	41
Tabel 3. 4 Intrumen Wawancara kepada pengelola ATV <i>Adventure</i> Indonesia...	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengujian Validitas.....	74
Lampiran 2 Instrumen Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pengunjung Wisata Rekreasi ATV Adventure Indonesia.....	79
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Untuk Pihak Pengelola ATV Adventure Indonesia ..	82
Lampiran 4 Catatan Lapangan.....	84
Lampiran 5 Catatan Wawancara.....	88
Lampiran 6 Dokumentasi Pendukung (Foto Dan Surat-Surat).....	107

