



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI OBJEK WISATA PADA AKUN TIKTOK  
@orchidforestcikole**



**ANGGIA KUSUMAH DEWI  
44220120036**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggia Kusumah Dewi

NIM : 44220120036

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi  
Objek Wisata Pada Akun TikTok @orchidforestcikole

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 12 Januari 2025



**Anggia Kusumah Dewi**  
NIM : 44220120036

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Anggia Kusumah Dewi  
NIM : 44220120036  
Program Studi : Public Relations  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai media Promosi Objek Wisata Pada Akun TikTok @orchidforestcikole

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

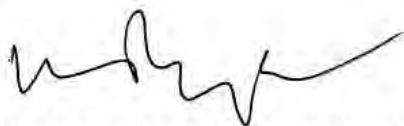
Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid, M.Si  
NIDN : 0301117301  
Ketua Penguji : Siti Muslichatul, M.Ikom  
NIDN : 0326089202  
Penguji Ahli : Dewi Sad Tanti, M.Ikom  
NIDN : 0726067701



Jakarta, 13 Januari 2025

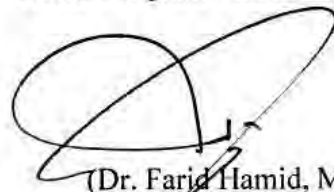
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggia Kusumah Dewi  
NIM : 44220120036  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : *Public Relations*  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi  
Objek Wisata Pada Akun TikTok @orchidforesteikole

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Januari 2025

Yang menyatakan,



**Anggia Kusumah Dewi**

NIM : 44220120036

## ABSTRAK

Nama : Anggia Kusumah Dewi  
NIM : 44220120036  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi  
Objek Wisata Pada Akun TikTok @orchidforestcikole  
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarella,.M.Si

Pemanfaatan media sosial, khususnya *TikTok*, telah menjadi aspek penting dalam promosi wisata dalam melakukan sebuah promosi seperti promosi dalam Objek Wisata, salah satunya yaitu Objek Wisata Orchid Forest Cikole. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan serta kendala dalam melakukan promosi Objek wisata Orchid Forest Cikole melalui media *TikTok*.

Pada Tinjauan Pustaka Terdapat 5 Penelitian terdahulu berisi kajian teoritis yang meliputi Komunikasi, Media Sosial, *TikTok*, Promosi, PR, Objek Wisata, Keluhan dan Kendala.

Paradigma dalam Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivis Kualitatif dengan metode deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi dan Teknik Analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Sedangkan Teknik pemeriksaan Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *TikTok* berhasil dalam mempromosikan Orchid Forest Cikole. Pengelola akun @orchidforestcikole memanfaatkan berbagai fitur *TikTok*, seperti *Video*, *Captions*, *Hashtag*, *Mentions*, *Musik*, *Live TikTok*, serta kolaborasi dengan *Influencer* untuk menarik perhatian pengguna. Serta terdapatnya peran PR dalam menangani kendala seperti keluhan pengunjung dan peran PR dalam menjalin hubungan positif dengan pengunjung Namun, terdapat kendala terkait algoritma *FYP* yang sering berubah sehingga mempengaruhi kinerja konten promosi. Untuk itu Orchid Forest Cikole perlu mengetahui Faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan algoritma *FYP* seperti kualitas konten, konsistensi dalam memperbarui dan mengunggah konten secara teratur, penggunaan hastag yang relevan dan memahami preferensi pengguna.

**Kata Kunci : Media Promosi, Pemanfaatan *TikTok*, Objek Wisata**

## **ABSTRACT**

*Name* : Anggia Kusumah Dewi  
*NIM* : 44220120036  
*Study Program* : Ilmu Komunikasi  
*Title of Thesis Report* : *Utilization of TikTok Social Media as a Promotion Media for Tourist Attractions on the TikTok Account @orchidforestcikole*  
*Supervising Lecture* : Dr. Farid Hamid Umarella,.M.Si

*The use of social media, especially TikTok, has become an important aspect in tourism promotion in carrying out promotions such as promotions in tourist attractions, one of which is the Orchid Forest Cikole tourist attraction. The purpose of this study is to determine the use and obstacles in promoting the Orchid Forest Cikole tourist attraction through TikTok media.*

*In the Literature Review, there are 5 previous studies containing theoretical studies covering Communication, Social Media, TikTok, Promotion, PR, Tourist Attractions, Complaints and Obstacles.*

*The paradigm in this study uses the Qualitative Constructivist paradigm with the Qualitative descriptive method. Data collection techniques use in-depth interviews, observation and documentation and Data Analysis Techniques use data collection, data reduction, data presentation and conclusions. While the Data Validity Checking Technique uses source triangulation.*

*The results of the study show that the use of TikTok is successful in promoting the Orchid Forest Cikole. The @orchidforestcikole account manager utilizes various TikTok features, such as Video, Captions, Hashtags, Mentions, Music, Live TikTok, and collaboration with Influencers to attract user attention. And there is a role of PR in handling obstacles such as visitor complaints and the role of PR in establishing positive relationships with visitors. However, there are obstacles related to the consistency of content quality and the FYP algorithm that affect the performance of promotional content. For this reason, Orchid Forest Cikole needs to know the key factors that affect the success of the FYP Algorithm such as content quality, consistency in updating and uploading content regularly, using relevant hashtags and understanding user preferences.*

***Keywords : Promotion Media, TikTok Utilization, Tourism Objects***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya serta senantiasa memberikan kesehatan, kemampuan, kekuatan sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi guna meraih kelulusan dengan gelar Strata-1 (S-1) Ilmu Komunikasi. Adapun judul skripsi peneliti dari program studi Public Relations yaitu : “Pemanfaatan Media Sosial *TikTok* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Pada Akun *TikTok @orchidforestcikole*”

Peneliti menyadari bahwa tidak akan mampu menyusun Tugas Akhir Skripsi ini hingga tuntas tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, arahan dan doa dari berbagai pihak yang telah terlibat. Oleh karenanya, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya, kepada:

1. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku dosen pembimbing Tugas Akhir Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya dan dengan senang hati membimbing, memberi ktitik dan saran, serta memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Prof Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi 2 Ilmu Komunikasi
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, terkhusus dosen program studi Public Relations, yang telah memberikan ilmu pengetahuan baru dan tak ternilai selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Staff Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana , karena telah membantu peneliti selama mengurus kegiatan mata kuliah di kampus hingga skripsi ini selesai.
7. Kedua orang tua peneliti, yaitu Ibu Ikeu Rahmawati dan Bapak Atep Rukmana yang selalu berjuang memfasilitasi peneliti dan mendo'akan

peneliti tanpa henti agar peneliti bisa sukses menempuh bangku perkuliahan hingga selesai.

8. Kepada Informan Titin Susanti, Svifa Nhabila dan Dias Aprianto. Yang telah bersedia menjadi informan untuk membantu penelitian ini.
9. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan saya yaitu Tia, Ninggar, Rio, Donny dan Tiara. Terima kasih atas kerja sama, motivasi dan memberikan semangat untuk peneliti dari awal perkuliahan hingga Tugas Akhir Skripsi ini dibuat.
10. Terima kasih kepada Taylor Swift terkhusus kepada lagu – lagunya yang berjudul August dan Lover yang telah menemani peneliti dalam proses penelitian ini dan quotes penyemangatnya *“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release .”*

Besar harapan peneliti skripsi ini dapat bermanfaat bagi kebaruan ilmu pengetahuan, terkhusus bidang studi Ilmu Komunikasi. Semoga dapat bermanfaat pula bagi para pembaca untuk menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang lebih baik selanjutnya. Kritik dan saran dengan senang hati peneliti terima demi terbangunnya penelitian ini.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Jakarta, 13 Januari 2025



Anggia Kusumah Dewi



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis .....	17
2.2.1 Public Relations .....	17
2.3 Public Relations Dalam Pemasaran.....	18
2.3.1 Tugas Public Relations Berkaitan dengan Pemasaran .....	19
2.4 Publisitas .....	21
2.4.1 Jenis-Jenis Publisitas.....	21
2.5 Media Sosial .....	22
2.5.1 Fungsi Media Sosial .....	23
2.5.2 Jenis-Jenis Media Sosial.....	24
2.6 Tiktok.....	27
2.6.1 Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Tiktok .....	28

2.6.2 Strategi Marketing Tiktok .....	30
2.6.3 Algoritma Tiktok .....	31
2.6.4 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Algoritma .....	32
2.7 Promosi .....	34
2.7.1 Tujuan Promosi.....	35
2.7.2 Strategi Komunikasi Promosi .....	36
2.8 Objek Wisata .....	37
2.8.1 Jenis-Jenis Objek Wisata.....	38
2.8.2 Daya Tarik Objek Wisata .....	40
2.9 Kendala.....	41
2.9.1 Jenis Keluhan.....	41
2.9.2 Penyebab Keluhan .....	42
2.9.3 Manfaat Keluhan .....	43
2.9.4 Penanganan Keluhan.....	43
<b>BAB III.....</b>	<b>45</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Subjek Penelitian .....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.4.1 Data Primer .....	49
3.4.2 Data Sekunder .....	50
3.5 Teknik Analisis Data .....	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	53
<b>BAB IV .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Orchid Forest Cikole .....	55
4.1.1 Publisitas Media Objek Wisata Orchid Forest Cikole .....	56
4.1.2 Struktur Organisasi .....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Promosi .....	60
4.2.2 Keunggulan Orchid Forest Cikole .....	73
4.2.3 Keterkaitan PR Dengan Promosi .....	79
4.2.4 Kendala Dalam Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Promosi.....	85
4.2.5 Kendala Terhadap Algoritma TikTok .....	87

4.3 Pembahasan.....	88
<b>BAB V.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran .....	99
5.2.1 Saran Akademis.....	99
5.2.2 Saran Praktis.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
LAMPIRAN.....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Objek Wisata Orchid Forest Cikole dengan Hutan Mycelia, Dusun Bambu dan TWGC .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	44
Tabel 4.1 Ringkasan Temuan Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media promosi Objek Wisata Orchid forest Cikole .....	86



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Tiktok Orchid Forest Cikole.....	4
Gambar 2.1 Jenis-Jenis Publisitas .....	19
Gambar 2.2 Aplikasi Tiktok .....	26
Gambar 3.1 Teknik Analisis Data Miles dan Huberman.....	50
Gambar 4.1 Akun Instagram Orchid Forest Cikole .....	54
Gambar 4.2 Akun TikTok Orchid Forest Cikole .....	55
Gambar 4.3 Struktur Organisasi.....	56
Gambar 4.4 Jenis Konten Postingan TikTok Orchid Forest Cikole .....	61
Gambar 4.5 Deskripsi Konten Orchid Forest Cikole .....	63
Gambar 4.6 Judul Musik Konten TikTok Orchid Forest Cikole .....	64
Gambar.4.7 Hashtag Pada Konten Tiktok Orchid Forest Cikole .....	66
Gambar 4.8 Pemanfaatan Mentions Orchid Forest Cikole .....	67
Gambar 4.9 Mentions Unggahan TikTok Orchid Forest Cikole .....	67
Gambar 4.10 Kolaborasi Orchid Forest Cikole dengan Influencer.....	70
Gambar 4.11 Golden Pine .....	74
Gambar 4.12 Wood Bridge.....	75
Gambar 4.13 Teras Papio .....	76
Gambar 4.14 Influencer yang Mempromosikan Orchid Forest Cikole.....	77
Gambar 4.15 Akun Tiktok Event Musik Orchid Forest Cikole .....	78