

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, maka di dapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Heha Sky View sudah menerapkan penerapan promosi menggunakan digital marketing sejak berdirinya Heha Sky View pada tahun 2019 di beberapa platform digital seperti website, facebook, dan tiktok dengan memfokuskan pada media sosial instagram. Selama melakukan kegiatan promosi menggunakan digital marketing Heha Sky View merasakan manfaat digital marketing seperti biaya promosi lebih terjangkau, dapat menjangkau konsumen lebih luas, muatan informasi yang di sajikan lebih lengkap dan data lebih akurat. Namun manfaat yang paling dirasakan oleh Heha Sky View dengan melakukan kegiatan promosi menggunakan digital marketing Heha Sky View dapat menjangkau konsumen lebih luas hingga seluruh Indonesia.
2. Faktor kendala melakukan kegiatan promosi ketika menggunakan digital marketing yang kerap dirasakan pengelola Heha Sky View adalah pengelola kurang mampu mengkomunikasikan dengan baik mengenai pembagian harga tiket persesi kedatangan wisatawan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk memaksimalkan manfaat digital marketing untuk kegiatan promosi di Heha Sky View, pengelola Heha Sky View dapat lebih memanfaatkan platform-platform digital lainnya atau media sosial lainnya tidak hanya di instagram. Banyak platform yang dapat digunakan sebagai media digital marketing seperti website, isi website di Heha Sky View untuk bisa dilengkapi informasi atau digambarkan secara detail mengenai atraksi dan amenities yang ada di Heha Sky View. Selain website yang harus dioptimalkan pengelola Heha Sky View dapat menggunakan media sosial tiktok untuk promosi dengan dibuatnya konten video yang atraktif akan dapat lebih menarik minat kunjung wisatawan ke Heha Sky View.
2. Mengatasi miskomunikasi antara wisatawan dan pengelola mengenai harga tiket, diharapkan pengelola membuat formula pengemasan komunikasi dengan dibuatnya poster harga tiket masuk dan jam kunjungan yang lebih mudah dimengerti wisatawan dan lebih mengintensifkan untuk diunggah harga tiket masuk di instagram stories setiap hari, dan menambahkan informasi harga tiket masuk di website dan facebook agar wisatawan merasa familiar dengan harga tiket Heha Sky View.

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang

Undang-undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Buku :

A, Shimp. (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.

Abdullah, & Tantri. (2012). Manajemen Pemasaran, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Alma. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: Alfabeta.

Antariksa, Basuki. 2016. Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan. Malang :
Intrans Publising.

Ardianto, Elvinaro dkk. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung:
Simbiosis Rekatama Media.

Assauri. (2012). Manajemen Pemasaran, Jakarta : PT Raja Grapindo.

Basu. (2002) .Manajemen Pemasaran. (Edisi 2), Jakarta: Liberty.

Chakti. (2019). The Book Of Digital marketing, Makasar: Celebes Media Perkasa.

Cravens, D.W., & Piercy N.F. (2013), Strategic Marketing, 10th edition, Singapore:
McGraw-Hill Companies, Inc

Danang. (2012). Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Buku Seru.

Fitriah. (2018). Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual, Yogyakarta: CV
Budi Utama.

Flew, Terry. 2014. New media. Australia: Oxford University Press.

Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta : PT Grasindo

Hermawan, A. (2012). Komunikasi Pemasaran, Jakarta : Erlangga

Husein. (2013). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis, Jakarta: Rajawali.

Kennedy, J.E. (2009). Manajemen Even, Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

Karjaluo. 2008. A Primer in Social Media, Examining the
Phenomenon, Its Relevance, Promomise, and Risk. Paper a Smash
LAP White.

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler. (2002) *Manajemen Pemasaran Mellenium*. Jilid 1, Jakarta : Prehallindo.
- Mbah Ben, Sarbini. 2018. *Filsafat Pariwisata Sebuah Kajian Filsafat Praktis*.
Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- McQuail, Denis. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta:Salemba Humanika.
- Moleong. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, Bandung: Remaja Karya.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Kencana
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi*.
Yogyakarta : Buku Litera.
- Puntoadi, Danis.(2012) *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*.Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Putra, & Dwilestari. (2012). *Penelitian Kualitatif Pendidikan Anak Usia Dini*,
Jakarta: Rajawali Press.
- Soemanegara, RD. (2008). *Strategic Marketing Comunication*, Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R &D*, Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana. (2007). *Intergrated Marketing Communication*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Dasar teori dan Terapannya dalam Penelitian*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: UNS.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.

Jurnal dan Skripsi :

- Aditya, G. N. (2012). Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment (Doctoral dissertation, Tesis, Program Magister Manajemen, Universitas Indonesia Jakarta).
- Mahardika, E., & Gusti, A. G. (2018). Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Promosi Pariwisata (Studi Kasus Pada Kota Wisata Batu). *Commercium*, 1(2), 5-8.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Sepnadin, G. R. (2020). Analisis Manajemen E-tourism sebagai Sarana Promosi di Desa Wisata Pulesari. Skripsi. *Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya. Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta.
- Talika, F. T. (2016). Manfaat Internet Sebagai Media Komunikasi Bagi Remaja Di Desa Air Mangga Kecamatan Laiwui Kabupaten Halmahera Selatan. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(1).
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- Yanti, D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, 27(1), 814-821.

Internet :

Agmasari, Silvita. (2017). Wisatawan Indonesia Peringkat 3 Melek Digital marketing.

<https://travel.kompas.com/read/2017/11/14/170400027/wisatawan-indonesia-peringkat-3-paling-melek-digital-di-dunia> (diakses pada 07 Febuari 2021)

Dinas Kepariwisataaan DIY. Statistik Kepariwisataaan 2019

Jatmiko, Leo. (2020). 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet.

<https://www.beritasatu.com/digital/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta> (Diakses pada 07 Febuari 2021)

Ramadan, Bagus. (2020). Data Pengguna Internet di Seluruh Dunia Thaun 2020.

<https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476> (diakses 7 Febuari 2021)

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 810/Q.AMPTA/VI/2021
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

10 Juni 2021

Yth. Pengelola Destinasi Wisata Heha Sky View
Jalan Dlingo Pathuk No. 2 Pathuk
Kabupaten Gunungkidul, DIY 55862

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Heha Sky View Gunungkidul selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 11 Juni 2021 sampai dengan tanggal 10 Juli 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Dyah Pitaloka Permatasari
No. Induk Mahasiswa : 517100730
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Analisis Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Promosi di Heha Sky View Yogyakarta. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.



Drs. Prihatno, M.M

Gmail interface showing an email from PT ANUGERAH HEMA JAYA regarding a recruitment interview at HeHa Sky View.

Recruitment HeHaSkyview
kepada saya - 5 Jul 2021 13:28

Halo Kak Dyah Pitaloka,
kami jadwalkan interview dengan marketing pada tanggal 6 Jul 2021 pukul 11.00 di HeHa Sky View.

Terima kasih

Terima Kasih.
Salam SMART !

PT ANUGERAH HEMA JAYA
JL. Dlingo-Patuk No.2, Patuk, Gunung Kidul Regency, Special Region of Yogyakarta 55862 | (0274) 4357999 | 0812 3256 2585

dyah pitaloka - pitalokadyah248@gmail.com - 5 Jul 2021 14:14
kepada Recruitment -

Surat penelitian_0.jpg

Tampilkan semua

LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA PENGELOLA

PEDOMAN WAWANCARA PENGELOLA

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA

PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama Narasumber : Mba Hesti

Jabatan : Staff Marketing Heha Sky View

Hari, Tanggal : Selasa, 6 Juli 2021

Waktu : 11.00 WIB

Tempat : Heha Sky View

Peneliti : Kapan Heha Sky View menerapkan digital marketing untuk kegiatan promosi dan bagaimana cara mempromosikan Heha Sky View melalui digital marketing?

Narasumber : dari awal kita buka kita langsung buat instagram, website di hehaskyview.com, youtube, twitter, dan tiktok namun sekarang jarang aktif karena lebih fokus ke penggunaan instagram.

Peneliti : Mengapa memilih digital marketing untuk kegiatan promosi di Heha Sky View?

Narasumber : mungkin lebih gampang jangkauannya dan lebih luas karena sekarang banyak millennial banyak orang-orang yang menggunakan instagram dan facebook. Facebook kita juga sambungkan dengan instagram jadi jika isntagram update di facebook juga otomatis

update semakin banyak juga masyarakat yang tau tentang Heha Sky View.

Peneliti : Apa tujuan utama Heha Sky View menerapkan digital marketing untuk kegiatan promosi?

Narasumber : yang pasti untuk menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Heha Sky View, kita memperkenalkan Heha Sky View, disini ada apa saja, apa yang bisa dinikmati oleh pengunjung, yang pasti itu untuk menarik pengunjung supaya bisa berkunjung ke Heha Sky View.

Peneliti : Bagaimana strategi yang dilakukan pengelola Heha Sky View untuk melakukan kegiatan digital marketing?

Narasumber : ada, biasanya kita bikin konten-konten kuis, mengadakan give away itu bisa membantu menaikkan followers juga dapat menarik pengunjung untuk datang biasanya kita followeres yang menang kuis kasih tiket masuk gratis, pastikan pemenang itu akan mengajak teman atau keluarganya untuk datang ke Heha Sky View. Kita juga berkejasama dengan selebgram untuk membantu memasarkan Heha Sky View.

Peneliti : Bagaimana pengelola memanfaatkan digital marketing untuk promosi di Heha Sky View?

Narasumber : yang pasti manfaat yang sangat dirasakan oleh kami, kami bisa menjangkau semua wilayah Indonesia, kalo di instagram semua

orang dapat melihat akun kami. Pengunjung kita juga banyak dari luar kota karena postingan kami di instagram dapat menarik kunjungan wisatawan jadi banyak juga pengunjung yang dari luar Yogyakarta.

Peneliti : Bagaimana perbedaan biaya pemasaran digital marketing dengan pemasaran konvensional?

Narasumber : kalau kita tidak menyebarkan brosur atau pamflet, jadi semenjak kita buka pada tahun 2019 sudah menggunakan digital marketing untuk kegiatan promosi. Heha Sky View sudah mempunyai media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan Website. Semua informasi dan kegiatan pemasaran difokuskan pada instagram saja. Setiap hari akan ada tim kreatif yang akan membuat konten untuk diunggah di instagram, dari segi biaya melakukan promosi melalui media sosial jauh lebih terjangkau bahkan tidak berbayar karena kami hanya memanfaatkan fitur yang ada di instagram tanpa harus mengeluarkan biaya apapun. Heha Sky View jarang sekali menggunakan selebaran atau pamflet untuk dibagikan ke masyarakat karena itu tidak efektif, pamflet Heha Sky View hanya akan dibagikan ketika ada acara tertentu saja untuk para pelaku pariwisata.

Peneliti : Bagaimana Heha Sky View menjangkau calon wisatawan di platform digital marketing?

Narasumber : ya dengan menggunakan instagram, semua orang dapat melihat instagram kami, kami akan membuat konten-konten untuk memperkenalkan dan menarik wisatawan di seluruh Nusantara, banyak juga wisatawan yang berkunjung bukan dari Yogyakarta tapi dari Jakarta, Bandung, Palembang dan banyak dari kota lainnya juga, sekarang juga banyak masyarakat yang bermain media sosial bukan hanya milenial saja mungkin dengan digital marketing juga dapat menjangkau wisatawan dari semua kalangan. Kami juga memanfaatkan fitur yang ada di instagram yaitu instagram ads untuk membantu mempromosikan Heha Sky View dengan target yang sudah ditentukan, setelah itu kami berkerjasama dengan selebgram untuk mengendorse Heha Sky View. Tujuannya juga untuk mempromosikan dan mengiklankan produk dari Heha Sky View agar lebih dikenal oleh masyarakat umum. Kami juga beberapa kali mendapatkan tawaran kerjasama dengan akun pariwisata seperti @jogjaupdate, @wonderfulljogja, @wisatajogja tapi lebih sering berkerjasama dengan selebgram.

Peneliti : Apa yang menjadi pembeda dalam promosi Heha Sky View dan produk lainnya di platform digital marketing untuk menarik wisatawan untuk berkunjung?

Narasumber : kita lebih mengeksplor apa yang ada di Heha Sky View, kita menunjukkan apa saja kelebihan dari Heha Sky View kemudian kita melakukan give away untuk menarik pengunjung juga selain menarik

pengunjung, mengadakan give away juga akan menarik jumlah followers juga. Kita juga aktif setiap hari di instagram selalu merepost story dari pengunjung itu bisa membuat pengunjung juga senang kaya wah foto aku di repost sama Heha Sky View. Kita juga membuat story yang berurutan seperti membuat wisata virtual.

Peneliti : Apakah muatan informasi mengenai Heha Sky View di platform digital marketing lebih lengkap dibandingkan dengan media konvensional?

Narasumber : Semua informasi tentang pemasaran kita semua update ke instagram dari mulai harga tiket, jam buka, promo tiket terusan, promo makan buffet di restoran semua kita update ke instagram stories dan feeds setiap hari pasti akan ada pembaruan-pembaruan informasi tentang Heha Sky View. Selain informasi tentang pemasaran, kami juga selalu berusaha untuk berinteraksi dua arah dengan para pengikut instagram Heha Sky View. Admin instagram kami akan selalu mengupdate apa saja yang menjadi pembaruan spot foto kita. Pernah juga kita membuat poling dengan pengikut instagram kita memilih desain balon udara untuk dijadikan ikon Heha Sky View, kan setiap tahun balon udara kita ganti nah itu followeres kita yang milih desainnya. Kami juga sering memberikan informasi atau tips penggunaan outfit of the day agar tidak salah kostum saat berkunjung ke Heha Sky View, memberikan tips-tips outfit of the day juga untuk membuat wisatawan

nyaman saat berkunjung dan agar hasil foto juga bagus dan bisa di unggah di media sosial masing-masing.

Peneliti : Apakah data yang di unggah di platform digital marketing Heha Sky View akurat ?

Narasumber : Data yang telah diunggah di website dan instagram pasti akan dijamin keakuratannya dan pasti selalu akan di update jika ada pembaruan secara berkala. Jika data yang dibagikan atau konten yang diunggah tidak akurat takutnya wisatawan akan kecewa karena kenyataan yang ada di Heha Sky View tidak sesuai dengan ekspektasi mereka dan tidak sesuai dengan informasi yang kami bagikan di instagram atau website.

Peneliti : Apa kendala dalam menggunakan digital marketing untuk kegiatan promosi?

Narasumber : Kendala yang paling dirasakan pada saat pandemi seperti ini adalah jumlah wisatawan menurun. Wisatawan kecewa karena Heha Sky View harus tutup sementara dan masih banyak wisatawan yang masih takut untuk berpergian bahkan untuk liburan ke Heha Sky View, banyak pertanyaan masuk ke pesan instagram kami mereka menanyakan apakah perlu jika berkunjung ke Heha Sky View harus membawa surat bebas covid-19 atau apakah jalan menuju Heha Sky View ditutup, banyak sekali pertanyaan seperti itu yang membuat wisatawan masih khawatir jika harus berkunjung ke Heha Sky View.

Kendalanya juga pada saat masa pandemi dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat ini adalah penurunan jumlah viewers, mungkin orang-orang sibuk harus melakukan kegiatan seperti wfh, banyak mungkin yang menghabiskan waktunya untuk menonton film jadi jarang membuka sosial media jadi jumlah viewersnya menjadi menurun itu yang dirasakan waktu pandemi kecuali waktu kemrin sudah mulai ramai banyak orang yang membagikan postingan Heha Sky View, kalau pandemi apalagi dalam masa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat tidak semua masyarakat membagikan postingan di Heha Sky View jadi berpengaruh juga ke instagram kami jadi menurun jumlah viewersnya. Kendala lainnya keluhan wisatawan yang kecewa dengan postingan Heha Sky View yang tidak sesuai dengan harapan wisatawan, orang kan berbeda-beda ya ada wisatawan yang tidak menyukai foto-foto tapi penasaran berkunjung ke Heha Sky View tapi ternyata atraksinya hanya spot foto saja membosankan ada wisatawan yang berkomentar seperti itu, ada juga yang berkomentar jika ke Heha Sky View pada siang hari udaranya panas banget jadi ga puas explorenya, ya memang disini kalau siang panas banget tapi di Heha Sky View juga banyak tempat berteduhnya di bawah jembatan atau direstoran tapi memang spot foto kita di area outdoor semua. Selain itu juga banyak wisatawan yang bingung harga tiket masuk yang berbeda-beda, kami menjual tiket masuk memang ada dua tipe pada

pukul 11.00 – 15.00 kami jual Rp.10.000 sedangkan pada jam 16.00 – 21.00 Rp.15.000 beda lagi waktu akhir pekan, tapi masih ada beberapa wisatawan yang masih bingung sama tiket masuk Heha Sky View padahal semua sudah kami informasikan di instagram.

Peneliti : Bagaimana cara mengatasi kendala saat melakukan promosi dengan media digital marketing?

Narasumber : membalas komentar dengan sopan, meminta maaf atas ketidaknyaman diberikan solusi atau rekomendasi tentang keluhan pengunjung misal ada pengunjung yang tidak nyaman berkunjung ke Heha Sky View pada siang hari kami akan merekomendasikan untuk datang pada sore atau malam hari dengan udara yang sejuk dan pemandangan juga lebih bagus bisa melihat lampu-lampu kota dari ketinggian. Atau keluhan tentang tiket masuk yang berbeda-beda kami balas memberikan informasi tentang harga tiket masuk kita dan menyarankan untuk datang pada saat weekday sebelum jam tiga karena di jam tersebut harga tiket kita hanya 10.000 saja.

LAMPIRAN 3
PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama : Dinda Annisa Fitri

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti : Darimana Anda mengetahui Heha Sky View?

Wisatawan : media sosial.

Peneliti : Apakah konten promosi yang dilakukan oleh Heha Sky View melalui digital marketing menarik?

Wisatawan : cukup menarik.

Peneliti : Apakah Anda merasa terbantu mendapatkan informasi tentang Heha Sky View melalui website atau media sosial Heha Sky View?

Wisatawan : Ya sangat terbantu, karena saya dapat mencari tahu lebih informasi tentang Heha Sky View sebelum mengunjungi tempat tersebut.

Peneliti : Bagaimana kesan pertama Anda berkunjung ke Heha Sky View apakah sesuai ekspektasi Anda setelah melihat dari platform promosi Heha Sky View?

Wisatawan : kurang sesuai dengan ekspektasi saya.

Peneliti : Apakah ada informasi yang berbeda antara platform digital marketing dengan kenyataan yang ada di Heha Sky View?

Wisatawan : tidak ada.

Peneliti : Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan dari pengelola Heha Sky View di website atau media sosial?

Wisatawan : ya saya puas.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama : Yussi Melinawati

Pekerjaan : Asisten Dokter Gigi

Peneliti : Darimana Anda mengetahui Heha Sky View?

Wisatawan : media sosial.

Peneliti : Apakah konten promosi yang dilakukan oleh Heha Sky View melalui digital marketing menarik?

Wisatawan : sangat menarik.

Peneliti : Apakah Anda merasa terbantu mendapatkan informasi tentang Heha Sky View melalui website atau media sosial Heha Sky View?

Wisatawan : iya sangat terbantu.

Peneliti : Bagaimana kesan pertama Anda berkunjung ke Heha Sky View apakah sesuai ekspektasi Anda setelah melihat dari platform promosi Heha Sky View?

Wisatawan : sesuai dengan apa yang dipromosikan.

Peneliti : Apakah ada informasi yang berbeda antara platform digital marketing dengan kenyataan yang ada di Heha Sky View?

Wisatawan : tidak ada.

Peneliti : Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan dari pengelola Heha Sky View di website atau media sosial?

Wisatawan : iya puas.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama : Fida

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti : Darimana Anda mengetahui Heha Sky View?

Wisatawan : media sosial.

Peneliti : Apakah konten promosi yang dilakukan oleh Heha Sky View melalui digital marketing menarik?

Wisatawan : Cukup menarik dan informatif

Peneliti : Apakah Anda merasa terbantu mendapatkan informasi tentang Heha Sky View melalui website atau media sosial Heha Sky View?

Wisatawan : Sangat terbantu karena sebelum saya memutuskan kesana saya mengecek instagram Heha Sky View terlebih dahulu untuk mengetahui apa saja yang ada disana

Peneliti : Bagaimana kesan pertama Anda berkunjung ke Heha Sky View apakah sesuai ekspektasi Anda setelah melihat dari platform promosi Heha Sky View?

Wisatawan : Ya, bahkan melebihi ekspektasi

Peneliti : Apakah ada informasi yang berbeda antara platform digital marketing dengan kenyataan yang ada di Heha Sky View?

Wisatawan : Sepertinya sama saja, karena sama-sama membagikan foto-foto fasilitas Heha Sky View

Peneliti : Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan dari pengelola Heha Sky View di website atau media sosial?

Wisatawan : puas, apalagi makanannya enak² dan antriannya teratur.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama : Tomi

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti : Darimana Anda mengetahui Heha Sky View?

Wisatawan : media sosial.

Peneliti : Apakah konten promosi yang dilakukan oleh Heha Sky View melalui digital marketing menarik?

Wisatawan : sangat menarik cocok untuk nongkrong.

Peneliti : Apakah Anda merasa terbantu mendapatkan informasi tentang Heha Sky View melalui website atau media sosial Heha Sky View?

Wisatawan : sangat terbantu sekali

Peneliti : Bagaimana kesan pertama Anda berkunjung ke Heha Sky View apakah sesuai ekspektasi Anda setelah melihat dari platform promosi Heha Sky View?

Wisatawan : cukup berekspektasi.

Peneliti : Apakah ada informasi yang berbeda antara platform digital marketing dengan kenyataan yang ada di Heha Sky View?

Wisatawan : sama saja tidak ada yang berbeda.

Peneliti : Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan dari pengelola Heha Sky View di website atau media sosial?

Wisatawan : cukup puas.

PEDOMAN WAWANCARA WISATAWAN

ANALISIS PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI HEHA SKY VIEW YOGYAKARTA

Nama : Puspa

Pekerjaan : Mahasiswa

Peneliti : Darimana Anda mengetahui Heha Sky View?

Wisatawan : media sosial.

Peneliti : Apakah konten promosi yang dilakukan oleh Heha Sky View melalui digital marketing menarik?

Wisatawan : menarik, membuat penasaran untuk dikunjungi apalagi saat konten promosi heha sky view malam hari.

Peneliti : Apakah Anda merasa terbantu mendapatkan informasi tentang Heha Sky View melalui website atau media sosial Heha Sky View?

Wisatawan : iya terbantu.

Peneliti : Bagaimana kesan pertama Anda berkunjung ke Heha Sky View apakah sesuai ekspektasi Anda setelah melihat dari platform promosi Heha Sky View?

Wisatawan : sesuai ekspetasi, namun harga tiket masuk berbeda-beda membuat bingung

Peneliti : Apakah ada informasi yang berbeda antara platform digital marketing dengan kenyataan yang ada di Heha Sky View?

Wisatawan : Ya, kondisi ditempat tidak rapi dan kurang tertata

Peneliti : Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan dari pengelola Heha Sky View di website atau media sosial?

Wisatawan : sejauh ini puas.

LAMPIRAN 4
LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA: Dyah Pitaloka Permatasari
NO. MAHASISWA : 517100730
JUDUL PENELITIAN : Analisis Pemanfaatan Digital Marketing
Sebagai Media promosi di Heha Sky View Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Budi Hermawan, MM

NAMA PEMBIMBING II: Hary Hermawan, S.Par., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
4	12/4/21	- Pertanyaan digital di Semarang dgn point2 manfaat di kerangka Pemikiran - Kerangka Pemikiran Sebaiknya dgn teori manfaat digital Mkt	
5	14/4/21	- Tes li + kuesioner di kerangka Pemikiran - Proposal Ace	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	29/03 2021	Latar belakang (penulisan diperbaiki)	JHP
2.		Penulisan Landasan teori	JHP
3.	30/3-2021	Penulisan Kumpulan, daftar pustaka.	JHP
4	13/4-2021	Pemberatan kata-kata Asing, dicetak miring	JHP
5	17/04-2021	ACC.	JHP



NAMA MAHASISWA: Dyah Pituloka Permatasari

NO. MAHASISWA : 517100730

JUDUL PENELITIAN : Analisis Perencanaan digital marketing sebagai media promosi di Heha Sky View Yogyakarta

NAMA PEMBIMBING I: Drs. Budi Hermawan, M.M

NAMA PEMBIMBING II: Hary Hermawan, S.Pair., M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
6	19/7'21	- Dalam Pembahasan berikan ulasan yg lebih tajam/ detail dari penulis berdasarkan observasi lapangan dan dokumentasi/ instagram/ + b)	
7	26/7'21	- Kerangka Penulisan - Penomoran Sub judul - Pembahasan manfaat D N M K (lihat komentar di dalam)	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
6	28/7 -21	- Format halaman diperbaiki - Perbaiki sub bab Sejarah Heha Sky View - Klarifikasi tugas dan fungsi - Perbaiki keterangan foto - Memvalidasi hasil Pembahasan biaya Promosi digital marketing - Penyebaran tentang endorsemen	<i>JH</i>
7	31/07 - 2021	- tambahkan foto before- after Pembinaan Postingan Spot Foto baru	<i>JH</i>

