

ANALISIS STRATEGI PROMOSI BOGOR *AQUAGAME*



FAKHRI RIZKY PRATAMA

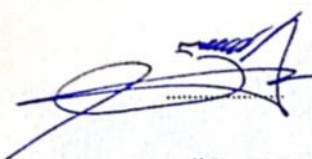
1605622072

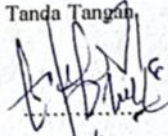
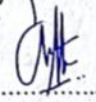
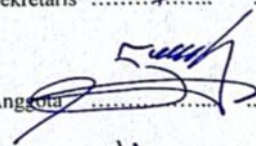
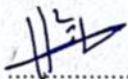
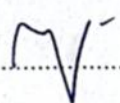
**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Olahraga**

Intelligentia - Dignitas
**PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I		20/7-2026
Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE NIP. 197203022005011002		
Pembimbing II		20/7-2026
Dzulfiqar Diyananda, S.T., M.Pd. NIP. 199005172022031004		

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Prof. Dr. Abdul Sukur, M.Si. NIP. 196811302000031001	Ketua		17/7-2026
Dr. Mela Aryani, S.Si., M.Pd. NIP. 198807102025062001	Sekretaris		17/7-2026
Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE NIP. 197203022005011002	Anggota		20/7-2026
Dzulfiqar Diyananda, S.T., M.Pd. NIP. 199005172022031004	Anggota		20/7-2026
Dr. Eva Julianti P,SE,M.Ec. NIP. 197207192005012001	Anggota		17/7-2026

Tanggal Lulus : 13 Juli 2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Fakhri Rizky Pratama
NIM 1605622072
Fakultas/Prodi : Prodi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan
Alamat email : fakhri200304@gmail.com

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

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

yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PROMOSI BOGOR *AQUAGAME*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 21 Juli 2026

Penulis

Fakhri Rizky Pratama

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

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 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 26 Juni 2026

Yang menyatakan,



Fakhri Rizky Pratama

NIM: 1605622072

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara strategi promosi Bogor *Aquagame*, sebuah objek wisata air di Bogor, Jawa Barat, dengan keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 83 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling, didukung wawancara dengan pengelola sebagai data tambahan. Strategi promosi diukur melalui empat indikator, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal, dengan teori AIDA sebagai dasar teori. Karena data tidak berdistribusi normal, pengujian hipotesis dilakukan dengan korelasi Spearman's rho. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara strategi promosi dengan keputusan berkunjung, dengan nilai korelasi 0,688 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Promosi penjualan memperoleh nilai tertinggi di antara keempat indikator, sementara media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi sarana promosi utama yang menjangkau wisatawan usia 15–25 tahun. Dengan demikian, semakin baik strategi promosi yang diterapkan, semakin tinggi pula keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Bogor *Aquagame*.

Kata Kunci: strategi promosi, keputusan berkunjung, korelasi Spearman, Bogor *Aquagame*



Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the promotional strategy of Bogor Aquagame, a water-based tourist attraction in Bogor, West Java, and tourists' visit decisions. The research used a quantitative method with 83 respondents selected through accidental sampling, supported by interviews with the management as additional data. Promotional strategy was measured through four indicators, namely advertising, sales promotion, public relations, and personal selling, with AIDA theory as the theoretical basis. As the data were not normally distributed, hypothesis testing was conducted using Spearman's rho correlation. The results showed a positive and significant relationship between promotional strategy and visit decisions, with a correlation value of 0.688 and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). Sales promotion obtained the highest score among the four indicators, while social media platforms such as Instagram, TikTok, and Facebook served as the main promotional tools reaching tourists aged 15–25. Thus, the better the promotional strategy implemented, the higher the tourists' decision to visit Bogor Aquagame.

Keywords: promotional strategy, visit decision, Spearman correlation, Bogor Aquagame



Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Bogor *Aquagame*” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Olahraga pada Program Studi Olahraga Rekreasi, Fakultas Ilmu Olahraga dan Kesehatan, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nofi Marlina Siregar, S.Pd., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Olahraga dan Kesehatan Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan dukungan serta kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE., selaku Koordinator Program Studi Olahraga Rekreasi sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Dzulfiqar Diyananda, S.T., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan saran, kritik, masukan, serta bimbingan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Olahraga dan Kesehatan Universitas Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Olahraga Rekreasi, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, bimbingan, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan.
5. Ibu, Ayah, serta seluruh keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, perhatian, dukungan moral maupun material, serta semangat yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman program studi Olahraga Rekreasi 2022 yang selalu menemani, mendukung, memberikan bantuan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini,

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan, pengalaman, waktu, serta kemampuan yang dimiliki penulis selama proses penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun dari berbagai pihak sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan karya ilmiah ini di masa yang akan datang. Penulis berharap setiap masukan yang diberikan dapat menjadi

pembelajaran yang berharga untuk meningkatkan kualitas penelitian maupun pengembangan kemampuan akademik penulis pada kesempatan berikutnya.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang olahraga rekreasi dan manajemen pemasaran pariwisata. Selain itu, penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, peneliti, maupun akademisi yang akan melakukan penelitian sejenis, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Bogor Aquagame dalam mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif sehingga mampu meningkatkan minat dan keputusan masyarakat untuk berkunjung. Semoga segala upaya yang telah dilakukan dalam penyusunan skripsi ini memperoleh ridha Allah SWT dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli, 2026

FRP



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS.....	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah.....	10
E. Kegunaan Hasil Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	12
A. Deskripsi Konseptual	12
1. Strategi.....	12
2. Promosi.....	14
3. Strategi Promosi	23
4. Media Sosial	25
5. Keputusan Pengunjung.....	32
6. Bogor <i>Aquagame</i>	37

B.	Kerangka Berfikir	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
A.	Tujuan Penelitian.....	41
B.	Tempat Dan Waktu Penelitian	41
C.	Metode Penelitian.....	41
D.	Populasi dan Sample	42
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
F.	Instrumen Penelitian.....	43
G.	Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
A.	Deskripsi Data	49
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
2.	Distribusi Sampel	51
3.	Jenis Kelamin	53
4.	Presentase Indikator Instrumen Strategi Promosi Bogor <i>Aquagame</i>	54
5.	Uji Normalitas	59
6.	Uji Hipotesis.....	60
B.	Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
A.	Kesimpulan.....	72
B.	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	79
RIWAYAT HIDUP	100



Intelligentia - Dignitas

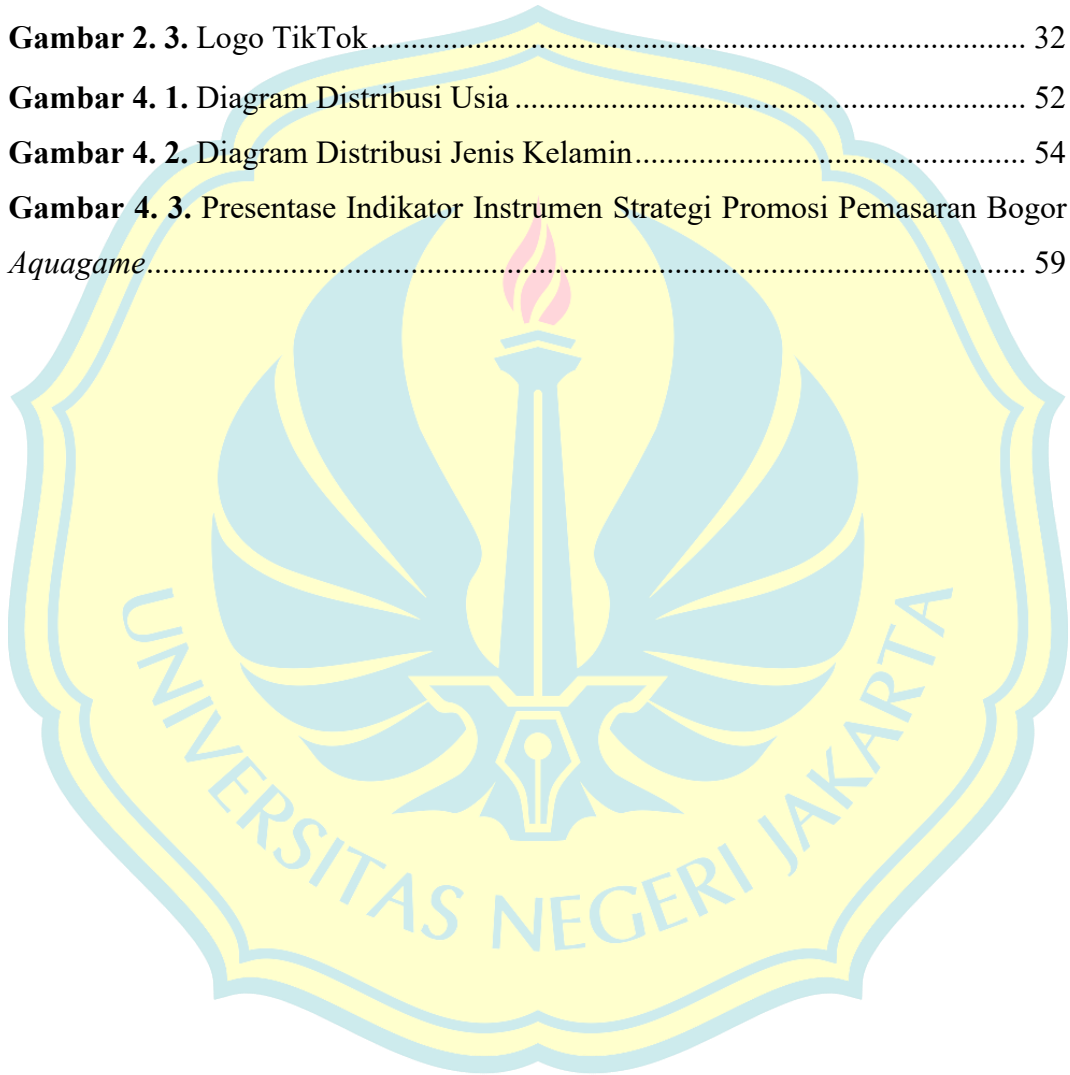
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Instrumen Strategi Promosi Bogor <i>Aquagame</i>	44
Tabel 3. 2. Penilaian kuesioner Strategi Promosi Bogor <i>Aquagame</i>	45
Tabel 3. 3. Penilaian Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 1. Deskriptif Data	49
Tabel 4. 2. Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 3. Distribusi Usia.....	51
Tabel 4. 4. Distribusi Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 5. Indikator Instrumen Strategi Promosi Pemasaran Bogor <i>Aquagame</i> . ..	54
Tabel 4. 6. Uji Normalitas	59
Tabel 4. 7. Uji Hipotesis.....	60

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Logo Facebook	30
Gambar 2. 2. Logo Instagram.....	31
Gambar 2. 3. Logo TikTok.....	32
Gambar 4. 1. Diagram Distribusi Usia	52
Gambar 4. 2. Diagram Distribusi Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4. 3. Presentase Indikator Instrumen Strategi Promosi Pemasaran Bogor <i>Aquagame</i>	59



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengujian Validitas	79
Lampiran 2. Instrumen Penelitian	81
Lampiran 3. Hasil Data kuesioner penelitian	84
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas dan Uji Hipotesis	90
Lampiran 5. Berkas-berkas Pendukung Penelitian.....	91
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian	95



Intelligentia - Dignitas