

**STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA
KOTA TANGERANG SELATAN**

TUGAS AKHIR

Vironika Agustin Saputra

203404516062



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2024

**STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA
KOTA TANGERANG SELATAN**

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

Vironika Agustin Saputra
203404516062



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA KOTA TANGERANG
SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah disebutkan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan atau kekeliruan, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Jakarta, 05 Februari 2024



VIRONIKA AGUSTIN SAPUTRA

NPM: 203404516062

LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Melalui
Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata**

Kota Tangerang Selatan

Nama : Vironika Agustin Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 203404516062

Program Studi : Pariwisata

Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir

(Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par)

UNIVERSITAS NASIONAL



Ketua Program Studi Pariwisata

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

Jakarta, 05 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Destinasi Wisata Melalui
Media Sosial Instagram Dinas Pariwisata
Kota Tangerang Selatan

Nama : Vironika Agustin Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa : 203404516062

Program Studi : Pariwisata

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Nasional

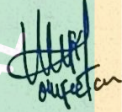
Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par.)

Ketua Penguji

Anggota Penguji


(Liliana Dewi, SS., MM.Par.)


(Ulfi Maranisya, SST.Par., M.Par)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



(Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta, 05 Februari 2024

Tanggal Lulus : 21 Februari 2024

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA KOTA TANGERANG SELATAN

Oleh:

Vironika Agustin Saputra

NPM: 203404516062

Tugas akhir ini dibimbing oleh Rizki Nurul Nugraha, SST. Par., MM. Par

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran destinasi wisata melalui media sosial Instagram oleh Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan. Urgensinya terletak pada meningkatnya pengaruh media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata. Penelitian dilakukan di dinas pariwisata Kota Tangerang Selatan dan enam destinasi wisata, menggunakan wawancara dengan pihak internal, kuesioner untuk para pengikut instagram, observasi, dan penelusuran pustaka. Metode yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan SOSTAC dibantu dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dinilai baik, namun kurangnya unggahan konten dan interaksi dengan pengikut menurunkan efektivitasnya. Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan Kota Tangerang Selatan sebagai destinasi menarik di Instagram. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi praktisi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan strategi promosi destinasi wisata melalui media sosial.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Metode SOSTAC, Analisis SWOT, Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan, Instagram.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FOR TOURISM DESTINATION BY SOCIAL MEDIA INSTAGRAM IN DINAS PARIWISATA KOTA TANGERANG SELATAN

By :

Vironika Agustin Saputra

NPM: 203404516062

Thesis, Under the guidance of Rizki Nurul Nugraha, SST. Par., MM. Par

This research analyzes the tourism destination marketing strategy by Instagram social media in Dinas Pariwisata South Tangerang City. The urgency lies in the increasing influence of social media in promoting tourist destinations. This study used descriptive qualitative method. The research was conducted at the South Tangerang City tourism office and six tourist destinations, using interviews, questionnaires, observations, and literature searches. The research was conducted at the South Tangerang City tourism office and six tourist destinations, using interviews with internal parties, questionnaires for Instagram followers, observations and literature searches. The method applied is descriptive qualitative with the SOSTAC approach assisted by SWOT analysis. The research results show that the strategy is considered good, but the lack of content uploads and interaction with followers reduces its effectiveness. This strategy aims to introduce South Tangerang City as an attractive destination on Instagram. It is hoped that the results of this study will provide insights for tourism marketing practitioners to enhance destination promotion strategies through social media.

Keywords: Marketing Strategy, SOSTAC Method, SWOT Analysis, South Tangerang City Tourism Office, Instagram.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Vironika Agustin Saputra
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Agustus 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jl. H. Samiin II No. 13, Tangerang Selatan
5. No. Handphone : 081316883292
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : Vironikagustins@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : SD Negeri Larangan Selatan 03
2. 2014 – 2017 : SMP Negeri 11 Kota Tangerang
3. 2017 – 2020 : SMA Negeri 5 Kota Tangerang Selatan

Jakarta, 05 Februari 2024



Vironika Agustin Saputra

NPM: 203404516062

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya yang diberikan kepada semua makhluk hidup, khususnya manusia yang diberi amanah sebagai pengelola bumi. Hanya dari-Nya kita memperoleh kekuatan dan bimbingan yang memungkinkan kita untuk menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DINAS PARIWISATA KOTA TANGERANG SELATAN”**

Doa serta penghormatan senantiasa disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, utusan Allah yang menjadi teladan bagi umat Islam hingga saat ini. Penulis berusaha untuk menjalankan kehidupan sehari-hari dengan konsistensi dan kepercayaan kepada Allah, sesuai dengan petunjuk beliau. Meskipun penulisan Tugas Akhir ini menghadapi berbagai tantangan, penulis sadar akan adanya kekurangan dan jauh dari kesempurnaan.

Penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis memberikan rasa hormat dan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian dan pembuatan tugas akhir ini antara lain:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan studi di Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan izin penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M. Selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Bagus Syarifuddin Latief S.H., M.H. Selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis

6. Ibu Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., M.M Par., sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir saya, telah memberikan bantuan yang besar, motivasi yang menginspirasi, serta waktu yang berharga dalam membimbing saya. Beliau juga memberikan saran yang sangat berarti dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Segenap Dosen Pariwisata yang telah memberikan pendidikan dan pengetahuan selama saya menempuh masa kuliah.
8. Seluruh staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah memberikan bantuan serta pelayanan selama penulis masa perkuliahan.
9. Bapak Heru Sudarmanto, S.I.P., M.M. selaku kepala dinas pariwisata Kota Tangerang Selatan yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
10. Ibu Farah Diba, ST., M.Si. selaku ketua bidang pemasaran pariwisata Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan yang sudah memberikan informasi untuk penyusunan tugas akhir saya.
11. Seluruh staff di Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan yang telah memberikan bantuan yang tak terhitung dalam proses penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini, serta memberikan dukungan sepenuhnya selama saya melakukan penelitian.
12. Untuk orang tua saya, Haryanto dan Sutini, beserta seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan cinta, doa, semangat, serta dukungan moral dan materi yang sangat berarti sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
13. Teruntuk Vironika Agustin Saputra yaitu diri saya sendiri terima kasih sudah berjuang untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir. Saya menyadari bahwa proses ini membutuhkan pengorbanan waktu dan energi yang besar, namun saya memiliki tekad dan semangat yang kuat untuk melaluinya.
14. Teruntuk Nilam Sukma dan Nadya Putri yaitu teman-teman yang saya cintai, yang telah memberikan dukungan dan mendampingi saya selama proses penyusunan tugas akhir.
15. Semua rekan-rekan seangkatan saya di program studi pariwisata tahun 2020 yang sudah memberikan semangat dan bertukar pengalaman dalam berbagai

hal, serta semua individu yang turut serta membantu dalam proses penelitian dari awal hingga penyelesaian tugas akhir, meskipun tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan syukur, berharap bahwa tulisan ini akan memberikan manfaat bagi semua pembaca, terutama dalam bidang akademik, dan juga bagi penulis sendiri.



Jakarta, 05 Februari 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Vironika Agustin Saputra".

Vironika Agustin Saputra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Teori yang terkait dengan Variabel Penelitian	8
1. Teori Strategi Pemasaran	8
2. Teori Digital Marketing	13
3. Teori Media Sosial.....	16
4. Teori Instagram.....	19
5. Model SOSTAC	24
B. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	29
C. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	34
D. Kerangka Berpikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Objek Penelitian	37
B. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	37
C. Data Penelitian	39
1. Jenis Data	39

2.	Sumber Data	39
3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
4.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	41
D.	Pengolahan Data dan Teknik Analisis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
1.	Sejarah Singkat Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan	48
2.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan ...	50
3.	Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan.....	51
4.	Logo Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan	52
B.	Hasil Penelitian	53
1.	Identifikasi strategi pemasaran destinasi wisata melalui instagram Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan.....	53
2.	Implementasi strategi pemasaran destinasi wisata melalui instagram Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan.....	54
3.	Konsep pemasaran wisata melalui media sosial Instagram.....	55
C.	Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
A.	Kesimpulan.....	90
B.	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan.....	50
Gambar 4.2 Logo Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan.....	52
Gambar 4.3 Matriks <i>Grand Strategy</i>	76
Gambar 4.4 Hasil Kuesioner Pengikut Instagram.....	78
Gambar 4.5 Fitur Profil dan Bio Instagram.....	81
Gambar 4.6 Fitur Unggah Foto dan Video Instagram.....	82
Gambar 4.7 Fitur <i>Stories</i> Instagram.....	83
Gambar 4.8 Fitur <i>Caption</i> Instagram.....	83
Gambar 4.9 Fitur Komentar Instagram.....	84
Gambar 4.10 Fitur <i>Activity</i> Instagram.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rencana Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Objek Wisata Kota Tangerang Selatan.....	49
Tabel 4.2 <i>Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS Matriks)</i>	69
Tabel 4.3 <i>Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS Matriks)</i>	70
Tabel 4.4 Hasil Analisis Matriks SWOT.....	72
Tabel 4.5 Matriks Ruang IFAS EFAS.....	74
Tabel 4.6 Jenis Destinasi Wisata.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara dengan Informan
- Lampiran 2. Lembar Kuesioner Partisipan
- Lampiran 3. Data Kuesioner Partisipan
- Lampiran 4. Hasil Kuesioner Partisipan
- Lampiran 5. Perhitungan Matriks IFAS dan EFAS
- Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 7. Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8. Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Penelitian
- Lampiran 9. *Logbook* bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 10. Laporan Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 11. Hasil Turnitin

