

ABSTRAK

Sumenep merupakan Kabupaten yang terletak di ujung timur Pulau Madura yang memiliki banyak sekali wisata alam yang dapat dikunjungi. Wisata di sumenep harus terus mengalami perkembangan dengan adanya teknologi. Salah satunya ialah pada bagian pemasarannya. Saat ini, sektor wisata di sumenep telah banyak menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasarannya, termasuk wisata alam Boekit Tawap Leng-leng (BTL). BTL merupakan wisata yang menggunakan media sosial Instagram dan Facebook untuk pemasaran. Namun, dalam pengelolaannya, apakah Instagram dan Facebook BTL dapat dikatakan optimal dalam pemasarannya menggunakan media sosial. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengelola Instagram dan Facebook Boekit Tawap Leng-leng (BTL) dalam mengelola media sosial BTL agar dapat menarik minat pengguna media sosial untuk berkunjung ke Boekit Tawap Leng-leng (BTL)

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deksriptif, yaitu merupakan memaparkan data dengan menerangkan, memberikan gambaran dengan menjelaskan data yang telah terkumpul, dan kemudian disimpulkan. Paradigma yang digunakan ialah konstruktivisme. Subjek dalam penelitian ini ialah pengelola media sosial BTL, Ketua Pengelola BTL, Kepala Desa Pagarbatu, dan Wisatawan. Sedangkan objek dalam penelitian ini ialah Boekit Tawap Leng-leng (BTL) dan media sosial BTL. Teknik penentuan informan yang digunakan ialah *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik observasi, wawancara, dan teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis data dari Miles dan Haberman. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Dari hasil penelitian yang didapat, pengelola media sosial Boekit Tawap Leng-leng (BTL) masih belum optimal dalam mengelola media sosial BTL. Hal ini terbukti dari adanya beberapa tahap dari pengelolaan yang tidak dilakukan. Seperti melakukan riset. Dalam riset, pengelola hanya melakukan riset primer saja yaitu wawancara dan observasi tanpa melakukan kuisisioner, membuat kata kunci (tagline) dimana tagline penting sebagai pengingat bagi para pengunjung, menggunakan jasa pengiklanan media sosial seperti melakukan instagram ads, facebook ads, penggunaan influencer. Selain itu, pengelola masih belum banyak memahami terkait fitur-fitur yang ada dalam sosial media, seperti tidak adanya *caption* yang dimana dalam hal ini *caption* amat sangat penting digunakan untuk informasi dalam sebuah media sosial

Untuk itu, pengelola media sosial seharusnya dapat lebih mengembangkan keilmuannya tentang media sosial, agar pemasaran yang dilakukan di media sosial dapat berjalan dan terlaksana dengan maksimal

Kata Kunci: Pengelolaan, Media Sosial, Boekit Tawap Leng-Leng (BTL)

ABSTRACT

Sumenep is a district located on the eastern tip of Madura Island which has a lot of natural attractions that can be visited. Tourism inumenep must continue to experience development with technology. One of them is in the marketing section. Currently, the tourism sector inumenep has used a lot of social media as a form of marketing, including natural tourism Boekit Tawap Leng-leng (BTL). BTL is a tour that uses social media instagram and facebook for marketing. However, in its management, whether BTL's Instagram and Facebook can be said to be optimal in its marketing using social media. The purpose of this research is to find out the management of Instagram and Facebook Boekit Tawap Leng-leng (BTL) in managing BTL social media in order to attract social media users to visit Boekit Tawap Leng-leng (BTL).

The research method used is a qualitative approach using a descriptive method, which is to explain the data by explaining, providing an overview by explaining the data that has been collected, and then concluded. The paradigm used is constructivism. The subjects in this research are BTL social media managers, BTL Chief Manager, Pagarbatu Village Head, and Tourists. Meanwhile, the objects in this research are Boekit Tawap Leng-leng (BTL) and BTL social media. The technique of determining informants used is purposive sampling. The data collection techniques used in this research are observation, interview, and documentation techniques. The data analysis technique used is data analysis from Miles and Haberman. The data validity technique uses source triangulation.

From the research results obtained, the social media manager of Boekit Tawap Leng-leng (BTL) is still not optimal in managing BTL social media. This is evident from the fact that there are several stages of management that are not carried out. Like doing research. In research, the manager only conducts primary research, namely interviews and observations without conducting questionnaires, creating keywords (taglines) where taglines are important as reminders for visitors, using social media advertising services such as doing Instagram ads, Facebook ads, using influencers. In addition, managers still do not understand much about the features in social media, such as the absence of captions which in this case are very important captions used for information in a social media.

For this reason, social media managers should be able to further develop their knowledge about social media, so that marketing carried out on social media can run and be carried out optimally.

Keywords: Management, Social Media, Boekit Tawap Leng-Leng (BTL)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kerangka Teoritis.....	7
2.1.1 Pengelolaan ROSTIR	7
2.2 Kerangka Konsep.....	8
2.2.1 Pengelolaan	8
2.2.2 Media Sosial.....	12
2.3 Penelitian Terdahulu	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Paradigma Penelitian	18
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
3.3 Sumber Data.....	19
3.3.1 Sumber Data Primer	19
3.3.2 Sumber Data Sekunder.....	20
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	20

3.5 Teknik Penentuan Informan.....	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6.1 Wawancara.....	21
3.6.2 Observasi.....	22
3.6.3 Dokumentasi	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	23
3.8 Teknik Keabsahan Data	25
3.9 Lokasi Penelitian.....	26
BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	27
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian (Profil Desa Pagarbatu)	27
4.2 Sejarah dan Perkembangan Boekit Tawap Leng-leng (BTL).....	29
4.3 Media Sosial Boekit Tawap Leng-leng (BTL)	31
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Pengelolaan Media Sosial Boekit Tawap Leng-leng (BTL).....	33
5.1.1 Research and Diagnocis (Riset dan Diagnosis)	33
5.1.2 Objectives (Objektif).....	38
5.1.3 Strategy (Strategi)	48
5.1.4 Tactics (Taktik)	52
5.1.5 Implementation, Budget, and Timeline (Impelementasi, biaya, dan linimasa)	71
5.1.6 Report and Evaluation (Laporan dan Evaluasi)	75
5.2 Media Sosial Boekit Tawap Leng-leng.....	78
5.2.1 Pengelolaan Media Sosial Instagram	83
5.2.2 Media Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram.....	85
5.2.3 Media Pemasaran Melalui Media Sosial Facebook	87
5.2.4 Media Pemasaran Melalui Media Sosial Lainnya.....	88
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Penelitian Terdahulu	15
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Analisis Data Miles dan Haberman	24
Gambar 2. Peta Desa Pagarbatu menggunakan Argis.....	29
Gambar 3. Proses pembangunan Boekit Tawap Leng-leng (BTL) Leng-leng (BTL).....	31
Gambar 4. Akun Instagram Boekit Tawap Leng-leng (BTL) Leng-leng	80
Gambar 5. Akun Facebook Boekit Tawap Leng-leng (BTL) Leng-leng (BTL)....	82
Gambar 6. Penggunaan fitur hastag# pada postingan Instagram @boekit_tawap.	60
Gambar 7. Penggunaan fitur @arroba atau tandai pada postingan Instagram @boekit_tawap.....	62
Gambar 8. Penggunaan fitur Instagram reels pada postingan Instagram @boekit_tawap.....	64
Gambar 9. Penggunaan fitur Instagram story pada Instagram @boekit_tawap.....	65
Gambar 10. Penggunaan fitur Instagram feeds posts photo and video pada Instagram @boekit_tawap	65
Gambar 11. Penggunaan fitur Instagram feeds foto dan video pada Instagram @boekit_tawap	66
Gambar 12. Penggunaan fitur highlight atau sorotan pada Instagram @boekit_tawap	67
Gambar 13. Penggunaan fitur lokasi pada Instagram @boekit_tawap	68
Gambar 14. Penggunaan fitur follow pada postingan Instagram @boekit_tawap.	69
Gambar 15. Penggunaan fitur like pada postingan Instagram @boekit_tawap	69
Gambar 16. Penggunaan fitur komentar pada postingan Instagram @boekit_tawap	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi.....	98
Lampiran 2. Data Informan.....	99
Lampiran 3. Panduan Wawancara Penelitian.....	100
Lampiran 4. Transkrip Wawancara	104
Lampiran 5. Pedoman Observasi	118