

## ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Afihfa Tunnisa  
NIM : 41818120053  
Program Studi : Sistem Informasi  
Judul Tugas Akhir : Penerapan Metode Collaborative Filtering FP-Growth  
Pada Website Bayu Buana Travel  
Pembimbing : Abdi Wahab , S.Kom., M.T.

Bayu Buana Travel merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang agen perjalanan wisata. Dalam mempromosikan paket wisata internasional yang dimiliki, Bayu Buana Travel menggunakan media promosi online yaitu sosial media seperti, instagram dan website. Penggunaan sosial media sebagai media promosi dapat menjangkau jaringan pemasaran luas yang tidak dapat dijangkau secara offline. Sehingga masyarakat dapat melihat berbagai macam paket wisata internasional Bayu Buana Travel dengan mudah.

Penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang penggunaan sosial media sebagai media promosi paket wisata internasional di agen perjalanan wisata Bayu Buana Travel. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena metode ini dianggap lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan secara langsung. Kemudian peneliti juga menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa dan segala sesuatu yang terkait dengan objek penelitian. Penelitian ini menjelaskan bagaimana sosial media dan website digunakan untuk mempromosikan paket wisata internasional, serta kendala apa saja yang terjadi saat melakukan promosi melalui media sosial. Pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan menggunakan observasi dan wawancara kepada staff Bayu Buana Travel

Dalam mempromosikan paket wisata internasional melalui sosial media, Bayu Buana Travel menyebarkan informasi dalam empat waktu yaitu pagi, siang, sore dan malam. Sedangkan segmentasi pasar yang dipilih Bayu Buana Travel adalah keluarga yang tinggal di perkotaan dengan penghasilan menengah ke atas serta berbagai

perusahaan ternama untuk mengikuti tour insentif. Tingkat keberhasilan Bayu Buana Travel dalam promosi melalui sosial media masih tergolong rendah dan memerlukan evaluasi karena jumlah *like*, *comment* dan *share* yang masih sedikit. Namun disisi lain, konsumen lebih memilih untuk menelepon langsung ke nomor kantor Bayu Buana Travel untuk bertanya seputar paket wisata internasional daripada keterlibatan dalam sosial media, sehingga proses penjualan paket wisata internasional tetap berlanjut.

Kata kunci: Sosial Media, , Paket Wisata Internasional



## ABSTRACT

Name : Afihfa Tunnisa  
NIM : 41818120053  
Study Program : Sistem Informasi  
Title : Penerapan Metode Collaborative Filtering FP-Growth  
Pada Website Bayu Buana Travel  
Counselor : Abdi Wahab , S.Kom., M.T.

*Bayu Buana Travel is a company engaged in Travel Agents. In promoting its international tour packages, Bayu Buana Travel uses online promotion media, namely social media such as Instagram and websites. The use of social media as a promotional medium can reach a wide marketing network that cannot be reached offline. So that people can see various kinds of Bayu Buana Travel international tour packages easily.*

*This study was to find out about the use of social media as a promotional media for international tourism packages at the Bayu Buana Travel agency. This study uses qualitative research methods because this method is considered easier when dealing with reality directly. Then the researchers also used descriptive research. Descriptive research is research that aims to describe a situation, event and everything related to the object of research. This study explains how social media and websites are used to promote international tour packages, as well as what obstacles occur when promoting through social media. Data collection done by using observations and interviews with Bayu Buana Travel staff.*

*In promoting international tour packages through social media, Bayu Buana Travel disseminates information in four times, namely morning, afternoon, evening and night. Meanwhile, the market segmentation chosen by Bayu Buana Travel is families living in urban areas with middle to upper incomes as well as various well-known companies to take part in incentive tours. Bayu Buana Travel's success rate in promotion through social media is still relatively low and requires evaluation because the number of likes, comments and shares is still small. On the other hand, consumers prefer to call directly*

*to Bayu Buana Travel's office number to ask about international tour packages rather than getting involved in social media, so that the process of selling international tour packages continues.*

*Keywords: Social Media, International Tour Packages*

