

**ANALISIS *DIGITAL MARKETING THE NCE PLAYLAND*
PAGEDANGAN SEBAGAI WAHANA OLAHRAGA
REKREASI KELUARGA**



**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**

ANALISIS *DIGITAL MARKETING THE NCE PLAYLAND* PAGEDANGAN SEBAGAI WAHANA OLAHRAGA REKREASI KELUARGA

ABSTRAK

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi dan memilih destinasi rekreasi sehingga pengelolaan *Digital Marketing* menjadi penting bagi wahana keluarga untuk membangun citra, menjangkau audiens, dan mendorong kunjungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis *Digital Marketing The Nce Playland* Pagedangan sebagai wahana olahraga rekreasi keluarga, meliputi pelaksanaan dalam menyampaikan informasi, membangun citra, menarik minat pengunjung, serta mengidentifikasi hambatan dan upaya evaluasinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 11 informan yang terdiri atas unsur pengelola, pelayanan, staf *Digital Marketing*, dan orang tua pengunjung, disertai observasi nonpartisipatif serta dokumentasi aktivitas pada *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, *WhatsApp*, dan *website*. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui pengumpulan, reduksi, penyajian, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Instagram* dan *Tiktok* menjadi media utama dengan dominasi konten visual yang menampilkan fasilitas, harga, dan pengalaman keluarga. Strategi tersebut membangun citra wahana yang aman, nyaman, menyenangkan, dan terjangkau, sekaligus mendukung keputusan berkunjung. Hambatan utama meliputi koordinasi informasi, konsistensi konten, perubahan tren, dan kesenjangan antara informasi digital dengan kondisi lapangan. Penelitian menyimpulkan bahwa keberhasilan *Digital Marketing* bergantung pada relevansi konten, koordinasi operasional, dan evaluasi berbasis data serta pengalaman pengunjung. Penelitian selanjutnya disarankan mengukur efektivitasnya secara kuantitatif dan komparatif.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, olahraga rekreasi, rekreasi keluarga

Intelligentia – Dignitas

DIGITAL MARKETING ANALYSIS OF THE NCE PLAYLAND PAGEDANGAN AS A FAMILY RECREATIONAL SPORTS FACILITY

ABSTRACT

The development of digital media has transformed the way people obtain information and select recreational destinations, making Digital Marketing management essential for family attractions to build brand image, reach audiences, and encourage visits. This study aims to analyze the Digital Marketing of The Nce Playland Pagedangan as a family recreational sports facility, which encompasses its implementation in conveying information, building brand image, and attracting visitors, as well as identifying obstacles and evaluation efforts. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with 11 informants consisting of management elements, service staff, Digital Marketing staff, and visiting parents, along with non-participatory observation and documentation of activities on Instagram, Tiktok, Facebook, WhatsApp, and the website. The data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model through data collection, data reduction, data display, and drawing and verifying conclusions, while data validity was tested using triangulation. The results indicate that Instagram and Tiktok serve as the primary media, dominated by visual content showcasing facilities, prices, and family experiences. This strategy successfully builds the image of a safe, comfortable, enjoyable, and affordable attraction, while simultaneously supporting the visitors' decision-making process. The main obstacles include information coordination, content consistency, shifting trends, and the gap between digital information and actual on-site conditions. The study concludes that the success of Digital Marketing relies on content relevance, operational coordination, and evaluations based on data and visitor experiences. Future research is recommended to measure its effectiveness using quantitative and comparative approaches.

Keyword : Digital Marketing, recreational sports, family recreation.

Intelligentia – Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE. NIP. 197203022005011002		29/7/26
Pembimbing II Dr. Mela Aryani, S.Si., M.Pd. NIP. 198807102025062001		27/7/2026

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE NIP. 197203022005011002	Ketua		29/7/26
Dzulfiqar Diyananda., S.T, M.Pd. NIP. 199005172022031004	Sekretaris		28/7/2026
Dr. Mela Aryani, S.Si., M.Pd. NIP. 198807102025062001	Anggota		27/7/2026
Dr. Arisman, M.Pd. NIP. 199002252025061003	Anggota		27/7/2026
Divya Zuhra Rahmawati, M.Pd NIK. 202506051219972101	Anggota		27/7/2026

Tanggal Lulus : 23 Juli 2026

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Khairil Ihwan
NIM : 1605622058
Fakultas/Prodi : Prodi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan
Alamat email : ihwankhairil30@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 *DIGITAL MARKETING THE NICE PLAYLAND* PAGEDANGAN SEBAGAI WAHAN OLAHRAGA REKREASI KELUARGA

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, 30 Juli 2026

Penulis

Khairil Ihwan

LEMBAR 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, 22 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Kharil Ihwan
1605622058

KATA PENGANTAR

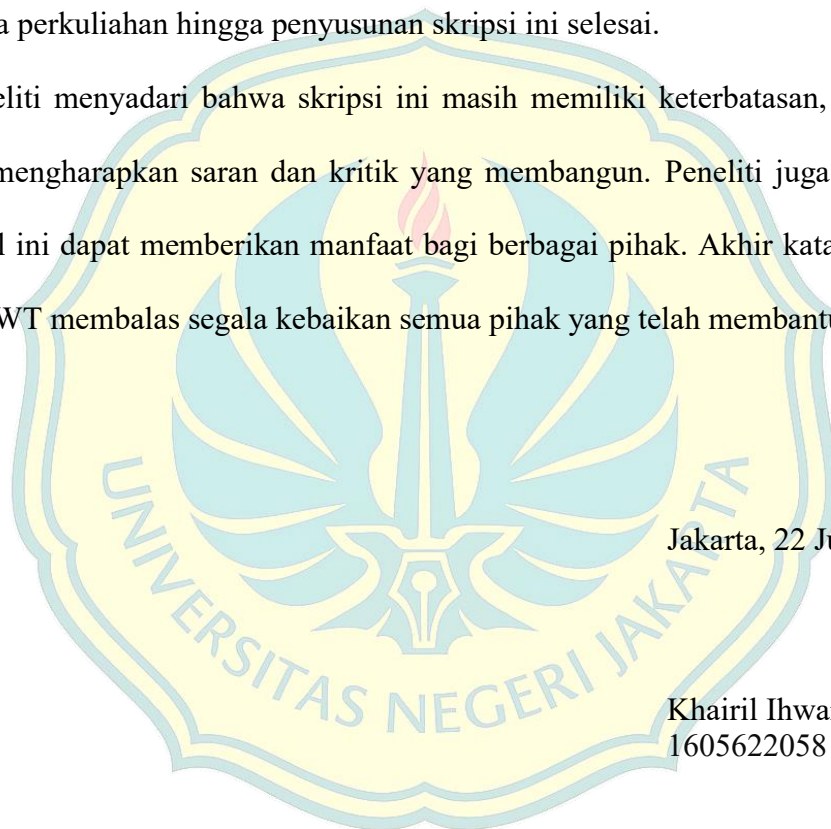
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis *Digital Marketing The Nce Playland* Pagedangan sebagai Wahana Olahraga Rekreasi Keluarga” dapat diselesaikan. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di universitas ini.
2. Ibu Prof. Dr. Novi Marlina Siregar, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Jakarta
3. Bapak Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE. selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Koordinator Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis selama penyusunan proposal skripsi ini.
4. Ibu Dr. Mela Aryani, S.Si., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini
5. Pihak *The Nce Playland* Pagedangan yang telah memberikan izin serta membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan
6. Serta kedua orang tua tercinta, Ayah Drs. H. Zenudin, M.Pd. dan Ibu Dr. Hj.

Hadijah Muhsin, M.M., beserta keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material kepada penulis.

7. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu Agnes Agustina, Dimas Mahardika, Hapid, Falhan, Golam, Mario, Fadhlan, Aldi, dan Aripudin, yang selalu memberikan semangat, bantuan, keceriaan, serta kebersamaan yang sangat berharga selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Peneliti juga berharap proposal ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.



Jakarta, 22 Juli 2026

Khairil Ihwan
1605622058

Intelligentia – Dignitas

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	21
C. Pembatasan Masalah.....	23
D. Rumusan Masalah Penelitian.....	24
E. Kegunaan Hasil penelitian	25
BAB II	28
KAJIAN TEORETIK	28
A. Deskripsi Konseptual.....	28
B. Kerangka Berpikir.....	84
BAB III.....	86
METODOLOGI PENELITIAN	86
A. Tujuan Penelitian	86
B. Tempat dan Waktu Penelitian	86
C. Metode Penelitian.....	87
D. Informan Penelitian.....	88
E. Teknik Pengumpulan Data.....	91
F. Instrumen Penelitian.....	92
G. Pengujian validitas	114
H. Teknik Analisis Data.....	114
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	116
BAB IV	120
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	120
A. Deskripsi Data.....	120

B. Hasil Dan Temuan Penelitian.....	126
C. Pembahasan.....	171
BAB V.....	201
KESIMPULAN DAN SARAN	201
A. Kesimpulan	201
B. Saran.....	204
DAFTAR PUSTAKA	206
LAMPIRAN-LAMPIRAN	215



Intelligentia – Dignitas

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Data Informan Penelitian	89
Tabel 3.2 Data Teknik Pengumpulan Data	91
Tabel 3.3 Instrumen Wawancara Manajer	97
Tabel 3.4 Instrumen Wawancara Supervisor	99
Tabel 3.5 Instrumen Wawancara Senior Bagian Pelayanan	101
Tabel 3.6 Instrumen Wawancara Orang Tua Pengunjung	102
Tabel 3.7 Instrumen Wawancara Staf <i>Digital Marketing</i>	104
Tabel 3.8 Pedoman Observasi <i>Digital Marketing</i>	108
Tabel 3.9 Pedoman Observasi Kondisi Wahana Dan Fasilitas	110
Tabel 3.10 Pedoman Observasi Aktivitas Pengunjung	111
Tabel 3.11 Pedoman Observasi Pelayanan Dan Komunikasi Di Lokasi	112
Tabel 3.12 Pedoman Observasi Kesesuaian Promosi Digital	113
Tabel 3.13 Telaah Pakar (Ahli)	114
Tabel 4.1 <i>Coding Analisis Digital Marketing</i>	172
Tabel 4.2 <i>Coding Pelaksanaan Digital Marketing</i>	180
Tabel 4.3 <i>Coding Hambatan Dan Upaya Evaluasi Digital Marketing</i>	189

Intelligentia – Dignitas

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Media <i>Instagram The Nce Playland</i> Pagedangan	43
Gambar 2.2 Media <i>Tiktok Theniceplayland</i> Pagedangan.....	44
Gambar 2.3 Media <i>Facebook The Nce Playland</i> Pagedangan.....	45
Gambar 2.4 Media <i>Whatsapp Theniceplayland</i> Pagedangan.....	46
Gambar 2.5 <i>Website Theniceplayland</i> Pagedangan	47
Gambar 2.6 <i>Website Seo Dan Sem</i>	48
Gambar 2.7 Website Google Ads.....	50
Gambar 2.8 Lokasi <i>The Nce Playland</i> Pagedangan.....	77
Gambar 2.9 <i>Playground Indoor The Nce Playland</i> Pagedangan	78
Gambar 2.10 <i>Playground Outdoor The Nce Playland</i> Pagedangan	78
Gambar 2.11 <i>Rainbow Slide The Nce Playland</i> Pagedangan.....	78
Gambar 2.12 Mini <i>Outbound The Nce Playland</i> Pagedangan	79
Gambar 2.13 Mini Trampolin <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	79
Gambar 2.14 <i>Bom Bom Car The Nice Playland</i> Pagedangan.....	79
Gambar 2.15 Wahana Air <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	80
Gambar 2.16 <i>Mini Flying Fox The Nce Playland</i> Pagedangan.....	80
Gambar 2.17 <i>Mini Zoo The Nce Playland</i> Pagedangan	80
Gambar 2.18 Loker Pelayanan <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	81
Gambar 2.19 <i>Food Cord The Nce Playland</i> Pagedangan	82
Gambar 2.20 <i>Coffe Corner The Nce Playland</i> Pagedangan.....	82
Gambar 2.21 Toilet <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	82
Gambar 2.22 Mushollah Dan Toilet <i>The Nce Playland</i> Pagedangan.....	83
Gambar 2.23 Area Parkir <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	83
Gambar 2.24 Keamanan Wahana <i>The Nce Playland</i> Pagedangan.....	83
Gambar 2.25 Kerangka Berpikir	85
Gambar 3.1.Triangulasi Metode	117
Gambar 3.2. Triangulasi Antar Peneliti	118
Gambar 3.3. Triangulasi Data Responden	119

Gambar 4.1 Lokasi <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	120
Gambar 4.2 Lahan Parkir <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	121
Gambar 4.3 Mushollah <i>The Nce Playland</i> Pagedangan.....	122
Gambar 4.4 Toilet <i>The Nce Playland</i> Pagedangan	122



Intelligentia – Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Hasil Observasi.....	215
Lampiran 2. Catatan Wawancara	219
Lampiran 3. Hasil Dokumentasi	248
Lampiran 4. Dokumen Pendukung	292



Intelligentia – Dignitas