

**STRATEGI PENINGKATAN *PERSONAL BRANDING*: STUDI KASUS
PADA *TRAVEL* HM DI PASAR BEKASI**

TUGAS AKHIR

AZMI ALFARISI

213404516052



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**STRATEGI PENINGKATAN *PERSONAL BRANDING*: STUDI KASUS
PADA *TRAVEL* HM DI PASAR BEKASI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

AZMI ALFARISI

213404516052



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis dengan sungguh – sungguh menyatakan bahwa semua pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

STRATEGI PENINGKATAN *PERSONAL BRANDING* : STUDI KASUS PADA *TRAVEL HM* DI PASAR BEKASI

Merupakan ide atau hasil penelitian pribadi penulis, kecuali untuk kutipan yang secara jelas dikreditkan. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan dalam rangka memperoleh gelar di program serupa di Perguruan Tinggi lain. Apabila terdapat kesalahan atau kelalaian, saya bertanggung jawab sepenuhnya sebagai penulis.

Jakarta, 20 Februari 2025



NPM: 213404516052

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Peningkatan *Personal Branding*: Studi Kasus Pada Travel HM di Pasar Bekasi
Nama Mahasiswa : Azmi Alfarisi
Nomor Pokok : 213404516052
Program Studi : Pariwisata



Jakarta, 20 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **Strategi Peningkatan *Personal Branding*: Studi Kasus Pada Travel HM di Pasar Bekasi**
Nama Mahasiswa : **Azmi Alfarisi**
Nomor Pokok : **213404516052**
Program Studi : **Pariwisata**

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Gagih Pradini, S.Par., M.M.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,

(Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M)

(Ardi Mularsari, S.Pd.,M.Pd.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 20 Januari 2025

Tanggal Lulus: 27 Februari 2025

ABSTRAK

Strategi Peningkatan *Personal Branding*: Studi Kasus Pada Travel HM di Pasar Bekasi

Oleh:

Azmi Alfarisi

213404516052

Tugas Akhir ini dibimbing oleh Gagih Pradini, S.Par., M.M.

Penelitian ini membahas mengenai Strategi Peningkatan *Personal Branding* : Studi Kasus Pada *Travel HM* Di Pasar Bekasi. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *personal branding* yang dilakukan oleh *HM Tour* sehingga bisa lebih baik dari *Tour and travel* lainnya, dan mengetahui *personal branding* yang efektif secara signifikan serta mengetahui tujuan *personal branding* yang sudah di lakukan oleh *HM Tour*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara kepada narasumber dan dianalisis menggunakan aplikasi Nvivo12. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive sampling* dan *Snowball sampling*. Dari hasil analisis *word cloud*, ditemukan bahwa kata kunci yang paling sering muncul dalam wawancara adalah "Pelayanan" dan "Tour Leader", yang menunjukkan bahwa aspek ini menjadi fokus utama dalam membangun *personal branding* *HM Tour*. Pelayanan yang ramah, responsif, dan sesuai standar SOP menjadi faktor yang membedakan *HM Tour* dari *travel agency* lainnya. Selain itu, penampilan profesional dan kemampuan komunikasi yang baik dari *Tourleader* turut memperkuat citra positif *HM Tour* di mata pelanggan.

Kata Kunci: Strategi, *Personal Branding*, *Tour and Travel*.

ABSTRACT

Personal Branding Enhancement Strategy: Case Study on HM Travel in Bekasi Market

By:

Azmi Alfarisi

213404516052

This Final Project was supervised by Gagih Pradini, S.Par., M.M.

This study discusses the Strategy for Improving Personal Branding: Case Study of HM Travel in Pasar Bekasi. The purpose of this study is to find out how personal branding is carried out by HM Tour so that it can be better than other Tour and travel, and to find out personal branding that is significantly effective and to find out the goals of personal branding that has been carried out by HM Tour. This study uses a qualitative method with data collection through interviews with informants and analyzed using the Nvivo12 application. The sampling technique used in this study is Purposive sampling and Snowball sampling. From the results of the word cloud analysis, it was found that the keywords that most often appeared in the interview were "Service" and "Tour Leader", which shows that this aspect is the main focus in building HM Tour's personal branding. Friendly, responsive, and standard SOP service are factors that distinguish HM Tour from other travel agencies. In addition, the professional appearance and good communication skills of the Tourleader also strengthen the positive image of HM Tour in the eyes of customers.

Keywords: Strategy, Personal Branding, Tour and Travel

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Puji Syukur dan terimakasih kepada Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir dengan judul “STRATEGI PENINGKATAN *PERSONAL BRANDING*: STUDI KASUS PADA TRAVEL HM DI PASAR BEKASI”. Tugas akhir ini disusun sebagai bagian untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1), di Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Pada penyusunan proposal tugas akhir ini, penulis bersyukur dikarenakan mendapatkan banyak sekali bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada semua orang yang telah membantu dalam pencapaian ini, penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang senantiasa memberikan nikmat, karunia dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan secara tepat waktu.
2. Bapak Muslimin Djamsari, Ibu Linda NurAmaliah, dan Muhammad Azkal selaku orang tua penulis serta keluarga, yang telah senantiasa mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis agar selalu dimudahkan dan dilancarkan dalam penyusunan tugas akhir.
3. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
4. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono S.T., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E.,M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Gagih Pradini, S.Par.,M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membimbing dan selalu memberikan motivasi sehingga penulis lebih semangat serta memiliki motivasi yang tinggi untuk menyelesaikan tugas akhir.

7. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta dukungan dan saran kepada penulis.
8. Segenap Dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam bidang Pariwisata yang bermanfaat bagi penulis serta menyemangati dan memotivasi penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
9. Ayasifa Nariya Pramesti, seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yang memberikan cinta dan kasih sayang, dukungan, serta pengertian yang sangat berarti bagi penulis selama masa-masa sulit dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
10. Rekan dan sahabat seperjuangan, terkhusus Rachmad Rizky (ucup), Alisyah, Auliah, Rivani dan Dena Fitria yang telah menemani dalam suka dan duka, serta memberikan semangat kebersamaan dalam melalui proses penyusunan tugas akhir ini.
11. Bapak H.Mustakim dan Ibu Indah selaku owner *HM Tour*, yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini, serta para Informan, yang telah membantu memberikan informasi serta data yang mendukung penelitian ini.
12. Bapak H.Damanhuri, guru sekaligus panutan yang senantiasa mendoakan, memberikan saran dan masukan serta semangat kepada penulis dalam proses tugas akhir ini.
13. Azmi Alfarisi, selaku penulis yang sudah berjuang melalui berbagai tantangan, kesulitan dengan penuh kesabaran dan tekad yang kuat untuk keluarga tercinta dalam mendapatkan gelar sarjana pariwisata.

Jakarta, 20 Januari 2025

Penulis

Azmi Alfarisi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Teori Yang Terkait Dengan Landasan Penelitian.....	7
1. Pariwisata.....	7
2. Agen Perjalanan Wisata.....	9
3. Strategi	11
4. <i>Personal Branding</i>	12
B. Hasil Penelitian yang Sesuai dengan Rujukan Penelitian.....	13
C. Kerangka Berpikir	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Objek Penelitian.....	19
B. Rencana dan Tahapan Penelitian	19
C. Data Penelitian.....	21
1. Sumber Data dan Jenis Data	21
D. Instrumen Penelitian	23

E. Teknik Validasi Data	24
F. Teknik Sampling	24
G. Teknik Analisis	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Pembahasan Hasil Analisis	41
1. Strategi <i>Personal Branding</i> HM Tour	41
2. Penerapan <i>Personal Branding</i> HM Tour	42
3. Perbedaan HM Tour	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil penelitian Relevan	13
Tabel 2. Rencana dan Tahapan Penelitian	20
Tabel 3. <i>Koefisien Kolerasi Pearson</i>	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara	1
Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	18
Gambar 3 Logo Perusahaan	30
Gambar 4. Analisis Word Cloud.....	30
Gambar 5. Project Map	34
Gambar 6. <i>Word Similarity</i>	36

