

LAPORAN TUGAS AKHIR

PERAN *PROJECT MANAGER* DALAM *DIGITAL DESTINATION BRANDING #TANAHTURATEA* DI MEDIA SOSIAL TAHUN 2022

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Ahli Madya



Disusun oleh:
Sri Utami Dewi
19033118

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Project Manager Dalam *Digital Destination Branding* #Tanahturatca Di Media Sosial Tahun 2022

Penulis : Sri Utami Dewi
NIM : 19033118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 26 Juli 2022.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji,



Bayu Dwi Nurwicaksono, M.Pd
NIP. 198612252014041002

Anggota 1



Arius Krypton, M. Si.
NIDN.0008048305

Anggota 2



Rizky Kertanegara, S.S, M.Si
NIP. 198301152014041001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Penerbitan



Dr. Erlan Saefuddin, S.S., M.Hum.
NIP. 197508072009121001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Peran Project Manager Dalam *Digital Destination Branding #Tanahuraatea* Di Media Sosial Tahun 2022
Penulis : Sri Utami Dewi
NIM : 19033118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan

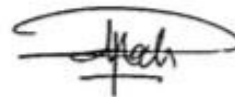
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2022.

Pembimbing I



Rizky Kertanegara, S.S, M.Si
NIP. 198301152014041001

Pembimbing II



Pahala Basuki, S. Ikom

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M. Si
NIP. 199211132019032025

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Utami Dewi
NIM : 19033118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademi : 2021/2022

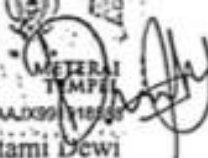
dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: Peran Project Manager Dalam *Digital Destination Branding #Tanahturatea* Di Media Sosial Tahun 2022 adalah **original**, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
Sri Utami Dewi
NIM: 19033118

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Utami Dewi.
NIM : 19033118
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Tahun Akademik : 2021/2022

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: *Digital Destination branding #Tanahturateca Di Media Sosial Tahun 2022* beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang menyatakan,


Sri Utami Dewi
NIM: 19033118

ABSTRAK

Judul TA : PERAN *PROJECT MANAGER* DALAM DIGITAL
DESTINATION BRANDING #TANAHTURATEA DI
MEDIA SOSIAL TAHUN 2022

Ditulis oleh : Sri Utami Dewi
Prodi : Periklanan
Jurusan : Penerbitan
Pembimbing I : Rizky Kertanegara, S.S, M.Si
Pembimbing II : Pahala Basuki

Sektor pariwisata memiliki peran penting untuk negara, hal ini membuat setiap destinasi wilayah harus memiliki perbedaan agar dapat diingat dengan mudah oleh masyarakat. Salah satu caranya dengan melakukan *destination branding* melalui media sosial. Seperti Kabupaten Jeneponto yang melakukan *destination branding* untuk menciptakan *brand awareness* melalui media sosial. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran *project manager* dalam *digital destination branding* Kabupaten Jeneponto dengan metode wawancara. Hasil dari metode penulisan ini adalah mengetahui bahwa komunikasi yang sesuai, akan menciptakan *brand awareness* untuk media sosial Kabupaten Jeneponto.

Kata kunci \: *Destination branding, Brand awareness, Project manager, Media Sosial*

The tourism sector has an important role for the country, this makes each regional destination must have a difference so that it can be easily remembered by the public. One way is to do destination branding through social media. For example, Jeneponto Regency is doing destination branding to create brand awareness through social media. The purpose of this paper is to find out how the role of the project manager in digital destination branding in Jeneponto Regency. The result of this writing is knowing that appropriate communication will create brand awareness for Jeneponto Regency's social media.

Keywords: *Destination branding, Brand awareness, Project manager, Social Media*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis menjalankan praktik industri di Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto selama enam bulan yang di mulai sejak bulan Februari hingga Juli 2022 dengan berperan sebagai *Project manager*. Maka dari itu penulis membuat tugas akhir ini dengan judul “Peran *Project manager* dalam Digital *Destination branding* #TanahTuratea di Media Sosial Tahun 2022”

Tugas akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan serta dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, di kesempatan kali ini dengan segala hormat penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak yang membantu khususnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, SE., M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
2. Dr. Benget Simamora, M.M., Wakil Direktur Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, SS., M. Hum Ketua Jurusan Penerbitan
4. R Sulistyو Wibowo, S. Sn, M.Sn. Sekertaris Jurusan Penerbitan
5. Zaenab, S. S., M.Si. Koordinator Program Studi Periklanan
6. Ibu Elly Isriani Arief, SH., Msi selaku Pemimpin yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto
7. Bapak M. Rizky Kertanegara, M. Si dan Bapak Pahala Basuki selaku Pembimbing Akademis Penyusunan Laporan Praktik Industri ini.
8. Mama yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan materiil.
9. Brous Agency yang telah berjuang bersama-sama selama dua tahun.
10. Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melakukan praktik industri

11. Sahara Medika Team yang telah memberikan dukungan secara moril dan mengizinkan tempatnya digunakan untuk mengerjakan laporan praktik industri ini.
12. Bintang Asadel yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam segala aspek proses penyelesaian laporan praktik industri. Semoga laporan praktik industri ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 21 Juli 2022
Yang menyatakan,



METERAN
TEMPEL
JASSA.DK991918309

Sri Utami Dewi
NIM: 19033118

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	1
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	2
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR.....	3
DAN BEBAS PLAGIARISME	3
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	4
ABSTRAK	5
PRAKATA	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN.....	14
A. Latar Belakang	14
B. Identifikasi Masalah	19
C. Batasan Masalah.....	19
D. Rumusan Masalah	19
E. Tujuan Penulisan	20
F. Manfaat Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Komunikasi	21
1. Definisi Komunikasi.....	21
2. Komunikasi Bisnis.....	21
3. Komunikasi ke Bawah.....	21
4. Komunikasi Interpersonal.....	22
5. Komunikasi Kelompok.....	22
6. Tujuan Komunikasi	22
B. <i>Project manager</i>	23
C. Manajemen Proyek.....	24
D. Model AISAS	25
E. STP.....	26

1.	<i>Segmenting</i>	26
2.	<i>Targeting</i>	26
3.	<i>Positioning</i>	27
F.	Media Sosial.....	27
1.	Instagram	28
2.	Facebook.....	28
3.	Youtube	29
4.	Tiktok.....	29
G.	Brand	29
1.	<i>Brand awareness</i>	29
2.	<i>Brand Image</i>	30
3.	<i>Destination branding</i>	31
H.	KPI (<i>Key Performance Indicator</i>).....	31
1.	<i>Follow</i>	31
2.	<i>Likes</i>	31
3.	<i>Comment</i>	31
4.	<i>Save</i>	31
5.	<i>Share</i>	32
6.	<i>Impressions</i>	32
7.	<i>Reach</i>	32
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		33
A.	Data Institusi	33
1.	Profil Institusi	33
2.	Visi dan Misi Institusi.....	33
3.	Lokasi Institusi	34
4.	Struktur Institusi	34
5.	Logo Institusi	34
B.	Pengumpulan Data	35
C.	Ruang Lingkup	35
1.	Peran <i>Project manager</i>	35
2.	Periode Pekerjaan	36
3.	Jenis-jenis Pekerjaan.....	36
D.	Langkah Kerja	36
BAB IV PEMBAHASAN		38
A.	Gambaran Umum	38

B.	Alur Pekerjaan	42
1.	Praproduksi (Tahap <i>Initiation Project and Planning Project</i>)	43
2.	Produksi (<i>Execution Project & Monitoring and Controlling Project</i>)	46
3.	Pascaproduksi (<i>Closure Project</i>)	52
C.	Hasil Pekerjaan	53
D.	Komparasi Teori dan Praktik	59
1.	Komparasi dengan Teori <i>Project manager</i>	59
2.	Komparasi dengan Teori Mata Kuliah	60
3.	Komparasi dengan 5 Fase Project Management	61
4.	Komparasi dengan Model AISAS	61
BAB V	PENUTUP	63
A.	Simpulan	63
B.	Saran	63
1.	Bagi akademis	63
2.	Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	64
3.	Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Komparasi Teori Project manager.....	60
Tabel 2. Komparasi Teori Model AISAS.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah Kunjungan Pariwisata di Indonesia	16
Gambar 2. Data Pengguna Internet Indonesia	17
Gambar 3. Data Pengguna Media Sosial yang Sering Digunakan	18
Gambar 4. Fase Manajemen Proyek.....	24
Gambar 5. Model AISAS	26
Gambar 6. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata	34
Gambar 7. Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Jeneponto	34
Gambar 8. Peta Indonesia.....	38
Gambar 9. Peta Sulawesi.....	38
Gambar 10. Gambar Peta Kabupaten Jeneponto	39
Gambar 11. Gambar Air Terjun Talang Loe	39
Gambar 12. Gambar PLTB Tolo Kabupaten Jeneponto	40
Gambar 13. Gambar Gantala Jarang	40
Gambar 14. Gambar Coto Kuda.....	41
Gambar 15. Gambar Alur Pekerjaan Project manager	43
Gambar 16. Gambar Proses Meeting Offline dengan Pimpinan	44
Gambar 17. Gambar Pembentukan Creative Team.....	45
Gambar 18. Gambar KPI Digital Destination branding	45
Gambar 19. Gambar Meeting Internal.....	46
Gambar 20. Gambar Meeting Internal Pembahasan Visual Identity.....	47
Gambar 21. Gambar Logogram untuk Sosial Media.....	47
Gambar 22. Gambar Logotype untuk Sosial Media.....	48
Gambar 23. Gambar Komunikasi Eksternal dengan Komunitas.....	48
Gambar 24. Gambar Komunikasi Eksternal dengan Komunitas.....	49
Gambar 25. Gambar Komunikasi Eksternal dengan Influencer/KOL	49
Gambar 26. Gambar Komunikasi Vertikal kepada Pimpinan	50
Gambar 27. Gambar Komunikasi Interpersonal kepada SMO.....	51
Gambar 28. Gambar Komunikasi Vertikal kepada Pimpinan untuk Report	52
Gambar 29. Gambar Reach yang Telah Sesuai KPI.....	53
Gambar 30. Gambar Impressions yang Telah Sesuai KPI	53
Gambar 31. Gambar Views Konten IG Reels	54
Gambar 32. Gambar Reach yang Telah Dicapai	54
Gambar 33. Gambar Interaksi Audiens di Instagram.....	55
Gambar 34. Gambar Komunikasi Interpersonal Berupa Absensi	56
Gambar 35. Gambar Komunitas dan KOL Track	56
Gambar 36. Gambar Content Monitoring Maret.....	57
Gambar 37. Gambar Content Monitoring April	57
Gambar 38. Gambar Content Monitoring Mei	58
Gambar 39. Gambar Content Monitoring Juni.....	58
Gambar 40. Gambar Content Monitoring Juli.....	59
Gambar 41. Gambar Model AISAS	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata	69
Lampiran 2. Lembar Bimbingan 1	70
Lampiran 3. Lembar Bimbingan 2	71
Lampiran 4. Dokumentasi Uji Proposal	72
Lampiran 5. Dokumentasi Bimbingan	73
Lampiran 6. Surat Keterangan Praktik Industri.....	74
Lampiran 7. Hasil Wawancara	75