



4.68%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 22 JUL 2024, 1:25 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.07%

● CHANGED TEXT
4.6%

Report #22114975

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Karena media baru dan media online menjadi semakin lazim dari waktu ke waktu, setiap jenis bisnis harus beradaptasi untuk mengikuti tren terbaru agar dapat menjalankan strategi pemasarannya secara efektif. Kemajuan teknologi ini juga membantu sektor pariwisata selama masa-masa sulit seperti pandemi. Tidak dapat disangkal bahwa industri pariwisata telah terdampak secara signifikan oleh pembatasan parah yang diberlakukan selama wabah Covid-19. Menjual barang dan jasa dapat dilakukan dengan sukses dengan menggunakan pemasaran media online. Banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan memudahkan pengguna untuk melihat dan memilih. Untuk mempromosikan lokasi pariwisata Indonesia melalui promosi media massa online dan offline, bisnis dapat memanfaatkan iklan digital, teknologi, dan komunikasi untuk menarik wisatawan. Teknologi digunakan dalam pariwisata saat ini untuk beberapa tujuan, termasuk promosi, berbagi informasi, dan regulasi. Hal ini menyederhanakan dan mempercepat seluruh proses terkait biaya, tenaga kerja, dan waktu. Media sosial dan platform online lainnya, seperti e-tourism, e-commerce, dan e-marketing, merupakan cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih besar untuk pengembangan destinasi (Yuliana, 2022). Memanfaatkan platform media sosial populer seperti Instagram dan TikTok, di mana banyak pengguna aktif, adalah salah satu metode pemasaran. Karena banyak orang Indonesia menggunakan TikTok sebagai

REPORT #22114975

platform media sosial sehari-hari, Bobobox Indonesia memanfaatkan jaringan tersebut untuk upaya pemasaran digitalnya sendiri. Laporan We are Social menyatakan bahwa pada Januari 2024, terdapat 126,83 juta pengguna TikTok di Indonesia, meningkat 19,1% dari 106,52 juta pengguna yang tercatat dalam tiga bulan sebelumnya. Seperti yang ada pada akun TikTok @bobobox_id, mereka memiliki beberapa model konten yang diunggah setiap harinya. Konten-konten yang dimiliki akun tersebut berupa informasi mengenai letak wilayah produk mereka, informasi promosi, video animasi pemandangan yang ada pada produk bobocabin mereka di setiap kota, informasi mengenai penggunaan fitur teknologi yang ada pada kabin di bobocabin. Berikut ini beberapa contoh konten yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id yang memiliki hashtag Bobocabin. Periode Konten Like Comment Save Share Pesan

Periode	Like	Comment	Save	Share	Pesan
15 Juli 2023	17.2K	126	858	2.904	
5 Oktober 2023	412.8K	573	20.5K	2.153	
28 April 2023	9.297	5.851	256	154	2.105
30 April 2023	1.599	2.608	1.941		

Konten ini memiliki Isi Pesan Persuasif, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan pesan mengenai unit Bobocabin Gunung Mas, Puncak Bogor. Mulai dari memperlihatkan fasilitas hingga aktifitas di sana.

Konten ini memiliki Isi Pesan Informatif, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan membahas informasi mengenai tempat penyimpanan alas kaki bagi para pelanggan yang baru pertama kali menginap.

REPORT #22114975

Isi Pesan Entertain, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan memperlihatkan pemandangan dan juga perjalanan menuju Bobocabin Madasari Pangandaran. Konten ini Beberapa contoh konten di atas ini cukup banyak memiliki bentuk tanggapan dari para audiens, isi pada kolom komentar mereka berisikan bentuk ketertarikan mereka untuk menginap di salah satu unit Bobocabin setelah diperlihatkannya bentuk fasilitas yang akan didapatkan pada konten mereka. Komentar yang terdapat pada konten di atas ini juga memiliki dalam bentuk testimoni dari para audiens yang sudah memiliki pengalaman menginap di salah satu unit Bobocabin. Karena TikTok adalah salah satu dari beberapa platform media sosial dan penggunaan media sosial saat ini cukup luas di Indonesia, kami tertarik untuk mempelajari topik ini. Pada platform ini sudah banyak yang menggunakan untuk berbagai usaha seperti untuk penjualan dan juga pemasaran, hal tersebut dikarenakan adanya bentuk data yang memberikan informasi bahwa pengguna aplikasi TikTok pada saat ini telah melonjak. Gambar 1. 1 Data Pengguna TikTok 2024 (Statista.com) Dengan data di atas tersebut, dapat menjawab mengapa platform TikTok saat ini sedang ramai digunakan sebagai sarana pemasaran. Selain pengguna platform tersebut memiliki angka yang tinggi, akun TikTok sendiri juga sudah cukup untuk memberikan komunikasi yang efisien dalam fitur- fitur yang disediakan. Dalam akun TikTok kita dapat mengunggah konten dalam bentuk

REPORT #22114975

video ataupun foto, lalu terdapat kolom komentar yang dapat memberikan komunikasi dua arah dengan para audiens memiliki Isi Pesan Entertain, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan memperlihatkan pemandangan dan fasilitas Bobocabin Madasari Pangandaran. Dengan adanya kegiatan berlibur ini dapat menunjang bentuk pariwisata yang ada di beberapa wilayah, yang dimana dengan hal tersebut membuat adanya bentuk bisnis atau usaha yang dilakukan. Pariwisata sendiri merupakan salah satu bidang usaha yang dapat menunjang bentuk kemajuan bagi suatu daerah, hal tersebut dikarenakan adanya bentuk kegiatan yang dapat mendatangkan turisme yang akan melakukan bentuk perjalanan ataupun rekreasi ke antar negara ataupun daerah. Bentuk kegiatan usaha pariwisata oleh pemerintah, swasta ataupun masyarakat ini berkeseluruhan untuk memberikan bentuk pelayanan dan mengurus kebutuhan bagi para wisatawan (Dinas Pariwisata, 2016). Seperti pada artikel yang dimiliki oleh website resmi Wonderful Indonesia, bahwa Bobocabin sendiri dapat jadi penguat dari bentuk pariwisata di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan Bobocabin yang berhasil menawarkan bentuk pengalaman pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan (Setiawan, 2023). Salah satu hal yang dapat menunjang sebuah usaha pariwisata ini sendiri adalah dengan menjual atau menawarkan bentuk kenyamanan bagi para wisatawannya, seperti pada bentuk usaha yang dilakukan oleh Bobobox Indonesia yang merupakan pengelola hotel kapsul

waralaba di seluruh Indonesia yang sudah beroperasi pada Juli 2018 silam. Dengan mengusung penginapan dalam bentuk kapsul yang didesain secara minimalis ini ternyata mengundang perhatian publik dalam memilih bobobox sebagai tempat penginapan yang nyaman bagi para wisatawan ataupun bagi masyarakat yang hanya ingin mencoba merasakan penginapan kapsul ini. Selain hotel kapsul atau bobopod, bobobox Indonesia juga memiliki produk penginapan baru yaitu bobocabin yang dimana konsep dari penginapan ini sendiri berbeda dengan bobopod. Bobocabin ini memiliki konsep penginapan kabin dengan menjual pengalaman glamping (glamour camping) dengan pemandangan alam terbaik dari beberapa sudut kota seperti di pegunungan ataupun di pinggir pantai (Janardana, 2024) Meskipun berada di tempat yang menyatu dengan alam, bobocabin sendiri juga tetap dilengkapi dengan fasilitas modern lengkap. Dengan menggunakan teknologi Internet Of Things (IoT), pengunjung dapat mengatur segala fitur di dalamnya, seperti jendela pintar, pencahayaan, pintu, dan speaker audio Bluetooth, semua dapat dikendalikan langsung melalui layar sentuh. Desain kabin juga sangat unik, dengan jendela besar dan konsep kemping yang ditinggikan, kabin disesuaikan dengan alam sebisa mungkin. Selain itu Bobobox Indonesia sendiri juga menyertakan warga lokal dalam penyediaan tenaga kerja untuk bisa bergabung dalam staf Bobocabin. Peneliti tertarik untuk meneliti pada Bobobox Indonesia dengan spesifikasi produk yaitu Bobocabin,

hal tersebut dikarenakan Bobocabin sendiri yang merupakan salah satu produk inovasi baru dari Bobobox Indonesia. Produk Bobocabin ini sendiri baru beroperasi sejak tahun 2021 dan telah diberikan bentuk apresiasi oleh Wamenparekraf pada tahun 2023, karena Bobocabin dinilai menjadi daya tarik wisatawan dan dapat menjadi peningkat pariwisata di Indonesia. Dalam penelitian ini mengambil bentuk analisis dengan periode Februari 2023 - Februari 2024. Hal tersebut dikarenakan Bobocabin Indonesia mendapatkan kunjungan dan juga bentuk apresiasi oleh Angela Tanoesoedibjo yang merupakan Wamenparekraf, beliau mengapresiasi bentuk dari inovasi yang telah dilakukan oleh Bobobox Indonesia yaitu Bobocabin yang memberikan pengalaman penginapan yang menyatu dengan alam (Setiawan, 2023). Dengan begitu peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk pengemasan pesan yang dilakukan oleh Bobobox dalam melakukan pemasaran di media sosial TikTok dari sebelum mendapatkan bentuk apresiasi Wamenparekraf yang diberikan pada bulan Maret 2023, hingga setahun ke depannya. Peneliti hanya menggunakan bentuk visual dalam mengambil data dan penilaian pada konten unit analisis yang digunakan. Format tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini dan digunakan sebagai sumber. **15 27** Metode analisis isi kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa peneliti bisa mendapatkan pengetahuan yang komprehensif tentang bagaimana memproduksi materi yang disesuaikan dengan pendekatan komunikasi dan modus komunikasi yang digunakan di Instagram (Lubis & Rorong, 2023). **15** Pada penelitian terdahulu yang kedua Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berfokus pada edukasi, disampaikan dalam bentuk video, dan mendapat tanggapan positif (Putri, 2022). Penelitian terdahulu yang ketiga ini penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instapurwokerto memiliki bentuk tujuan untuk merepresentasikan tempat pariwisata pada kota Purwokerto melalui unggahannya di media sosial Instagram (Ibnu, 2020). 1.2. Rumusan Masalah Peneliti akan memberikan hasil penelitiannya dengan melakukan

analisis isi pada pengemasan konten yang ada pada akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada produk bobocabin. Bentuk rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana bentuk - bentuk isi pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024? 2. Bagaimana bentuk - bentuk tema pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024? 3. Bagaimana bentuk – bentuk tanggapan pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024? 4. Bagaimana bentuk - bentuk format pesan yang digunakan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024?

1.3. Tujuan Penelitian Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, bentuk hasil dari pengemasan konten pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada Bobocabin memiliki tujuan penelitian yang diharapkan dapat menjawab dari rumusan masalah penelitian ini, yaitu: 1. Mengetahui bentuk pengemasan isi pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024 2. Mengetahui bentuk pengemasan tema pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024 3. Mengetahui bentuk pengemasan tanggapan pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024 4. Mengetahui bentuk format pesan yang digunakan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024

4. Manfaat Penelitian Setelah penelitian ini selesai dikaji, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini dibagi ke dalam 2 kategori: 1.4 **5** 1 Manfaat

Akademis Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk memperkaya bentuk kajian dalam komunikasi persuasif khususnya pada media sosial TikTok, dan tentunya dapat menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya khususnya untuk penelitian dengan metode analisis isi pengemasan konten TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis Selain dalam bentuk manfaat akademi, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan bentuk manfaat praktis, seperti: 1.

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadikan bentuk rujukan bagi para pemegang usaha dalam pariwisata di dalam media sosial. 2. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bentuk wawasan baru untuk pengelola akun dalam bagaimana bentuk pengemasan pesan pariwisata dalam konten akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada bobocabin.

TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Penelitian Terdahulu No. Judul, Penulis, Tahun Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan 1. Membangun Citra Pariwisata Kota Batam Melalui Analisis Konten Instagram @batampromotion Universitas Putera Batam Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Analisis isi Peneliti dapat menarik berbagai kesimpulan mengenai tujuan penulisan makalah ini dari investigasi yang dilakukan pada akun @batampromotion di Instagram. Peneliti menggunakan Instagram, platform media sosial yang terus berkembang sejak tahun 2017, untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang bagaimana mengembangkan konten yang disesuaikan dengan strategi komunikasi dan moda komunikasi yang digunakan. Hasil penelitian pada akun Instagram @batampromotion menyarankan fokus pada konten berkualitas, strategi komunikasi santai, dan kombinasi teks untuk informasi jelas. Manfaat Instagram untuk informasi wisata, khususnya tempat wisata, agar citra destinasi kuat. Selalu sesuaikan konten dengan tren Perbedaan yang dimiliki dengan penelitian yang sedang dijalankan adalah adanya bentuk perbedaan pada media yang digunakan. Pada penelitian terdahulu menggunakan media yang memberikan informasi pariwisata keseluruhan yang ada di Batam, sedangkan pada penelitian yang sedang dijalankan merupakan media media sosial untuk tetap relevan dan menarik. sebuah usaha pariwisata. 2. Pengemasan Pesan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Di Akun TikTok @kemenparekraf (Analisis Isi Kualitatif Pada Konten AKI, KATA, ADWI Periode Desember 2021 – Oktober 2022) Universitas Pembangunan Jaya Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Analisis Isi Hasil penelitian menyimpulkan bahwa konten yang dipublikasikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggunakan strategi pengemasan

pesan yang melibatkan unsur-unsur pesan dan bentuk pesan. Unsur pesan ini mencakup kode pesan, isi pesan, dan penampilan pesan. Dari analisis unsur pesan tersebut, dapat dilihat bahwa konten yang ditampilkan memiliki makna bagi audiens melalui penggunaan suara, huruf, dan kata-kata yang dipilih dengan cermat. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga cenderung memberikan penjelasan yang disarankan agar Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terus mengembangkan strategi pengembangan pesan mereka untuk memperkuat interaksi dengan audiens. Hal ini dapat mencakup eksplorasi lebih lanjut terhadap kreativitas dalam penyampaian pesan serta peningkatan penggunaan elemen visual yang menarik. Perbedaan pada penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dijalankan adalah bentuk definisi dari konten yang diteliti, penelitian terdahulu ini memiliki unsur ekonomi kreatif pada konten yang dianalisis sedangkan dalam penelitian ini hanya memiliki unsur pariwisata dalam konten-konten yang ada. Langsung dan jelas mengenai inti pesan dalam konten mereka. Selain itu, mereka mampu menyajikan konten dengan kemasan visual yang menarik, sehingga dapat menarik perhatian audiens terhadap konten yang mereka sajikan.

3. Representasi Pariwisata Purwokerto Di Instagram :Studi Analisis Isi Pada Akun Instagram @Instapurwokerto

Universitas Islam Indonesia Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Analisis Isi deskriptif Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana akun Instapurwokerto merepresentasikan Purwokerto melalui unggahannya di media sosial. Perkembangan media sangat penting dalam keberlangsungan, sehingga harus dimanfaatkan dengan baik. Unggahan di akun Instapurwokerto juga menggambarkan pariwisata di Purwokerto. Pada penelitian berikutnya dapat menunjukkan bagaimana media sosial dapat dibantu oleh berbagai teori sosial yang berkaitan dengan media sosial, serta memberikan perbandingan yang lebih bermakna. Perbedaan yang dimiliki dengan penelitian yang sedang dijalankan adalah adanya bentuk perbedaan pada media yang digunakan. Pada

penelitian terdahulu menggunakan media yang memberikan informasi pariwisata keseluruhan yang ada di Purwokerto, sedangkan pada penelitian yang sedang dijalani merupakan media sebuah usaha pariwisata. Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Penelitian akan menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber referensi dalam menyusun penelitian ini karena memiliki rumusan masalah, metodologi, dan penerapan konsep teori yang sama. Cara penyusunan objek penelitian dan konsep yang digunakan membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Keterbaruan yang dimiliki pada penelitian ini adalah bentuk pembahasan yang berfokus pada pengemasan pesan pada sebuah konten pada media sosial TikTok, dengan menggunakan beberapa indikator yang relevan dengan bentuk konten yang dimiliki akun TikTok @bobobox_id. Dari adanya tiga penelitian terdahulu di atas memiliki bentuk persamaan serta perbedaan yang dimiliki dengan penelitian ini. Pada penelitian terdahulu oleh Yomi Shela Raihan Lubis dan Michael Jibrael Rorong, terdapat perbedaan dalam pembahasan dalam penelitian. Pada penelitian terdahulu memiliki pembahasan yang berfokus pada bentuk strategi komunikasi yang diterapkan pada akun Instagram @batampromotion. Sedangkan dalam penelitian yang sedang diteliti berfokus pada pembahasan pengemasan pesan yang digunakan oleh akun TikTok @bobobox_id. Akun TikTok @kemenparekraf milik pemerintah, yang berkonsentrasi pada industri kreatif dan pesan-pesan pariwisata, merupakan subjek dari penelitian sebelumnya oleh Putri Faradilah. Penelitian ini, di sisi lain pada penelitian ini hanya melihat pada materi pengemasan pesan pariwisata yang digunakan oleh akun @bobobox_id pada platform media sosial TikTok. Dalam penelitian terdahulu yang ketiga yang ditulis oleh Ibnu Mufti Sumarno yang memiliki fokus pada bagaimana media sosial Instagram pada akun Instapurwekerto merepresentasikan tempat wisata yang ada di Purwokerto dengan menggunakan, sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada pengemasan pesan pariwisata pada usaha akun media sosial TikTok Bobobox Indonesia.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1 Komunikasi Media Baru Menurut Joseph Straubhaar, Robert LaRose dan Lucinda Davenport (2012), komunikasi adalah

proses pertukaran makna. Definisi ini mencakup berbagai hal, termasuk berbicara dengan teman, membaca surat kabar, menonton televisi, dan menjelajahi internet. Contoh komunikasi yang kurang jelas bisa meliputi desain grafis pada kaos, tawa lepas, atau kedipan mata. Makna yang dipertukarkan tidak perlu mendalam: sebuah soneta karya Shakespeare dan coretan di dinding kamar mandi keduanya tetap dianggap sebagai bentuk komunikasi. Media memiliki istilah yang merujuk pada sarana komunikasi utama seperti televisi dan surat kabar, terutama dalam konteks komunikasi massa, yang kemudian dikenal sebagai media massa. **24** Sebaliknya, media baru merupakan jenis media yang memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan internet.

Karakteristik media yang berbeda dari format media sebelumnya disebut sebagai “media baru”. Media lama mencakup hal-hal seperti radio, televisi, koran, dan majalah; sedangkan media baru mencakup konten online yang interaktif. Akibatnya, frasa ini hanya menggambarkan fitur-fitur baru yang telah berevolusi dan bukan menunjukkan bahwa media yang sudah ada akan digantikan oleh media baru. Dalam penelitian ini, komunikasi media baru yang dimaksud adalah medium yang digunakan oleh Bobobox Indonesia yaitu media sosial TikTok dengan akun @bobobox_id sebagai salah satu sarana pemasaran mereka dalam memberikan konten pariwisata dengan tujuan menarik perhatian wisatawan. 2.2.2 Media Sosial Media sosial adalah salah satu sarana yang dapat dimanfaatkan untuk bermacam-macam aktivitas antara lain untuk mendukung pada sektor bisnis dan pemasaran. Media sosial juga hadir untuk menunjang dari perkembangan yang telah terjadi pada teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan Beig & Khan (2020) menyatakan bahwa media sosial dapat diartikan sebagai suatu inovasi internet yang mengubah secara mendasar kehidupan kita melalui penggunaan aplikasi pesan, situs web, game, sistem komunikasi, dan jejaring sosial. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk sekadar berkomunikasi saja, media sosial juga memberikan manusia kesempatan untuk memiliki interaksi dan berkumpul pada lingkungan yang menarik dengan kesamaan minat. Pada hal ini, media sosial juga dapat menginformasikan, mempengaruhi, memberikan

interaksi kepada suatu kelompok individu, ataupun memasarkan sebuah bisnis. Berdasarkan Nasrullah (2016) media sosial juga memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki media lainnya. Terdapat beberapa karakteristik dari media sosial sendiri, antara lain: 1. Jejaring Media Struktur sosial online menjadi dasar bagi perkembangan media sosial. Potensi jejaring sosial untuk membina hubungan antara pengguna dan memungkinkan koneksi teknologi adalah salah satu fitur utamanya. 2. Informasi Berbagi Informasi Karena media sosial berfungsi sebagai platform bagi orang-orang untuk mencari dan berbagi informasi, penyebaran informasi adalah salah satu fitur utamanya. 3. Arsip Selama perangkat dan internet terhubung, informasi dapat disimpan dan diambil dari lokasi mana pun dan kapan pun dengan menggunakan karakter deskriptif "Arsip." 4. Interaksi Karakter yang mendasar untuk media sosial yaitu pembentukan interaksi/hubungan para pengguna nya. Tidak hanya bertujuan untuk memperluas jaringan pertemanan atau meningkatkan jumlah pengguna dari internet, tetapi juga mencakup interaksi sederhana seperti komentar dan lainnya di media sosial. 5. Simulasi Sosial Media sosial secara khas memfasilitasi eksistensi komunitas yang berkelanjutan di dunia maya (virtual). Selain itu, platform tersebut memiliki peraturan dan kode etik bagi pengguna. Meskipun interaksi di jejaring sosial dapat mencerminkan realitas, seringkali interaksi tersebut merupakan representasi yang berbeda dari interaksi dalam kehidupan nyata. 6. Konten Konten Pemilik akun media sosial adalah pemilik eksklusif semua konten. Konten yang dibuat oleh pengguna menunjukkan bahwa dalam situs jejaring sosial, pengguna menyediakan konten selain 7. Penyebaran Penyebaran adalah salah satu aspek penting dari media sosial, di mana pengguna tidak hanya menciptakan dan mengonsumsi konten, tetapi juga secara aktif menyebarkan dan mengembangkan konten mereka sendiri. Dalam penjelasan karakteristik media sosial ini, peneliti menggunakan media sosial sebagai konsep penelitian yang termasuk kepada pembuatan konten, penyebaran informasi sehingga dapat mencapai pesan persuasif yang akan disampaikan melalui

media sosial. Hal tersebut dikarenakan platform TikTok yang digunakan oleh Bobobox Indonesia ini termasuk dalam kategori media sosial, yang Dimana TikTok sendiri juga menjadi salah satu media yang ramai digunakan oleh Masyarakat Indonesia. 2.2.3 TikTok TikTok merupakan salah satu platform dari media sosial yang pada aplikasinya dapat menyebarkan video maupun foto hanya dengan menggunakan konektivitas internet. Aplikasi ini dipergunakan untuk bersenang-senang dengan menonton dan membuat video kreatif dengan menggabungkan video atau foto dengan lagu pilihan pengguna, TikTok juga menyediakan fitur Filter atau efek foto maupun video sehingga para pengguna dapat bersenang-senang menggunakan fitur tersebut. Selain itu, media sosial TikTok dapat menjadi medium untuk menyebarkan informasi ataupun mengiklan dan bisa didapatkan oleh pengguna lainnya secara cepat. **26** Platform media sosial TikTok juga sangat populer di Indonesia saat ini. **19** Berdasarkan data yang diperoleh melalui We Are Social (2024) pada Januari 2024, Indonesia memiliki jumlah pengguna sebanyak 126,83 juta pengguna. Menurut Puris dalam (Callista, 2023) Merek memiliki peran krusial dalam TikTok, karena mampu memulai tren, menghubungkan komunitas, dan meningkatkan kesadaran terhadap konsumen target. Dalam platform TikTok sendiri juga memiliki dua bentuk format yang dapat dijadikan bentuk konten dan diunggah dalam media sosial tersebut, yaitu dalam bentuk video dan foto yang berbentuk carousel. Carousel sendiri merupakan bentuk konten yang diisi oleh beberapa foto yang dapat dilihat dengan cara menggesernya. Seperti yang dimiliki oleh Bobobox Indonesia yaitu akun TikTok mereka yang digunakan menjadi salah satu sarana media atau promosi mereka dengan akun @bobobox_id, selain menjadi sarana promosi Bobobox Indonesia juga menjadikan konten mereka untuk berinteraksi dengan audiens dengan cara membalas komentar melalui kolom komentar dan juga dengan cara membuat sebuah video. Dalam media ini Bobobox Indonesia sendiri menggunakan beberapa fitur yang ada pada TikTok, seperti menggunakan sound atau lagu tertentu yang dapat menyesuaikan konten mereka. Pada penelitian ini menggunakan TikTok sebagai

salah satu konsep, hal tersebut dikarenakan peneliti memiliki fokus pada salah satu platform yang digunakan oleh Bobobox Indonesia dalam salah satu bentuk pemasarannya. Pada akun TikTok sendiri akun @bobobox_id ini memiliki salah satu fitur playlist tersendiri dalam merangkap seluruh konten yang mengandung informasi mengenai bobocabin, hal tersebut juga dapat mempermudah peneliti dalam melakukan observasi pada konten bobocabin.

2.2.4 Pengemasan Pesan

Strategi materi pengemasan adalah cara untuk mencapai tujuan tertentu dan menyampaikan informasi dalam bentuk yang dapat dimengerti oleh penerima. Sayuti menyatakan bahwa untuk menjamin sebuah pesan menjadi efektif, pengirim harus mampu menyatakan dan memahami poin-poin utama pesan dengan jelas dan menggunakan strategi yang tepat (Putri, 2022). Untuk mengkomunikasikan pesan dengan baik kepada audiens, pengemasan pesan harus mempertimbangkan tema dan bentuk fitur pesan. Oleh karena itu, mengetahui cara mengemas pesan sebelum penyampaian sangat penting. Menurut Kotler dalam Mutiah (2022), untuk melakukan pengemasan sebuah pesan ada terdiri dari tiga komponen yang perlu diperhatikan:

1. Isi Pesan Bisnis mencari komponen-komponen termasuk daya tarik, tema, ide, dan nilai jual yang unik saat menentukan substansi pesan. Untuk menarik minat audiens atau memaksa mereka untuk mengingat atau menyelidiki barang atau jasa, mereka juga menciptakan identitas, tujuan, insentif, dan penghargaan. Semua ini masuk ke dalam kelompok teknik pengemasan pesan yang digunakan untuk mempengaruhi opini dan perilaku audiens mengenai barang atau jasa yang diberikan.
2. Tema Pesan Tiga faktor lain yang berhubungan dengan struktur pesan harus dipertimbangkan oleh pemasar. Pertama, apakah mereka akan menyatakan kesimpulan dengan jelas atau menyerahkan kepada pendengar untuk menarik kesimpulan. Pertanyaan kedua adalah apakah sudut pandang terkuat dari pesan tersebut akan ditawarkan pertama kali atau terakhir. Ketiga, apakah pemasar akan memberikan argumen satu sisi yang hanya menekankan manfaat produk, atau apakah mereka akan menyajikan pendapat dari kedua sisi yang mengakui manfaat dan kekurangan produk.
3. Format Pesan Pembuat

pesan menggunakan berbagai elemen, termasuk judul, kata-kata, gambar, warna, dan bahasa tubuh, untuk menciptakan struktur yang kuat saat menyajikan pesan iklan. 4. Tanggapan Konten Setelah membuat sebuah konten dengan memiliki sebuah isi pesan tertentu, tentu sajaperlu mengetahui bentuk tanggapan positif atau negatif dari para audiens setelah melihat isi pesan ini yang dapat dilihat dari kolom komentar. Bentuk tanggapan sendiri dapat berupa pertanyaan, pujian dan juga emoji. 2.2.4.1 Isi Pesan Dalam menyampaikan pesan, penting untuk memperhatikan agar komunikasi mencapai tujuan akhir yang diinginkan, meskipun dalam bentuk yang lebih luas. Berikut ini merupakan berapa bentuk isi pesan menurut pengantar ilmu komunikasi yang dilansir pada artikel (CNN Indonesia, 2024): 1. Pesan Informatif Pesan ini mengandung informasi di mana komunikasi berperan dalam menyampaikan ide, pemikiran, peristiwa, serta pernyataan orang lain kepada individu atau masyarakat. 2. Pesan Persuasif Pesan ini memiliki bentuk komunikasi yang berperan dalam meyakinkan orang lain mengenai suatu hal, ide, produk, atau tindakan tertentu. 3. Pesan Entertain Pesan ini memiliki bentuk komunikasi yang berfungsi sebagai sarana hiburan tidak hanya mampu memberikan kesenangan dan menghibur penerima, tetapi juga dapat membantu mengurangi stres, meningkatkan suasana hati, dan menciptakan lingkungan yang lebih positif. 2.2.4.2 Tema Pesan Menurut Sitorismi dalam Herawati (2023), mendefinisikan tema sebagai gagasan sentral atau inti suatu cerita yang menjadi pokok pembicaraan dan menjadi dasar penulisan, skema sajak, dan karya-karya lain yang sejenis. 14

Pengertian pesan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah penggambaran tanda atau lambang, termasuk kata-kata tertulis dan lisan, gerak tubuh, dan sebagainya. Sebaliknya, dalam bidang ilmu komunikasi, pesan adalah tujuan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan atau penerima pesan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti pada akun TikTok @bobobox_id, terdapat beberapa tema yang digunakan pada konten mereka yang di kemas menjadi video ataupun foto (carousel).

28 Berikut ini beberapa bentuk tema pesan yang ada pada konten TikTok @bobobox_id: 1.

Promosi Isi konten yang berisikan mengenai bentuk promosi yang sedang ditawarkan oleh Bobobox Indonesia yang dikemas menjadi konten video atau carousel yang kreatif. 2. Explore Berisikan konten yang membagikan kegiatan atau pemandangan yang dimiliki oleh Bobocabin si salah satu daerahnya, konten dapat dikemas secara video atau carousel. 3. WellBeing Berisikan sebuah konten yang dikemas secara kreatif dalam bentuk video atau carousel yang memiliki pesan tertentu dalam menikmati hidup ataupun keindahan alam, konten dapat berisikan pesan secara tertulis ataupun menggunakan audio. 4. Kolaborasi Berisikan sebuah bentuk kolaborasi atau kerja sama dengan suatu brand atau komunitas dengan Bobocabin yang dikemas dalam bentuk video atau carousel. Peneliti menggunakan pengemasan pesan sebagai salah satu bentuk konsep yang digunakan dalam penelitian ini, hal tersebut dikarenakan pengemasan pesan dengan tiga komponen di atas dapat membantu peneliti dalam menganalisis pengemasan konten yang dibuat oleh akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada konten Bobocabin. 2.2.4.3 Format Pesan Dalam pembuatan konten pada akun TikTok @bobobox_id menggunakan dua bentuk format dalam mengemas pesan pemasarannya, yaitu: 1. Video Dalam bentuk konten Video yang biasanya digunakan pada akun TikTok @bobobox_id dapat berupa untuk menceritakan pengalaman menginap di Bobobox, menunjukkan kamar, fasilitas, dan aktivitas yang bisa dilakukan di wilayah Bobocabin. 2. Foto (Carousel) ` Dalam bentuk konten gambar yang berupa format carousel digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih lengkap dan bervariasi kepada audiens yang berisikan lebih dari satu foto. Setiap slide dalam carousel dapat memiliki foto yang beda dengan penjelasan yang beda-beda namun saling berkaitan. 2.2.4.4 Tanggapan Pesan Tanggapan adalah bentuk pengalaman yang berkaitan dengan objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh melalui informasi dan definisi pesan. Dengan kata lain, tanggapan mirip dengan persepsi, yaitu proses penerimaan informasi atau pesan oleh otak. Tanggapan juga dapat diartikan sebagai bayangan atau kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Dalam konteks konten, tanggapan dapat dibagi

menjadi dua kategori untuk menilai respons individu terhadap konten di media sosial, yaitu: 1. Positif Tanggapan positif merupakan bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan positif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta saran. 22 2. Netral Karena tidak dapat ditentukan apakah umpan baliknya bersifat positif (setuju) atau negatif (tidak setuju).

Misalnya, audiens memberikan feedback hanya diam saat mendengar informasi atau pesan (Kompas.com, 2022). 3. Negatif Terdapat bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan negatif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta kritik.

2.2.5 Pariwisata

Tempat hiburan turis sangat erat kaitannya dengan pariwisata. Disparekraf.bulelengkab.go.id (2016) mendefinisikan pariwisata sebagai upaya kolektif sektor publik dan swasta untuk merencanakan, mengkoordinasikan, dan memenuhi permintaan pengunjung. Industri ini berkontribusi pada kemajuan suatu daerah, terutama melalui undang-undang yang mengatur otonomi daerah, yang berfungsi sebagai dasar untuk kemajuan tersebut. Secara teknis, pariwisata mencakup rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok di dalam negeri atau di luar negeri, dengan memanfaatkan jasa dan faktor penunjang lainnya yang terkait dengan kegiatan tersebut (dispar.bulelengkab.go.id, 2016). Selama berada di destinasi, individu tersebut melakukan berbagai aktivitas dan memanfaatkan fasilitas yang disiapkan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Gradianto, 2022). Peneliti juga menggunakan pariwisata sebagai salah satu konsep pada penelitian ini, hal tersebut dikarenakan adanya bentuk tujuan dari usaha yang dilakukan oleh Bobobox Indonesia sendiri yaitu untuk menarik wisatawan dengan inovasi barunya yaitu Bobocabin yang menawarkan pariwisata berkualitas dan berkelanjutan (Hendriyani, 2023). Hal tersebut dikarenakan adanya fitur teknologi yang dimiliki oleh penginapan Bobocabin ini, yang dimana terlihat menarik tempat penginapan dengan teknologi yang berada di tengah alam.

2.3 Kerangka Berfikir Fenomena Peningkatan Pariwisata Pada Wilayah Bobocabin Bagaimana Pengemasan Konten Bobocabin Pada Akun TikTok @bobobox_id Periode Februari 2023 – Februari 2024 Isi Format Tema Tanggapan Dal

am menyusun kerangka berpikir ini diawali dengan adanya bentuk fenomena peningkatan pariwisata pada wilayah Bobocabin, yang dimana hal tersebut adanya bentuk pemasaran yang dilakukan pada konten pariwisata yang dibuat oleh akun TikTok @bobobox_id. Selanjutnya peneliti melanjutkan penelitian dengan berfokus pada konten yang mengandung informasi atau menggunakan pagar Bobocabin pada akun TikTok @bobobox_id tersebut dengan periode waktu Februari 2023 hingga Februari 2024. Hal tersebut dilakukan dikarenakan adanya bentuk apresiasi yang diberikan oleh Wamenparekraf pada bulan April 2023, yang dimana Wamenparekraf turut hadir mendatangkan salah satu lokasi bobocabin pertama dan terpopuler yaitu terletak pada area Cikole, Bandung. Pada salah satu lokasi ini, Bobocabin berhasil mempertahankan hasil tingkat okupansi yang dinilai tinggi yaitu hingga 95% (Nurchayadi, 2023). Dengan adanya bentuk data tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk pengemasan pesan yang dilakukan oleh Bobobox Indonesia dalam menyuguhkan konten pada akun TikTok miliknya setelah mendapatkan bentuk dukungan oleh pemerintah. Untuk mendapatkan jawaban tersebut peneliti melakukan bentuk penelitian dengan menggunakan Tema Pesan dan Format Pesan, penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Isi Kualitatif. Dengan begitu diharapkan peneliti dapat memberikan hasil dari jawaban tersebut di akhir penelitian ini, mengenai bentuk pengemasan pesan konten pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id.

31 BAB III

1 METODOLOGI PENELITIAN 3.1. Pendekatan penelitian Berdasarkan topik, permasalahan, dan tujuan penelitian, peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dalam penelitian, juga dikenal sebagai metode yang digunakan dalam ilmu sosial untuk mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (baik lisan maupun tertulis) serta tindakan manusia. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak Analisis Isi Kualitatif Pengemasan Pesan Pariwisata Pada Akun TikTok @bobobox_id

Gambar 2.1 Gambar 2.1 Kerangka Berpikir mengutamakan penghitungan atau pemberian nilai numerik pada data kualitatif yang diperoleh, sehingga tidak melakukan analisis berbasis angka menurut Afrizal dalam Yasin

(2022). Pendekatan post-positivisme merupakan bentuk modifikasi dari positivisme.

9 17

Meskipun menyadari berbagai kekurangan pada positivisme, para pendukung

post-positivisme berusaha mengurangi kelemahan tersebut dan menyesuaikannya.

9 Namun,

tujuan utama dari post-positivisme tetaplah prediksi dan kontrol (Dini Irawati, 2021).

Orang yang mengamati dan objek, atau realitas, terkait erat dalam epistemologi, tidak seperti dalam positivisme. Menurut post-positivisme, kebenaran tidak dapat dicapai jika pengamat tetap terpisah dari subjek penelitian. Untuk meminimalisir subjektivitas, orang yang mengamati dan objek penelitian harus memiliki hubungan interaktif di mana pengamat berusaha untuk tetap tidak memihak. Paradigma post-positivisme berusaha untuk mengatasi kelemahan positivisme, yang hanya bergantung pada kapasitas pengamatan. Kekurangan positivisme, yang hanya bergantung pada kapasitas pengamatan langsung terhadap subjek penelitian. Pengamatan langsung terhadap subjek penelitian. Post-positivisme memperkuat proses verifikasi data observasi melalui berbagai teknik. Hasilnya, objektivitas menjadi ukuran utama kebenaran dan fondasi dari semua penelitian. Objektivitas menjadi ukuran utama kebenaran dan fondasi dari semua penelitian, meskipun dipahami bahwa ketidakberpihakan tidak menjamin penemuan kebenaran sepenuhnya. Pendekatan post-positivisme adalah kerangka kerja metodologis yang digunakan dalam penelitian ini karena pendekatan ini memprioritaskan keragaman dan sudut pandang peneliti daripada realitas tunggal yang tidak berubah dan memandang studi sebagai organisme yang saling berhubungan. Metode ini membantu peneliti mengumpulkan dan memeriksa berbagai macam data. Dengan bantuan para pengkode yang berbeda, pendekatan deskriptif analisis data digunakan, dan perhitungan yang cermat dilakukan untuk menjamin ketergantungan data. Tahap ini memverifikasi validitas dan keakuratan informasi yang dikumpulkan dari mempelajari materi promosi pesan yang menggunakan akun TikTok @bobobox_id, dengan penekanan khusus pada Bobocabin. 3.2. Metode penelitian Memanfaatkan analisis isi, metode penelitian ini menggunakan data kualitatif-seperti teks- untuk menunjukkan kata-kata, tema, atau konsep tertentu. Peneliti dapat menentukan

keberadaan, signifikansi, dan hubungan antara berbagai istilah, topik, atau konsep dengan menggunakan pendekatan ini. Misalnya, akademisi dapat mencari prasangka atau keberpihakan dalam berita dengan menganalisis bahasanya. Dengan demikian, peneliti dapat membuat kesimpulan mengenai isi teks, penulis, pembaca, dan latar belakang sejarah dan budaya tempat teks tersebut diproduksi (Columbia University Irving Medical Center). Metode penelitian kualitatif merujuk pada suatu pendekatan penelitian yang lebih menitikberatkan pada analisis atau deskripsi. Dalam proses penelitian ini, subjektivitas dan teori menjadi landasan bagi peneliti dalam menangkap fakta yang ditemui di lapangan. **23 Tujuan utama metode ini adalah untuk menjelaskan fenomena secara mendalam dengan mengumpulkan data secara komprehensif.** Pendekatan ini menekankan pada pengamatan dan penggalian makna dari fenomena yang diteliti, yang kemudian dianalisis dengan ketajaman berdasarkan kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Fokus penelitian kualitatif terletak pada manusia, objek, dan interaksi di antara mereka, dengan tujuan memahami peristiwa, perilaku, atau fenomena yang diamati. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memahami bagaimana komunitas atau individu merespons isu tertentu. Selain itu, peneliti harus memiliki pemahaman yang cukup terkait permasalahan yang diteliti, karena ketidakpahaman akan mengakibatkan penelitian tidak memenuhi syarat sebagai penelitian kualitatif. Selain itu, peneliti perlu memperhatikan penulisan yang persuasif agar pembaca dapat merasakan pengalaman yang sama dengan yang dialami oleh peneliti.

3.3. Unit Analisis Menurut Hamidi (2017)

unit analisis merupakan sebuah satuan yang digunakan untuk meneliti benda, individu, kelompok, ataupun subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan unit analisis konten pada akun TikTok @bobobox_id periode Februari 2023 hingga Februari 2024. Dalam akun TikTok Bobobox, Bobocabin merupakan salah satu produk dari Bobobox Indonesia yang telah dibuatkan menjadi salah satu playlist dalam akun TikTok sehingga peneliti bisa dengan mudah menjangkau konten Bobobox mengenai Bobocabin di akun TikToksnya. Dalam playlist Bobocabin yang dimiliki pada akun TikTok

@bobobox_id memiliki 130 konten. Dengan menggunakan spesifikasi tertentu seperti, mengikuti periode penelitian, menggunakan konten Bobocabin yang dibuat oleh Bobox Indonesia atau bukan hasil dari kepemilikan video dari konten creator lain, dan bukan merupakan bentuk konten give away. Peneliti menggunakan 90 konten untuk menjadi konten yang akan diteliti. Berikut merupakan beberapa contoh konten dari @bobobox_id mengenai Bobocabin: Tabel 3. 1 Unit Analisis No Konten TikTok Like Comment Save Share 1 Ketika pertama kali ke Bobocabin vs udah sering ke Bobocabin 412.5K 527 20.5K 2.146K 2 Beauty of nature in Bobocabin Umarato Sumba 6.724 30 67 76 3 Sensasi Berendam di Hot Tub Bobocabin 6.105 30 1.985 581 4 Jalan - jalan ke Pangandaran 9.297 256 2.108 2.607 5 Bobocabin Cikole 4.850 28 366 398 Sumber: Olahan Peneliti, 2024 Pada fitur playlist bobocabin pada akun TikTok @bobobox_id dalam periode yang digunakan pada penelitian ini, tidak memiliki cukup banyak konten yang bisa dianalisis. Dengan begitu peneliti menambahkan tambahan konten TikTok bobocabin yang berada di luar dari cakupan playlist tersebut, hal tersebut dilakukan agar terpenuhinya kebutuhan konten peneliti untuk bisa dianalisis. Beberapa konten di luar dari playlist tersebut, peneliti mengambil konten TikTok yang menggunakan hashtag atau pagar Bobocabin sebagai salah satu bentuk spesifikasi konten yang dianalisis. Beberapa dari konten tersebut termasuk dengan konten promosi, giveaway, ucapan hari raya, dan owning video dari content creator lainnya yang dipublikasi ulang oleh akun TikTok @bobobox_id.

3.4. Teknik Pengumpulan Data Pada penelitian analisis isi kualitatif ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengumpulan data melalui konten-konten yang berupa Carousel (konten yang berisikan multi-gambar) dan Video yang disebar melalui TikTok @bobobox_id. Teknik pengumpulan data tersebut, teknik pengumpulan data ini menggunakan data yang didapat sebagai sarana untuk menguji serta menafsirkan data yang sudah ada. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa dalam proses pengumpulan data, terdapat berbagai konteks, sumber, dan metode yang dapat digunakan. 10 Misalnya,

data dapat dikumpulkan di berbagai setting, seperti lingkungan alamiah, laboratorium melalui metode eksperimen, di rumah dengan partisipasi responden, serta dalam acara seminar, diskusi, di jalan, dan sebagainya. **7 25** Sumber data yang digunakan bisa bersifat primer atau sekunder, tergantung pada karakteristik penelitian. **6 7 11** Selain itu, dalam hal metode atau teknik pengumpulan data, terdapat berbagai pilihan seperti observasi, wawancara, penggunaan kuesioner, dokumentasi, atau gabungan dari teknik-teknik tersebut. Menurut Sugeng Pujileksono seperti yang dikutip dalam Triyono (2021, hal. **1 82**), teknik data merujuk pada cara dan prosedur dalam melakukan penelitian. Dalam penelitian, terdapat dua jenis teknik pengumpulan data: 1. **1 18** Data Primer Data primer adalah informasi atau dokumen utama yang diperoleh langsung dari penelitian lapangan (Syafnidawaty, 2020). **1 6 20** Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, yang mencakup gambar, video, dan dokumen lainnya. **1** Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten dari akun TikTok @bobobox_id dengan periode waktu dari Februari 2023 hingga Februari 2024. **1 16**

2. Data Sekunder Menurut Sugiyono sebagaimana dikutip dalam Koessiantara (2021), data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti. **1** Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi studi pustaka, penelitian sebelumnya, buku referensi, jurnal, dan artikel-artikel yang memiliki kredibilitas. 3.5. **13** Metode Pengujian Data Penelitian kualitatif memiliki pengujian validitas dan juga reliabilitas, pengujian tersebut disebut dengan pemeriksaan keabsahan data (Sa'adah, Rahmayati, dan Prasetyo, 2022). Menurut Octaviani dan Sutriani dalam (Sa'adah, Rahmayati, dan Prasetyo, 2022) keabsahan data menjadi sebuah standar dalam data yang tercantum dalam hasil penelitian. Octaviani dan Sutriani juga mengatakan apabila tidak terdapat sebuah perbedaan dalam penelitian dengan yang sesungguhnya, maka dapat dikatakan terdapat sebuah data atau temuan tidak valid. Harahap (2020) mengemukakan bahwa unsur-unsur yang dinilai dalam sebuah penelitian yaitu lamanya penelitian, observasi yang dilakukan, proses analisa data yang diperoleh oleh peneliti dari informan penelitian atau biasa disebut sebagai triangulasi

data. Penelitian yang dilakukan peneliti kali ini menggunakan metode uji confirmability. Dalam penelitian, pengujian tersebut dapat disebut juga dengan uji obyektifitas. Untuk menghindari subyektifitas dalam penelitian, peneliti berusaha untuk menguji coder yang peneliti pilih. Coder yang dipilih oleh peneliti juga memiliki kriteria, antara lainnya adalah Coder yang dipilih oleh peneliti harus pernah melakukan penelitian analisis isi. Dan pada prosesnya, peneliti telah menyiapkan sebuah lembar coding yang nantinya dapat diisi oleh Coder 2 yaitu, Antika Prameswara. **1** Setelah itu, peneliti baru dapat membandingkan dan diakumulasikan menggunakan rumus Holsti yang tujuannya untuk mengetahui sebuah reliabilitas para coder.

(Metode Pengujian Data). **1** Rumus Reliabilitas antar coder: Gambar 3. **1** 1 Rumus Holsti (Sumber: umn.ac.id) $M = \text{Jumlah coding yang sama}$ $N1 = \text{Jumlah coding yang dibuat oleh coder 1}$ $N2 = \text{Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2}$ Menurut Eriyanto dalam (Maulida, Purwanti, dan Ghufron, 2019), rumus Holsti memiliki angka reliabilitas minimum yaitu 0,7 atau dalam persentase sebesar 70%. Ketika hasil perhitungan reliabilitas diatas 0,7 atau 70%, maka alat ukur tersebut dikatakan reliable . Tabel 3.

2 Hasil Pengujian Reliabilitas Kategori Indikator Coder 1 Coder 2 Uji Reabilitas Presentas e Isi Pesan Konten Informatif $\frac{36}{36+36} 100,00\%$ Konten Persuasif $\frac{14}{14+14} 100,00\%$ Konten Entertain $\frac{40}{40+40} 100,00\%$ Tema Pesan Promosi $\frac{13}{13+8} 76,19\%$ Explore $\frac{59}{59+60} 99,16\%$ Wellbeing $\frac{16}{16+19} 91,43\%$ Kolaborasi $\frac{2}{2+3} 80,00\%$ Tanggapan Pesan Positif Netral $\frac{90}{90+90} 100,00\%$ Negatif $\frac{2}{0+2} 100,00\%$ Format Pesan Video $\frac{76}{76+74} 98,67\%$ Foto (Carousel) $\frac{14}{14+14} 100,00\%$ Sumber: Olahan Peneliti, 2024 3.6.

12 Metode Analisis Data Analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti dan menguji hipotesis yang ada dalam penelitian, sesuai dengan penekanan yang diungkapkan oleh Sugiyono (2022). Proses analisis data tidak hanya merupakan sekadar tugas mekanis, tetapi juga mencakup upaya menyeluruh dalam mencari, menyusun secara sistematis, serta

menginterpretasikan data yang telah diperoleh dalam proses pengumpulan. Dalam ranah penelitian kualitatif, analisis data mencerminkan sebuah proses yang terstruktur secara matang, yang dirancang dengan tujuan utama untuk mendalami, menemukan, dan memberikan interpretasi yang mendalam terhadap setiap aspek data yang dihasilkan dari penelitian tersebut. Proses analisis ini melibatkan tindakan sistematis, di mana data-data yang terkumpul dikelompokkan dan dikategorikan secara teliti, serta dipecah menjadi unit-unit yang lebih kecil guna memungkinkan analisis yang lebih mendetail dan mendalam. Selain itu, dilakukan juga penyatuan informasi yang relevan dan identifikasi terhadap pola-pola serta temuan yang signifikan dalam data. Lebih lanjut, analisis data juga memiliki kapasitas untuk menyoroti aspek-aspek penting dari dataset, menjadikan kemungkinan adanya kesimpulan yang dapat dipahami dan diinternalisasi baik oleh peneliti maupun pembaca lain yang berkepentingan. Dengan demikian, analisis data dalam penelitian kualitatif bukan hanya sekadar proses mekanis, tetapi merupakan inti dari upaya pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti, yang memberikan wawasan yang bernilai bagi pemangku kepentingan yang terlibat. Dengan demikian, analisis data tidak sekadar sebuah langkah teknis, tetapi juga merupakan suatu proses intelektual yang mendalam dan terorganisir, yang bertujuan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih baik terhadap fenomena yang diteliti.

Tabel 3. 3 Unit Analisis Kategori Indikator Keterangan Isi Pesan

Informatif Untuk memberikan keterangan fakta dan data, komunikasi menarik kesimpulan dan membuat keputusan secara mandiri. **3** Dalam situasi tertentu, pesan informatif akan lebih efektif dibandingkan pesan persuasif. **3 4** Persuasif Berisikan bujukan, pesan bertujuan untuk membangkitkan pemahaman dan kesadaran manusia bahwa apa yang disampaikan dapat mempengaruhi sikap mereka untuk berubah. **3 4 8** Perubahan tersebut diharapkan terjadi atas kehendak sendiri, sehingga tidak terasa dipaksakan, melainkan diterima dengan keterbukaan dari penerima. Proses ini bisa disebut dengan soft selling atau hard selling. Entertain Berisikan bentuk pesan yang menggunakan sarkasme, humor atau bentuk suatu

kegiatan yang sedang trendi pada akun TikTok dan dikemas dengan bentuk konten hiburan. Tema Pesan Promosi Isi konten yang berisikan mengenai bentuk promosi yang sedang ditawarkan oleh Bobobox Indonesia yang dikemas menjadi konten video atau carousel yang kreatif. Explore Berisikan konten yang membagikan kegiatan atau pemandangan yang dimiliki oleh Bobocabin si salah satu daerahnya, konten dapat dikemas secara video atau carousel. WellBeing Berisikan sebuah konten yang dikemas secara kreatif dalam bentuk video atau carousel yang memiliki pesan tertentu dalam menikmati hidup ataupun keindahan alam, konten dapat berisikan pesan secara tertulis ataupun menggunakan audio. Kolaborasi Berisikan sebuah bentuk kolaborasi atau kerja sama dengan suatu brand atau komunitas dengan Bobocabin yang dikemas dalam bentuk video atau carousel. Tanggapan Pesan Positif Terdapat bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan positif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta kritik dan saran Netral Karena tidak dapat ditentukan apakah umpan baliknya bersifat positif (setuju) atau negatif (tidak setuju). Misalnya, audiens memberikan feedback hanya diam saat mendengar informasi atau pesan. Negatif Terdapat bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan negatif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta kritik dan saran. Format Pesan Video Konten yang dimiliki dalam bentuk video. Foto (carousel) Konten yang dimiliki dalam bentuk foto yang dijadikan carousel atau slide. Sumber: Olahan Peneliti, 2024 3.7.

Keterbatasan Penelitian Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya fokus pada satu akun TikTok, yakni @bobobox_id. Dengan begitu, tidak mencakup semua variasi bentuk pengemasan pesan pariwisata pada Bobobox. Selain itu, peneliti juga memiliki keterbatasan waktu dalam melakukan penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan peneliti hanya menggunakan periode konten pada bulan Februari 2023 hingga Februari 2024. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Dalam bab ini, peneliti akan memberikan gambaran umum mengenai subjek penelitian yang menjadi fokus utama kajian. Peneliti akan menguraikan secara rinci jumlah bentuk frekuensi dari hasil postingan

konten yang terdapat pada akun media sosial TikTok @bobobox_id, sebuah akun yang dikelola oleh Bobobox Indonesia. Periode konten yang akan dianalisis mencakup rentang waktu dari Februari 2023 hingga Februari 2024, memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi berbagai tren dan perubahan yang terjadi selama setahun penuh. Setelah menjelaskan frekuensi postingan, peneliti akan mengkategorikan data yang diperoleh dari unit analisis tersebut. Dalam proses ini, peneliti akan memilih dari beberapa bentuk konten yang sangat representatif dan menggambarkan dari kategori yang penting dan juga diperlukan untuk mendukung tujuan hasil penelitian ini. Kategori tersebut akan dipilih berdasarkan relevansinya terhadap topik penelitian dan seberapa baik konten tersebut mencerminkan aspek-aspek kunci yang ingin diidentifikasi. Peneliti kemudian akan melakukan proses interpretasi terhadap data yang telah diorganisir secara sistematis. Interpretasi ini akan dilakukan dengan mempertimbangkan bagaimana Bobobox Indonesia mengemas pesan mereka melalui elemen visual yang digunakan dalam konten yang diunggah. Peneliti akan menganalisis penggunaan visual tersebut untuk memahami bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh audiens. Interpretasi ini akan dijelaskan dalam sub bab yang didasarkan pada kategori indikator yang telah ditetapkan untuk menganalisis pengemasan pariwisata oleh Bobocabin di media sosial TikTok @bobobox_id. Penjelasan ini akan mengikuti indikator yang digunakan, yaitu kategori isi pesan dengan dimensi informatif, persuasif, dan menghibur. Kategori tema pesan akan mencakup dimensi promosi, eksplorasi, Well Being, dan kolaborasi. **29** Tanggapan pesan akan dibagi menjadi kategori positif dan negatif. Format pesan akan diklasifikasikan berdasarkan dimensi video dan foto (carousel). 4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian Gambar 4. 1 Akun TikTok @bobobox_id Akun resmi media sosial TikTok Bobobox Indonesia ini mulai mengunggah video konten pertama kali pada tanggal 25 Februari 2020, dan saat ini akun @bobobox_id sendiri telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 256. 2 ribu dengan jumlah likes sebanyak 3.1 juta (data per tanggal 22 Mei 2024). Setelah melihat beberapa konten yang dimiliki oleh akun

TikTok Bobobox Indonesia ini, terdapat keberagaman konten yang dimiliki mulai dari visual dan tulisan-tulisan yang dikemas dengan menarik untuk menarik perhatian audiens. Dalam beberapa postingan konten yang ada pada akun TikTok ini memiliki bentuk keaktifan audiens dengan memberikan sebuah komentar, komentar yang diberikan sendiri memiliki rata-rata untuk menanyakan hal mengenai penginapan Bobocabin ataupun memberikan ekspresi menyukai konten dengan mengirimkan emoticon pada kolom komentar. 4.2. Hasil dan Analisis Penelitian Pada sub bab ini, rumusan masalah secara umum menjadi panduan bagi peneliti dalam menganalisis pengemasan pesan pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id. Penelitian ini meliputi periode Februari 2023 hingga Februari 2024, dengan fokus pada analisis bentuk pesan, tema, jenis konten, dan indikator lainnya dalam isi pesan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Bobobox Indonesia menyampaikan konsep penginapan yang menggabungkan unsur alam dan teknologi canggih melalui platform TikTok. Selain itu, konten-konten yang dibagikan juga memperkenalkan berbagai aktivitas menarik yang bisa dilakukan di Bobocabin Indonesia kepada masyarakat dan calon wisatawan. Melalui berbagai kontennya, Bobobox Indonesia tidak hanya mempromosikan fasilitas mereka, tetapi juga mengajak audiens untuk merasakan pengalaman unik yang ditawarkan. Ini mencakup kegiatan-kegiatan yang bisa dinikmati di lingkungan penginapan serta bagaimana teknologi meningkatkan kenyamanan dan keseruan menginap di Bobocabin. Rumusan masalah ini mengarahkan penelitian untuk secara mendalam mengeksplorasi bagaimana Bobobox Indonesia menggunakan TikTok sebagai media promosi yang efektif, serta bagaimana konten-konten tersebut mempengaruhi persepsi dan minat audiens terhadap konsep penginapan modern yang menyatu dengan alam. Tabel 4. 1 Unit Analisis Kategori Indikator Isi Pesan Konten Informatif Konten Persuasif Konten Entertain Tema Pesan Promosi Explore Wellbeing Kolaborasi Tanggapan Pesan Positif Netral Negatif Format Pesan Video Foto (Carousel) Sumber: Olahan Peneliti, 2024 4.2.1. Frekuensi Postingan TikTok @bobobox_id Dalam unggahan feeds akun TikTok @bobobox_id ini, peneliti menghitung jumlah

konten berdasarkan frekuensi selama periode Februari 2023 hingga Februari 2024. Langkah ini diambil agar peneliti dapat mengetahui jumlah konten bulanan yang dimiliki akun TikTok Bobobox Indonesia selama periode tersebut.

2 Tabel

4.2 Frekuensi Postingan @bobobox_id1 Bulan Jumlah Postingan Frekuensi 2023

2024	2023	2024	Februari	2	2%	0%	Maret	0%	0%	April	8	9%	0%	Mei	10	11%	0%	Juni	0%	0%	Juli	7	8%	0%	Agustus	17	19%	0%	September	15	17%	0%	Oktober	13	14%	0%	November	4	4%	0%	Desember	7	8%	0%	Januari	5	0%	6%	Februari	2	0%	2%	Total	83	7	92%	8%	Total	90	100%
------	------	------	----------	---	----	----	-------	----	----	-------	---	----	----	-----	----	-----	----	------	----	----	------	---	----	----	---------	----	-----	----	-----------	----	-----	----	---------	----	-----	----	----------	---	----	----	----------	---	----	----	---------	---	----	----	----------	---	----	----	-------	----	---	-----	----	-------	----	------

Keseluruhan 90 100% Sumber: Olahan Peneliti. 2024 Gambar 4. 2 Pie Chart

Frekuensi Postingan Bobocabin Pada konten TikTok di akun @bobobox_id ini, memiliki jumlah keseluruhan postingan dengan spesifikasi Bobocabin dengan periode Februari 2023 – Februari 2023 memiliki sebanyak 90 konten. Setelah ditinjau kembali dari hasil jumlah unggahan konten tertinggi dan yang terendah ini, dengan urutan yang pertama ada pada bulan Agustus 2023 memiliki angka yang tertinggi yaitu dengan jumlah 17 postingan konten TikTok dengan presentase 19%. Setelah itu, dengan urutan kedua ada pada bulan September 2023 yang memiliki jumlah sebanyak 15 postingan konten dengan presentase 17%. Lalu disusul oleh bulan Oktober 2023 dengan memiliki jumlah 13 postingan konten dengan presentase 14%. Pada bulan Maret 2023 mendapatkan hasil frekuensi 0%, dikarenakan berisikan konten yang tidak termasuk dalam spesifikasi konten untuk menjadi unit analisis penelitian ini. Hal tersebut dapat berupa konten give away dan juga owning video dari content creator yang diunggah pada akun TikTok @bobobox_id. Bentuk konten give away pada akun TikTok @bobobox_id ini merupakan konten promosi yang hanya memberikan informasi mengenai adanya acara give away yang akan dilakukann oleh Bobobox Indonesia untuk mendapatkan promosi untuk produk Bobopods dan juga Bobocabin. Selain give away , promosi ini berlaku juga pada bentuk informasi mengenai flash sale yang diadakan oleh Bobobox Indonesia untuk produk Bobopods dan juga Bobocabin. Selain itu ada konten berupa owning video yang tidak diambil sebagai unit analisis, konten ini berupa

sebuah video yang dibuatkan oleh content creator mengenai seputar Bobocabin yang di posting kembali pada akun TikTok @bobobox_id dengan mencantumkan nama content creator pada caption di konten tersebut. Pada bulan Juni 2023 juga mendapatkan frekuensi sebanyak 0%, hal tersebut menurut DetikSulsel pada bulan Juli merupakan hari pertama masuk untuk anak sekolah semester ganjil. Dimana postingan konten yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id ikut menurun, dan ada beberapa konten yang tidak termasuk pada spesifikasi bagi unit analisis penelitian ini. Sedangkan pada bulan Agustus hingga Oktober 2023 memiliki kelomjakan frekuensi konten yang dimiliki akun TikTok @bobobox_id, hal tersebut dikarenakan adanya persiapan untuk menuju libur akhir tahun yang dimana banyak keluarga atau masyarakat yang berpergian untuk berlibur. Sedangkan pada bulan November 2024 kembali memiliki frekuensi yang rendah pada konten dengan spesifikasi yang dimiliki untuk penelitian ini. Hal tersebut karena banyaknya konten yang berisikan bentuk promosi yang diunggah secara general bagi keseluruhan produk Bobobox Indonesia dan juga konten video hasil dari conten creator lain yang telah di owning untuk diposting ulang pada akun TikTok @bobobox_id. Pada awal tahun 2024, yaitu pada bulan Januari dan Februari memiliki jumlah frekuensi yang kembali rendah. Hal tersebut dikarenakan adanya transisi dalam berakhirnya peak season atau hari libur bagi kalender akademik. Berdasarkan yang tertera pada tabel di atas ini, maka dapat dinyatakan bahwa jumlah postingan yang tertinggi ada pada bulan Agustus tahun 2023, yang dimana pada bulan tersebut akun TikTok @bobobox_id aktif dalam mengunggah berbagai macam bentuk konten yang berisikan seputar Bobocabin Indonesia. Pada data di atas juga menunjukkan jumlah hasil postingan yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id dengan kurun waktu satu tahun dengan hasil 90 konten. Berdasarkan hasil data di atas, terlihat bahwa memiliki data bulan yang memiliki jumlah persentase yang rendah hingga tidak memiliki postingan. Hal tersebut dikarenakan ada banyaknya rubrik yang mereka miliki, oleh karena itu peneliti hanya

menggunakan 90 postingan konten yang dianggap relevan dengan penelitian ini. 4.2.2 Isi Pesan Penelitian dengan analisis isi kualitatif ini akan dijadikan sebagai penentuan isi pesan yang dimiliki konten tiktok dengan berdasarkan kategori - kategori yang ada. Kategori yang digunakan akan menilai relevansi konten TikTok @bobobox_id dengan indikator pada alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Melalui analisis ini, konten video yang disajikan di akun tersebut dipilih sebagai unit analisis utama. Video-video tersebut akan dievaluasi untuk merepresentasikan setiap isi pesan yang termasuk dalam kategori penelitian. Dengan demikian, setiap konten akan dianalisis berdasarkan kesesuaiannya dengan indikator yang telah ditetapkan, sehingga dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengemasan pariwisata oleh Bobocabin di platform media sosial TikTok. Bentuk isi pesan yang digunakan sebagai indikator penilaian penelitian ini yang pertama adalah informatif, yang dimana pesan pada konten akun TikTok @bobobox_id menjelaskan atau memperlihatkan beberapa penjelasan mengenai bagaimana cara melakukan bentuk pemesanan pada Bobocabin Indonesia dan juga seputar fasilitas yang ditawarkan oleh Bobocabin Indonesia. Bentuk isi pesan yang kedua yaitu persuasif, yang dimana bentuk pesan yang disampaikan dalam konten TikTok mereka bertujuan untuk mengajak dan membuat para audiens atau wisatawan untuk menginap di penginapan mereka yaitu Bobocabin Indonesia. Hal tersebut dapat berupa menunjukkan pemandangan keindahan alam yang dimiliki oleh penginapan Bobocabin yang dikemas dengan menarik dalam bentuk video atau foto (carousel) dan juga memasukan kalimat ajakan dalam bentuk tulisan ataupun suara voice over . Selanjutnya bentuk isi pesan yang ketiga yaitu entertain, yang dimana pesan yang disampaikan pada konten TikTok @bobobox_id dengan tujuan untuk memberikan hiburan dengan membuat sebuah konten promosi yang dikemas melalui video atau foto (carousel) yang mengikuti trend terkini. Dengan begitu, konten-konten yang telah dibuat diharapkan mampu untuk menarik minat dan perhatian para audiens sehingga mereka ingin menginap di Bobocabin. Dari pendekatan pesan yang menggabungkan

promosi dan juga hiburan, Bobobox berupaya untuk menciptakan konten yang menyenangkan dan informatif. Setelah melakukan bentuk pengelompokan dengan berdasarkan isi pesan yang dimiliki pada setiap konten pada akun TikTok @bobobox_id, berikut ini merupakan hasil dari kategori isi pesan: Tabel 4.3 Jumlah Postingan @bobobox_id 2 Kategori Dimensi Deskripsi Jumlah Postingan % Isi Pesan Informatif Untuk memberikan keterangan fakta dan data, komunikasi menarik kesimpulan dan membuat keputusan secara mandiri. 3 36 40% Dalam situasi tertentu, pesan informatif akan lebih efektif dibandingkan pesan persuasif. 3 4 Persuasif Berisikan bujukan, pesan bertujuan untuk membangkitkan pemahaman dan kesadaran manusia bahwa apa yang disampaikan dapat mempengaruhi sikap mereka untuk berubah. 3 4 8 Perubahan tersebut diharapkan terjadi atas kehendak sendiri, sehingga tidak terasa dipaksakan, melainkan diterima dengan keterbukaan dari penerima. Proses ini bisa disebut dengan soft selling atau hard selling. 14 16% Entertain Berisikan bentuk pesan yang menggunakan sarkasme, humor atau bentuk suatu kegiatan yang sedang trendi pada akun TikTok dan dikemas dengan bentuk konten hiburan. 40 44% Sumber: Olahan Peneliti, 2024 Gambar 4.3 Pie Chart Frekuensi Isi Pesan Pada tabel di atas ini dapat dilihat bahwa terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan, yaitu: 1. Konten dengan isi pesan entertain memiliki jumlah konten yang paling banyak diposting dalam akun TikTok @bobobox_id, yaitu dengan jumlah sebanyak 40 konten. 2. Konten dengan isi pesan persuasif memiliki jumlah konten yang paling sedikit diposting dalam akun TikTok @bobobox_id, yaitu dengan jumlah sebanyak 14 konten. Hal tersebut dapat diyakini bahwa dalam akun TikTok @bobobox_id dalam pengemasan pesan pariwisata pada Bobocabin Indonesia melakukan pengemasan pesan pada kontennya yaitu dengan isi pesan entertain, yang dimana mereka melakukan bentuk soft selling dengan menggunakan bentuk konten hiburan yang menarik untuk dilihat oleh para audiensnya. Dengan begitu, audiens yang melihat konten pada akun TikTok @bobobox_id tidak merasa adanya bentuk paksaan di dalam konten mereka, tetapi audiens akan merasa terhibur dan juga tetap mengetahui adanya

informasi mengenai Bobocabin ini. Pada konten TikTok pada akun @bobobox_id ini lebih banyak memiliki konten dengan isi pesan yang entertain, hal tersebut bisa dikarenakan adanya bentuk salah satu cara agar konten yang dimiliki bisa viral atau ramai. Menurut Kiriminaja.com, konten yang viral tidak lepas dari adanya bentuk dorongan psikologis atau konten yang menyentuh emosi (emosi, gembira & sedih). Dimana pada isi pesan yang digunakan oleh akun @bobobox_id adalah dengan memberikan konten yang menghibur.

4.2.2.1. Konten Informatif

Pada bentuk isi pesan informatif yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id ini memperlihatkan atau memberikan informasi seputar fasilitas yang ditawarkan dalam penginapan Bobocabin Indonesia, karena pada setiap wilayah Bobocabin tentu memiliki fasilitas yang berbeda – beda. Hal tersebut dikarenakan wilayah yang dimiliki penginapan Bobocabin sendiri memiliki pemandangan dan juga tempat yang berbeda – beda, seperti di pinggir pantai, di tengah hutan dan juga di atas gunung, yang dimana mereka memiliki pemandangan yang berbeda- beda juga. Berikut ini peneliti akan sajikan bentuk analisis isi untuk isi pesan informatif yang menjadi salah satu bentuk unit analisis pada penelitian ini: Gambar 4. 4 Postingan Konten Informatif

Periode 5 Oktober 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan informatif mengenai ”Ketika pertama kali ke Bobocabin vs udah sering ke Bobocabin” yang diunggah pada tanggal 5 Oktober 2023. Pada konten ini memperlihatkan bagaimana perbedaan customer yang baru pertama kali menginap di Bobocabin dengan yang sudah pernah menginap di Bobocabin, yang dimana pada konten ini memberikan informasi bahwa pada penginapan Bobocabin sudah menyiapkan tempat penyimpanan sepatu atau sandal yang berada di depan cabin sehingga pelanggan tidak perlu membawa masuk alas kaki mereka ke dalam cabin. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 15 juta orang, mendapatkan like sebanyak 412.5 ribu, komentar sebanyak 572, sebanyak 20.5 ribu menyimpan video, dan 2.146 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain.

Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada pada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan audiens yang sudah pernah merasakan pengalaman menginap di Bobocabin dan bentuk pertanyaan – pertanyaan dari para audiens yang belum pernah memiliki pengalaman menginap di Bobocabin. Selain itu ada beberapa komentar yang memberikan tanggapan menarik mengenai ketertarikan mereka untuk menginap di Bobocabin Indonesia. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator informatif dikarenakan adanya bentuk informasi yang diselipkan pada isi pesan konten tersebut, yang dimana ada pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator informatif. Isi pesan tersebut dikemas dengan video konten yang menarik untuk dilihat oleh audiens pada media TikTok. Gambar 4. 5 Postingan Konten Informatif Periode 23 Agustus 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan informatif mengenai "Cara booking Bobocabin di aplikasi Bobobox" yang diunggah pada tanggal 23 Agustus 2023. Pada konten ini memperlihatkan bagaimana cara melakukan pemesanan penginapan Bobocabin pada aplikasi Bobobox Indonesia, yang dimana mereka memberikan informasi dengan step by step dalam melakukan pemesanan penginapan Bobocabin tersebut. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 4.398 orang, mendapatkan like sebanyak 50, komentar sebanyak 1, sebanyak 16 akun yang menyimpan video, dan 7 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada pada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan ekspresi positif dari audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk emoji yang menyatakan bahwa audiens terhibur dan memahami isi pesan dari konten tersebut. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator informatif dikarenakan adanya bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk narasi di dalam video yang dikemas dengan video, yang

dimana ada pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator informatif. Isi pesan tersebut dikemas dengan video konten yang menarik untuk dilihat oleh audiens pada media TikTok. Gambar 4. 6 Postingan Konten Informatif Periode 19 September 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan informatif mengenai "Kenalan lebih dekat dengan lokasi Bobocabin The Tavia, Puncak" yang diunggah pada tanggal 19 September 2023. Pada konten ini memberikan informasi mulai dari jangkauan lokasi yang bisa ditempuh hanya dengan 1 setengah jam dari Jakarta dan juga 3 jam dari Bandung. Selain itu, dalam konten ini memperlihatkan fasilitas atau destinasi tujuan lainnya yang bisa dituju oleh para wisatawan yang letaknya berdekatan dengan tempat penginapan Bobocabin pada wilayah tersebut. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 20.6 ribu, mendapatkan sebanyak 178 like , memiliki 4 komentar, telah di simpan sebanyak 65 akun , dan 67 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang cukup positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan berbagai pertanyaan dari audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk pertanyaan mengenai seputar tempat penginapan Bobocabin yang berada di The Tavia , Puncak. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator informatif dikarenakan adanya bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk narasi di dalam foto yang dikemas menjadi postingan carousel , yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator informatif. 4.2.2.2. Konten Persuasif Pada bentuk isi pesan persuasif yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id ini memiliki pesan untuk mengajak atau mempengaruhi para audiens untuk bisa ikut merasakan pengalaman menginap di Bobocabin Indonesia dengan beberapa fasilitas dan kegiatan yang ditawarkan, yang dimana pada setiap wilayah Bobocabin tentu memiliki fasilitas dan

experience yang berbeda – beda. Hal tersebut dikarenakan wilayah yang dimiliki penginapan Bobocabin sendiri memiliki pemandangan dan juga tempat yang berbeda – beda, seperti di pinggir pantai, di tengah hutan dan juga di atas gunung, yang dimana mereka memiliki pemandangan yang berbeda - beda juga dan hal tersebut dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan untuk memilih wilayah yang diinginkan. Selanjutnya peneliti akan menyajikan bentuk analisis isi, untuk isi pesan informatif yang menjadi salah satu bentuk unit analisis pada penelitian ini:

Gambar 4. 7 Postingan Konten Persuasif Periode 28 Agustus 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan persuasif mengenai ajakan untuk menginap di Bobocabin Pangelangan, konten ini diunggah pada tanggal 28 Agustus 2023. Pada konten ini memperlihatkan bentuk aktifitas atau kegiatan yang dapat dilakukan dan juga pemandangan yang bisa didapati jika menginap di Bobocabin Pangelangan ini, yang dimana bentuk ajakan ini diselipkan pada video konten ini dengan narasi kutipan ” Rest your eyes for a moment in the breathtaking view above the horizon, Relish the quality time you deserve along with no one but.. those you love the most. Refresh your soul and inhale the refreshing breeze around you. Explore the beauty of the earth offered with grace, right in front of you. Bobocabin Pangelangan, where wonders of nature awaits”. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 66.2 ribu, mendapatkan sebanyak 1.244 like , memiliki 13 komentar, telah disimpan sebanyak 131 akun , dan 114 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada pada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang cukup positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan berbagai pertanyaan dari audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk pertanyaan mengenai seputar tempat penginapan Bobocabin yang berada di Pangelangan, Bandung, dan ada juga yang melakukan

mention akun lain untuk pengajakan. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator persuasif dikarenakan adanya bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk narasi ajakan di dalam video yang dibuat semenarik mungkin dalam mengajak para audiens, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator persuasif. Gambar 4. 8 Postingan Konten Persuasif Periode 28 Agustus 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan persuasif mengenai ajakan untuk ikut merasakan pengalaman di cabin terbaru yaitu, GRC Premier Cabin di Bobocabin Madasari, Pangandaran. Konten ini diunggah pada tanggal 28 Agustus 2023 yang dimana konten ini memperlihatkan pemandangan dan juga fasilitas yang bisa didapati jika menginap di GRC Premier Cabin Madasari, Pangandaran. Bentuk isi pesan persuasif atau ajakan ini diselipkan pada video konten ini dengan narasi kutipan " Feel the true meaning of togetherness wrapped in the ocean's gentle breeze. Discover a truly enchanted staying experience and unlock a new core memory with your loved ones ". Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 44.1 ribu, mendapatkan sebanyak 3.517 like , memiliki 17 komentar, telah disimpan sebanyak 20 akun , dan 85 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan berbagai pujian dari audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk pujian mengenai seputar pengipian GRC Premier Cabin yang berada di Bobocabin Madasari, Pangandaran. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator persuasif dikarenakan adanya bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk narasi ajakan di dalam video yang dibuat semenarik mungkin dalam mempengaruhi para audiens, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator persuasif. Gambar 4. 9 Postingan Konten Persuasif Periode 3 Desember 2023 Dalam video konten

di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan persuasif mengenai ajakan untuk ikut merasakan pengalaman berendam di Hot Tub Bobocabin. Konten ini diunggah pada tanggal 3 Desember 2023 yang dimana konten ini memperlihatkan pemandangan yang bisa dirasakan saat menggunakan Hot Tub Bobocabin, selain itu ada juga informasi yang memberikan beberapa tempat Bobocabin yang menyediakan fasilitas Hot Tub tersebut. Bentuk isi pesan persuasif atau ajakan ini diselipkan pada video konten ini dengan narasi kutipan Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 44.1 ribu, mendapatkan sebanyak 3.517 like , memiliki 17 komentar, telah disimpan sebanyak 20 akun , dan 85 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan berbagai pujian dari audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk pujian mengenai seputar pengipian GRC Premier Cabin yang berada di Bobocabin Madasari, Pangandaran. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator persuasif dikarenakan adanya bentuk informasi yang dikemas dalam bentuk narasi ajakan di dalam video yang dibuat semenarik mungkin dalam mempengaruhi para audiens, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator persuasif. 4.2.2.3. Konten Entertain Pada bentuk isi pesan entertain yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id ini memiliki pesan untuk menghibur dengan tetap diselipkan informasi mengenai Bobocabin, hal tersebut bertujuan agar para audiens tidak bosan dalam melihat konten – konten yang formal. Salah satu bentuk konten yang dimiliki dalam isi pesan konten entertain ini merupakan, bentuk konten video atau foto carousel yang dikemas kreatif mungkin dengan mengikuti tren yang sedang digemari para audiens pada platform TikTok. Berikut ini peneliti akan sajikan bentuk analisis isi untuk isi pesan informatif yang menjadi salah satu bentuk unit analisis pada penelitian ini:

REPORT #22114975

Gambar 4. 10 Postingan Konten Entertain Periode 28 April 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan entertain yang memiliki bentuk tujuan menghibur audiens dengan seputar lokasi dari Bobocabin Madasari Pangandaran, konten ini diunggah pada tanggal 28 April 2023. Pada konten ini memperlihatkan bentuk perjalanan untuk ke tujuan Bobocabin di Madasari Pangandaran, konten ini dikemas menjadi sebuah potongan - potongan video dengan menggunakan salah satu konsep yang sedang trendi di TikTok yaitu tren Wes Anderson. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 619 ribu, mendapatkan sebanyak 9.297 like , memiliki 263 komentar, telah disimpan sebanyak 2.108 akun , dan 2.607 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini berisikan bentuk tanggapan berbagai pujian dari para audiens. Bentuk tanggapan yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk pujian mengenai adanya tempat penginapan Bobocabin di lokasi pantai Pangandaran, selain itu terdapat juga bentuk pujian dari audiens yang memberikan tanggapan positif setelah mendapatkan pengalaman menginap di Bobocabin tersebut. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator entertain dikarenakan bentuk konten ini dikemas dalam bentuk menghibur audiens dengan menggunakan konsep video tren Wes Anderson di TikTok, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator entertain. Gambar 4. 11 Postingan Konten Entertain Periode 3 November 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan entertain yang memiliki bentuk tujuan menghibur audiens dengan seputar fasilitas dari Bobocabin, konten ini diunggah pada tanggal 3 November 2023. Pada konten ini memperlihatkan contoh dari perilaku pelanggan Bobocabin yang baru pertama kali menginap di Bobocabin dan yang sudah sering menginap di Bobocabin. Konten tersebut dikemas menjadi sebuah

video hiburan untuk para audiens yang sudah pernah menginap dan bagi yang belum pernah menginap di Bobocabin dengan salah satu fasilitas mereka yaitu B-Pad, B-Pad sendiri merupakan smart android yang dapat mengatur dan mengubah warna lampu yang ada di dalam kamar Bobocabin. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 36.3 ribu, mendapatkan sebanyak 222 like, memiliki 4 komentar, telah disimpan sebanyak 20 akun, dan 3 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada pada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini salah satunya berisikan bentuk tanggapan pujian dari audiens yang merasa konten milik Bobocabin ini menarik. Bentuk tanggapan lain yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk testimoni yang memberikan tanggapan positif setelah mendapatkan pengalaman menginap di Bobocabin tersebut. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator entertain dikarenakan bentuk konten ini dikemas dalam bentuk menghibur audiens dengan menggunakan video dari bentuk perilaku yang dilakukan oleh para pelanggan Bobocabin, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator entertain.

Gambar 4. 12 Postingan Konten Entertain Periode 7 Oktober 2023 Dalam video konten di atas merupakan salah satu postingan konten dengan isi pesan entertain yang memiliki bentuk tujuan menghibur audiens dengan seputar fasilitas dari Bobocabin, konten ini diunggah pada tanggal 7 Oktober 2023. Pada konten ini memperlihatkan contoh dari perilaku pelanggan Bobocabin yang memiliki sifat Extrovert dan Introver. Konten tersebut dikemas menjadi sebuah video hiburan untuk para audiens dengan membuat sebuah dua perbedaan sifat yang bisa terjadi saat menginap di Bobocabin. Pada postingan konten video ini di akun TikTok @bobobox_id telah mendapatkan views sebanyak 8.961 akun, mendapatkan sebanyak 102 like, memiliki 3 komentar, telah disimpan sebanyak 8 akun, dan 7 orang yang telah mengirimkan video tersebut ke akun lain. Jika melihat

isi dari kolom komentar postingan tersebut, komentar yang ada pada postingan ini memiliki bentuk tanggapan yang cukup positif. Isi dari kolom komentar yang terdapat pada konten ini salah satunya berisikan bentuk tanggapan mengenai sifat temannya yang memiliki sifat extrovert dengan menyebut satu akun temannya. Bentuk tanggapan lain yang ada pada kolom komentar tersebut merupakan bentuk masukan saran setelah mendapatkan pengalaman menginap di Bobocabin tersebut. Dalam konten ini masuk ke dalam indikator entertain dikarenakan bentuk konten ini dikemas dalam bentuk menghibur audiens dengan menggunakan video dari bentuk perilaku yang dilakukan oleh para pelanggan Bobocabin, yang dimana hal tersebut telah dijelaskan pada penjelasan deskripsi di dalam tabel indikator entertain.

4.2.3 Tema Pesan Penelitian dengan analisis isi kualitatif ini

akan dijadikan sebagai penentuan tema pesan yang dimiliki konten tiktok dengan berdasarkan kategori - kategori yang ada. Bentuk kategori yang digunakan akan melihat bentuk relevansi dari konten TikTok @bobobox_id dengan indikator pada alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, melalui konten yang disajikan dalam video dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini dalam merepresentasikan setiap tema dalam kategori penelitian. Tema pesan pertama yang terdapat pada akun TikTok @bobobox_id ialah Promosi yang memiliki arti upaya untuk mempengaruhi para calon pembeli melalui penggunaan unsur pemasaran (Assauri, 2018). Dari definisi ini dapat diartikan bahwa Bobocabin berusaha untuk menawarkan penginapan mereka yang memiliki penginapan cabin yang dilengkapi fasilitas teknologi IoT (Internet of Things) dan masih banyak lagi yang dikemas menggunakan konten-konten dalam bentuk video ataupun carousel yang dibuat secara kreatif. Tema pesan kedua pada akun TikTok @bobobox_id ialah Explore, yang dimana dalam tema pesan ini berisikan konten-konten kegiatan ataupun pemandangan sehingga dapat memperlihatkan suasana yang ada di penginapan Bobocabin yang dikemas secara carousel ataupun konten video sehingga para calon pengunjung dapat mengetahui apa saja yang dapat dinikmati pada penginapan Bobocabin ini. Tema pesan yang ketiga yaitu

REPORT #22114975

Wellbeing, merupakan konten yang disajikan oleh akun TikTok @bobobox_id yang berisikan tentang pesan tertentu untuk menikmati keindahan alam ataupun kehidupan dalam bentuk audio maupun narasi. Tema pesan yang terakhir pada akun TikTok @bobobox_id yaitu Kolaborasi, pada tema pesan ini menyajikan konten-konten aktivitas Bobocabin yang bekerja sama dengan brand ataupun komunitas. Hal tersebut dapat berupa memasukan brand yang menjadi salah satu fasilitas dari penginapan Bobocabin. Setelah melakukan bentuk pengelompokan dengan berdasarkan tema pesan yang dimiliki pada setiap konten pada akun TikTok @bobobox_id, berikut ini merupakan hasil dari kategori tema pesan: Tabel 4.4 Jumlah Postingan @bobobox_id Kategori Tema Pesan3 Kategori Dimensi Deskripsi Jumlah Postingan % Tema Pesan Promosi Isi konten yang berisikan mengenai bentuk promosi yang sedang ditawarkan oleh Bobobox Indonesia yang dikemas menjadi konten video atau carousel yang kreatif. 13 14% Explore Berisikan konten yang membagikan kegiatan atau pemandangan yang dimiliki oleh Bobocabin di salah satu daerahnya, konten dapat dikemas secara video atau carousel. 59 66% Well Being Berisikan sebuah konten yang dikemas secara kreatif dalam bentuk video atau carousel yang memiliki pesan tertentu dalam menikmati hidup ataupun keindahan alam, 16 44% konten dapat berisikan pesan secara tertulis ataupun menggunakan audio. Kolaborasi Berisikan sebuah bentuk kolaborasi atau kerja sama dengan suatu brand atau komunitas dengan Bobocabin yang dikemas dalam bentuk video atau carousel. 2 9% Sumber: Olahan Peneliti, 2024 Gambar 4. 13 Pie Chart Frekuensi Tema Pesan Pada tabel di atas ini dapat dilihat bahwa terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan, yaitu: 1. Konten dengan tema pesan Explore memiliki jumlah konten yang paling banyak diposting dalam akun TikTok @bobobox_id, yaitu dengan jumlah sebanyak 59 konten. 2. Konten dengan tema pesan Kolaborasi memiliki jumlah konten yang paling sedikit diposting dalam akun TikTok @bobobox_id, yaitu dengan jumlah sebanyak 2 konten. Hal tersebut dapat diyakini bahwa dalam akun TikTok @bobobox_id dalam pengemasan pesan pariwisata pada Bobocabin Indonesia melakukan

pengemasan pesan pada kontennya yaitu dengan tema pesan Explore , yang dimana mereka memperlihatkan pemandangan keindahan alam yang diselingi dengan pesan persuasif dalam bentuk narasi didalamnya, konten pada akun TikTok @bobobox_id tidak merasa adanya bentuk paksaan di dalam konten mereka, tetapi audiens akan merasa terhibur dan juga tetap mengetahui adanya informasi mengenai Bobocabin ini. Pada akun TikTok @bobobox_id lebih banyak menggunakan tema pesan eksplorasi, hal tersebut karena Bobobox Indonesia sendiri memiliki tujuan untuk memasarkan pemandangan alam yang dimiliki oleh Bobocabin. Hal ini dapat dilihat langsung pada website resmi Bobobox Indonesia pada rubrik produk Bobocabin, yang dimana mereka berfokus pada promosi pemandangan alam yang dimiliki. 4.2.3.1. Promosi Promosi merupakan upaya untuk menarik perhatian publik ataupun calon konsumen terhadap suatu produk, gagasan, atau layanan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran, penjualan, dan minat. Pada penelitian ini, promosi dapat dilihat dari konten-konten TikTok @bobobox_id melakukan promosi yang dikemas dalam bentuk video atau carousel yang dijadikan sebagai unit analisis, antara lain: Gambar 4. 14 Postingan Tema Promosi Periode 26 September 2023 Pada postingan @bobobox_id di atas menggambarkan satu konten yang termasuk kepada tema pesan Promosi. Konten yang dipublikasikan pada tanggal 26 September 2023 ini disukai sebanyak 647 dan 67 komentar. Berdasarkan interaksi dari postingan di atas, konten ini mendapatkan komentar yang positif berupa ucapan semangat dan juga pertanyaan-pertanyaan audiens seputar penginapan Bobocabin yang tertarik untuk menginap disana. Dalam konten ini TikTok @bobobox_id juga menunjukkan penginapan Bobocabin yang baru yaitu The Tavia resmi dibuka serta mereka juga menyelipkan promosi berupa potongan sebesar IDR 150,000 dalam video tersebut. Pada caption mereka yang menjelaskan maksud dari postingan yang di unggah Bobobox Indonesia adalah mengajak para audiens untuk mencoba merasakan keindahan alam dan fasilitas-fasilitas yang canggih serta nyaman dari Bobocabin ini sendiri. Dengan isi konten yang memberikan bentuk tawaran menarik mengenai potongan harga bagi para

REPORT #22114975

audiens mereka, konten tersebut telah memperjelas tema pesan promosi melalui video sehingga konten yang telah dibuat ini menarik dan mudah dipahami oleh audiens pada media TikTok. Gambar 4. 15 Postingan Tema Promosi Periode 19 September 2023 Berdasarkan postingan dari TikTok @bobobox_id dengan tema pesan Promosi yang diunggah pada tanggal 19 September 2023 yang menjelaskan mengenai penginapan baru Bobocabin yaitu The Tavia di Puncak, Bogor. Konten yang telah diunggah ini mendapatkan 178 suka dan 4 komentar dari audiens TikTok mereka. Komentar yang diberikan adalah bentuk pertanyaan dari para audiens yang merupakan komentar positif yaitu dukungan dan harapan para audiens yang ingin mencoba penginapan dengan pengalaman yang berbeda serta pertanyaan-pertanyaan seputar promosi yang diberikan oleh Bobobox Indonesia pada konten tersebut. Konten tersebut dikemas dengan foto carousel yang menjelaskan mengenai informasi penginapan Bobocabin The Tavia di Puncak dengan memperlihatkan isi dari kamar di penginapan mereka serta mengenalkan fasilitas-fasilitas yang terdapat disana, mereka juga memberikan promosi pada konten tersebut yang digambarkan dengan potongan harga jika menginap di Bobocabin The Tavia, Puncak. Dalam konten ini masuk ke dalam dimensi promosi dikarenakan bentuk konten ini berisikan pesan penawaran potongan harga dengan menggunakan foto (carousel) dengan berisikan teks tawaran menarik mereka untuk para pelanggan Bobocabin, yang dimana hal tersebut merupakan bentuk konten promosi. Gambar 4. 16 Postingan Tema Promosi Periode 6 Oktober 2023 Dalam unggahan konten TikTok @bobobox_id dengan tema pesan Promosi yang di posting pada tanggal 6 Oktober 2023 ini telah dilihat oleh 24,3 ribu audiens dengan interaksi 144 suka dan 2 komentar. Pada postingan di atas, Bobocabin membuat konten Promosi dengan diselipkan kode kupon agar audiens bisa mendapatkan potongan harga jika menginap di Bobocabin yang terdapat di daerah-daerah tertentu. Konten ini pun dikemas menggunakan foto carousel pemandangan dan narasi persuasif yang dibuat dengan keunggulan pengalaman menginap mereka pada Bobocabin di berbagai daerah. Unggahan ini pun

dilengkapi dengan caption yang mendukung para audiens untuk segera mengambil promo yang diberikan oleh Bobobox Indonesia. Dalam konten ini masuk ke dalam dimensi promosi dikarenakan bentuk konten ini berisikan pesan penawaran potongan harga dengan menggunakan foto (carousel) dengan berisikan teks tawaran menarik mereka untuk para pelanggan Bobocabin, yang dimana hal tersebut merupakan bentuk konten promosi.

4.2.3.2 Explore Postingan yang diunggah TikTok @bobobox_id dengan tema pesan Explore ini merupakan konten yang didalamnya menjelaskan mengenai kegiatan dan pengalaman menginap dengan pemandangan indah yang diberikan penginapan Bobocabin. Dalam penelitian ini, tema pesan Explore dapat dilihat dari konten-konten yang telah dibuat oleh TikTok @bobobox_id yang telah dikemas dalam bentuk video ataupun carousel dan telah menjadi unit analisis dari penelitian ini, yaitu: Gambar 4. 17

Postingan Tema Explore Periode 23 Maret 2023 Postingan di atas diunggah pada tanggal 23 Maret 2023 dan telah diunggah pada akun TikTok @bobobox_id. Unggahan konten tersebut telah dilihat 323 ribu audiens dan mendapatkan interaksi dari sebanyak 6.724 suka dan 30 komentar.

Berdasarkan komentar pada unggahan tersebut audiens memberikan komentar positif berupa dukungan dan pujian untuk Bobocabin karena menyediakan penginapan dengan pengalaman menginap yang indah. Pada konten tersebut, talent dari Bobocabin memperlihatkan pemandangan-pemandangan indah dari penginapan Bobocabin Umarato, Sumba dan diselingi potongan video aktivitas di penginapan tersebut dari talent Bobocabin. Dilengkapi dengan caption pada unggahan di atas, konten ini mengajak audiens untuk melihat fasilitas dan pengalaman apa saja yang bisa mereka dapatkan di penginapan Bobocabin ini. Dengan isi konten yang disampaikan oleh akun TikTok @bobocabin_id di atas, unggahan tersebut memperjelas tema pesan Explore dengan menggambarkan talent yang sedang berkeliling untuk melakukan aktifitas alam yang seru dan menarik di penginapan Bobocabin Umarato, Sumba dengan potongan video pemandangan alamnya sehingga dapat menarik audiens. Gambar 4. 18 Postingan Tema Explore Periode 26

September 2023 Unggahan di atas juga termasuk kepada salah satu bentuk tema pesan Explore, Postingan di TikTok @bobobox_id ini telah dilihat oleh 619 ribu akun, serta mendapatkan 9.297 suka dan 258 komentar. Komentar yang terdapat di unggahan tersebut pun dapat dikatakan positif, kebanyakan dari komentarnya adalah mengenai pertanyaan seputar harga dan juga memuji lokasi penginapan dari Bobocabin Madasari Pangandaran ini. Dalam konten tersebut, Bobobox Indonesia berusaha untuk membawa audiens untuk berjalan-jalan dan mengenali tempat penginapan Bobocabin di pantai Madasari, Pangandaran ini. Konten tersebut dibungkus dengan cuplikan-cuplikan video dengan pemandangan yang indah serta menyelipkan fasilitas-fasilitas penginapan yang ada disana. Dengan begitu, konten dari akun TikTok @bobobox_id tersebut pun banyak mengundang interaksi publik berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai penginapan dan pujian akan pemandangan indah dari penginapan Bobocabin ini karena konten di atas mengenalkan penginapan Bobocabin Madasari Pangandaran yang dibungkus dengan tema pesan Explore. Dalam konten ini masuk ke dalam dimensi Explore dikarenakan konten ini memperlihatkan pemandangan alam dengan memberikan informasi terkait fasilitas dan aktifitas apa saja yang bisa dilakukan pada Bobocabin Madasari Pangandaran ini, yang dimana pada video konten tersebut mengajak para audiens untuk ikut menjelajahi alam yang ada di sekitar Bobocabin tersebut. Gambar 4. 19 Postingan Tema Explore Periode 22 September 2023 Pada konten TikTok @bobobox_id yang diunggah pada tanggal 22 September 2023 ini, telah dilihat oleh 44.1 ribu serta mendapatkan interaksi sebanyak 214 suka dan 4 komentar. Konten tersebut menggunakan foto carousel dan tema pesan Explore untuk mengenalkan fasilitas kamar GRC Premiere Cabin yang ada di Bobocabin Madasari, Pangandaran. Dalam unggahan di atas, Bobobox Indonesia menggunakan narasi di dalam foto carousel untuk mengajak audiens menjelajahi kamar baru mereka dan menjelaskan secara lengkap keunggulan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kamar GRC Premiere Cabin pada Bobocabin Madasari, Pangandaran ini. Didukung dengan caption yang ada pada konten tersebut,

Bobobox Indonesia juga ingin memberikan informasi bahwa kamar GRC Premiere Cabin di penginapan Bobocabin Madasari telah hadir untuk para calon konsumen. Dari isi konten tersebut, TikTok @bobobox_id menggunakan tema pesan Explore untuk mengenalkan dan menjelaskan kamar baru yang dimiliki oleh Bobocabin Madasari Pangandaran ini, sehingga audiens dapat dengan jelas mengetahui fasilitas mereka dan juga tertarik dengan isi kontennya. Dalam konten ini masuk ke dalam dimensi Explore dikarenakan konten ini memperlihatkan pemandangan alam dengan memberikan informasi terkait fasilitas dan aktifitas apa saja yang bisa dilakukan pada Bobocabin Madasari Pangandaran Premier Cabin yang tentu saja akan mendapatkan pengalaman yang berbeda, dan pada video konten tersebut mengajak para audiens untuk ikut memiliki pengalaman menginap dengan pemandangan alam yang ada di sekitar Bobocabin tersebut. 4.2.3.3

Well-Being Postingan konten TikTok @bobobox_id dengan tema pesan Well Being merupakan konten yang dikemas dalam bentuk carousel ataupun video yang memiliki suatu pesan tertentu untuk menikmati hidup dan keindahan alam dengan menunjukkan cuplikan-cuplikan visual pemandangan indah ataupun fasilitas yang terdapat pada penginapan Bobocabin dari berbagai daerah. Konten dalam bentuk tema pesan ini dapat berisikan pesan tertulis (narasi) atau menggunakan audio. Gambar 4. 20 Postingan Tema Well-Being Periode 3 Oktober 2023 Dalam postingan akun TikTok @bobobox_id yang diunggah pada tanggal 3 Oktober 2023 ini, telah dilihat oleh 44.1 ribu dan mendapatkan interaksi sebanyak 3517 suka serta 17 komentar. Komentar-komentar yang terdapat pada unggahan ini mayoritas adalah komentar positif berupa dukungan dan pertanyaan mengenai penginapan Bobocabin. Konten yang dikemas dengan narasi disertai cuplikan video dan dengan didukung oleh visual panorama serta musik nya ini memperlihatkan suatu pesan tertentu untuk mencoba menikmati kehidupan bersama teman-teman dengan pengalaman menginap yang berbeda di penginapan Bobocabin. Seperti yang terlihat pada konten diatas, terdapat empat orang sahabat yang sedang berbincang didepan perapian dan terdapat narasi yang

mengartikan bahwa kenangan terindah dapat ditemukan ketika saat bersama dengan orang-orang tersayang. Adanya konten dengan tema pesan Well Being yang diunggah oleh @bobobox_id diatas, dapat menggiring audiens untuk mencoba merasakan pengalaman menginap secara berbeda melalui video yang dikemas dengan narasi yang merujuk kepada suatu pesan di setiap cuplikan-cuplikannya. Gambar 4. 21 Postingan Tema Well-Being Periode 16 Oktober 2023 Dalam unggahan di atas menunjukkan satu konten yang termasuk kepada tema pesan Well Being . Konten ini telah dipublikasikan pada 16 Oktober 2023 yang telah dilihat oleh 45.9 ribu dan mendapatkan interaksi sebanyak 312 suka serta 4 komentar. Jika dilihat dari isi komentar, audiens memberikan komentar-komentar positif berupa pertanyaan seputar harga dan kamar yang diberikan oleh penginapan Bobocabin serta harapan untuk dapat menginap di penginapan Bobocabin Gunung Rinjani, Lombok. Konten ini dikemas dengan narasi yang berbentuk pesan positif dan cuplikan-cuplikan video indah yang memperlihatkan pemandangan dari penginapan Bobocabin Gunung Rinjani, Lombok beserta aktifitas para talent Bobobox Indonesia yang sedang menikmati pengalaman menginap disana. Dari konten di atas, narasi tersebut berarti pemandangan alam bebas yang dapat dinikmati dengan mudah pada kamar anda. Narasi dalam konten di atas merujuk kepada masyarakat dapat menikmati indahnya pemandangan dan kenyamanan dalam penginapan yang disediakan oleh Bobocabin ini. Dengan begitu, konten dengan tema pesan Well Being yang diunggah oleh TikTok @bobobox_id ini dapat membuat audiens bisa mendapatkan pengalaman menginap yang baru dengan pemandangan Gunung Rinjani, Lombok dengan indah dan nyaman karena narasi dan cuplikan video yang diberikan oleh konten ini. Gambar 4. 22 Postingan Tema Well-Being Periode 28 Agustus 2023 Pada konten TikTok @bobobox_id di atas menunjukkan konten dengan tema pesan Well Being . Konten tersebut telah dipublikasikan pada 28 Agustus 2023 dengan disaksikan oleh 66.2 ribu akun dan mendapatkan interaksi sebanyak 1.244 suka dan 13 komentar. Dalam unggahan ini audiens juga memberikan komentar berupa pertanyaan seputar penginapan,

dukungan serta harapan para masyarakat yang ingin mencoba penginapan Bobocabin Pangalengan. Konten ini dikemas dengan cuplikan-cuplikan video pemandangan dan aktivitas para talent di Bobocabin Pangalengan serta disambungkan dengan narasi berbentuk suatu pesan untuk menikmati pengalaman keindahan menginap di alam terbuka. Narasi yang terdapat pada konten di atas memiliki arti segarkan jiwamu dan hiruplah angin segar di sekitarmu, narasi tersebut merujuk kepada penginapan Bobocabin Pangalengan yang memiliki nuansa alam dengan pemandangan yang cantik serta memiliki udara yang segar. Adanya konten TikTok @bobobox_id dengan tema pesan n Well Being seperti konten di atas, dapat menggiring audiens untuk melihat keindahan alam dari penginapan Bobocabin, Pangalengan dengan konten yang dikemas dalam bentuk video dan narasi yang merujuk kepada pesan positif.

4.2.3.4 Kolaborasi Unggahan konten yang memiliki tema pesan kolaborasi pada postingan media sosial TikTok @bobobox_id merupakan konten yang memperlihatkan bentuk kerjasama antara Bobobox Indonesia dengan perusahaan lain dengan tujuan yang telah disepakati ataupun ditetapkan secara bersama-sama. Pada tema ini, Bobobox Indonesia berkolaborasi dengan brand lokal dan membuat konten bersama brand-brand tersebut. Berikut merupakan analisis isi peneliti untuk tema pesan Kolaborasi yang akan dijadikan sebagai unit analisis dari penelitian ini: Gambar 4. 23

Postingan Tema Kolaborasi Periode 31 Oktober 2023 Dalam konten yang di unggah TikTok @bobobox_id pada 31 Oktober 2023 ini menunjukkan konten dengan tema pesan Kolaborasi. Unggahan ini sendiri telah dilihat oleh 10.1 ribu dan memiliki interaksi sebanyak 27 like . Pada konten di atas, Bobobox Indonesia berkolaborasi dengan brand lokal yang memiliki fokus pada perlengkapan tidur dan memiliki tujuan untuk memberikan kenyamanan saat istirahat yaitu Kwala. Konten dengan durasi 60 detik ini menggambarkan dua talent yang sedang menginap di Bobocabin Pangalengan menggunakan selimut inovatif yang dapat memberikan sensasi pelukan hangat dari brand Kwala. Dilengkapi dengan caption dalam konten di atas, Bobobox Indonesia dan Kwala ingin merayakan ketenangan dan

kenyamanan untuk menikmati hidup agar dapat mencapai kesejahteraan dalam kehidupan. Dengan begitu, konten Bobobox Indonesia dengan Kwala pada TikTok @bobobox_id yang dikemas dengan cuplikan-cuplikan video aktivitas dari kedua talent mereka dapat menunjukkan konten dengan tema pesan Kolaborasi. Gambar 4. 24 Postingan Tema Kolaborasi Periode 17 Agustus 2023 Gambar di atas merupakan konten yang telah diunggah di akun TikTok @bobobox_id pada 17 Agustus 2023. Konten tersebut telah dilihat oleh 8.957 audiens dan mendapatkan interaksi sebanyak 132 likes, disimpan sebanyak 15 akun, sebanyak 2 akun yang berkomentar dan 3 akun yang mengirimkan konten tersebut ke akun lain. Pada konten tersebut diperlihatkan keseruan dari kegiatan Sahabat Bob yang sedang merayakan Hari Kemerdekaan Indonesia dan di support oleh brand lokal Damn I Love Indonesia dengan memberikan baju kepada Sahabat Bob setelah kegiatan Kejar Merdeka di Bobocabin Ranca Upas telah selesai. Konten di atas dapat menggambarkan tema pesan Kolaborasi karena dalam konten tersebut terdapat brand placement Damn I Love Indonesia di awal dan akhir video.

4.2.4 Tanggapan Pesan Penelitian dengan analisis isi kualitatif ini akan dijadikan sebagai penentuan tanggapan pesan yang dimiliki konten tiktok dengan berdasarkan kategori - kategori yang ada. Bentuk kategori yang digunakan akan melihat bentuk tanggapan dari parta audiens mengenai isi atau tema dari konten video TikTok, melalui konten yang disajikan dalam video dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini dalam merepresentasikan setiap tanggapan dalam kategori penelitian. Bentuk tanggapan konten yang digunakan sebagai indikator penilaian penelitian ini yang pertama adalah positif, yang dimana pada kolom komentar pada konten akun TikTok @bobobox_id ini mendapatkan bentuk tanggapan yang dapat berupa saran, pujian serta testimoni dari pengalaman mereka setelah memiliki pengalaman menginap di salah satu unit Bobocabin Indonesia. Bentuk tanggapan konten yang digunakan sebagai indikator penilaian penelitian ini yang kedua adalah negatif, yang dimana pada kolom komentar pada konten akun TikTok @bobobox_id ini mendapatka

n bentuk tanggapan yang dapat berupa kritikan, hinaan serta bentuk testimoni yang buruk dari pelanggan yang sudah pernah menginap di salah satu unit Bobocabin Indonesia. Setelah melakukan bentuk pengelompokan dengan berdasarkan tanggapan yang dimiliki pada setiap konten pada akun TikTok @bobobox_id, berikut ini merupakan hasil dari kategori tanggapan pesan: Tabel 4.5 Frekuensi Tanggapan Konten Kategori Dimensi Deskripsi Jumlah Postings % n Tanggapan n Konten Tanggapan Positif Terdapat bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan positif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta kritik dan saran 90 100% Tanggapan Netral Karena tidak dapat ditentukan apakah umpan baliknya bersifat positif (setuju) atau negatif (tidak setuju). Misalnya, audiens memberikan feedback hanya diam saat mendengar informasi atau pesan. 0% Tanggapan Negatif Terdapat bentuk respon dari audiens yang memiliki kesan negatif, respon ini dapat berbentuk tanggapan, pertanyaan, emoji, serta kritik dan saran. 0% Sumber: Olahan Peneliti, 2024 Gambar 4. 25 Pie Chart Frekuensi Tanggapan Pesan Pada tabel di atas ini dapat dilihat bahwa terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan, yaitu: 1. Hasil keseluruhan konten Bobocabin pada akun TikTok @bobobox_id memiliki tanggapan positif dari para masyarakat dan juga audiens di platform TikTok. Hal tersebut dapat diyakini bahwa dalam akun TikTok @bobobox_id dalam penegmasan pesan pariwisata pada Bobocabin Indonesia ini dapat diterima dengan baik di masyarakat atau audiens di TikTok, yang dimana terbukti dengan adanya presentase di atas yaitu 100% menunjukkan tanggapan positif untuk keseluruhan konten Bobocabin pada akun @bobobox_id dengan periode Februari 2023 – Februari 2024. Bentuk tanggapan yang dimiliki pada konten @bobobox_id memiliki frekuensi 100% positif, hal tersebut dapat dikarenakan banyaknya bentuk konten mereka dengan isi pesan entertain yang dimana memiliki fokus untuk menghibur para audiens. Dimana menurut hasil survei Populix yang bertajuk Omnichannel Digital Consumption Report 2023, menurut hasil laporan ada sebanyak 76% dari 1.772 responden yang lebih suka mengakses konten dalam bentuk hiburan (Muhamad,

2023). 4.2.4.1. Tanggapan Positif Konten yang mendapatkan respons positif dapat diidentifikasi melalui pernyataan dukungan terhadap konten yang diunggah. Pernyataan ini bertujuan untuk mengungkapkan persetujuan terhadap pesan yang disampaikan dalam konten. Tanggapan positif yang dimaksud meliputi dorongan, dukungan, pujian, serta testimoni yang diberikan. Berikut ini, peneliti menyajikan bentuk analisis isi dari dimensi tanggapan positif yang terdapat pada beberapa konten yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: 1. Dukungan Bentuk dukungan ini merupakan sebuah tanggapan positif yang diberikan para audiens dalam konten yang diunggah oleh Bobobox Indonesia pada akun TikTok @bobobox_id. Dengan adanya tanggapan berupa dukungan ini merupakan salah satu bentuk apresiasi dan pernyataan pendukung bahwa konten Bobocabin ini berhasil memikat audiens, yang dimana hal tersebut merupakan salah satu tujuan dari adanya konten ini dibuat. Berikut ini merupakan contoh bentuk tanggapan dukungan dari para audiens: Gambar 4. 26 Postingan Tanggapan Positif Berdasarkan gambar di atas, audiens memberikan tanggapan bahwa mereka memberikan dukungan untuk adanya kehadiran salah satu unit Bobocabin di Madasari Pangandaran. Salah satu bentuk komentar yang diberikan oleh audiens berupa "setelah ranca upas (lake) , cikole (forest) , dan sekarang pangandaran (beach)? 😊". Kalimat tersebut merujuk pada kegembiraan dengan adanya unit Bobocabin di Madasari Pangandaran. 2. Pujian Bentuk pujian ini merupakan sebuah tanggapan positif yang diberikan para audiens dalam konten yang diunggah oleh Bobobox Indonesia pada akun TikTok @bobobox_id. Dengan adanya tanggapan berupa pujian ini merupakan salah satu bentuk apresiasi dan pernyataan pendukung bahwa konten Bobocabin ini berhasil memikat audiens, yang dimana hal tersebut merupakan salah satu tujuan dari adanya konten ini dibuat. Berikut ini merupakan contoh bentuk tanggapan pujian dari para audiens: Gambar 4. 27 Postingan Tanggapan Positif Berdasarkan gambar di atas, audiens memberikan tanggapan bahwa mereka memberikan bentuk pujian pada salah satu konten TikTok Bobocabin. Salah satu bentuk

komentar yang diberikan oleh para audiens berupa "wah kerenyaaa", "assik banget kak", "elok n indah pemandanganx". Kalimat tersebut merujuk pada pujian kepada isi dari konten Bobocabin yang memperlihatkan pemandangan dari salah satu unit Bobocabin. 3. Testimoni Bentuk testimoni ini merupakan sebuah tanggapan positif yang diberikan para audiens dalam konten yang diunggah oleh Bobobox Indonesia pada akun TikTok @bobobox_id. Dengan adanya tanggapan berupa testimoni ini dapat memberikan informasi dari sudut pandang oranglain kepada audiens lainnya, hal tersebut dapat membantu audiensn lainnya dalam mengumpulkan informasi yang lebih nyata dari pengunjung lain. Berikut ini merupakan contoh bentuk tanggapan pujian dari para audiens: Gambar 4. 28 Postingan Tanggapan Positif Berdasarkan gambar di atas, audiens memberikan tanggapan bahwa mereka memberikan bentuk testimoni pada salah satu konten TikTok Bobocabin. Salah satu bentuk komentar yang diberikan oleh para audiens berupa " wah kemaren abs dr bobocabin gunung emas...next yg d tavia a h ", " kemarin aku udah dr sana emg bagus bgt 2kwk". Kalimat tersebut merujuk pada testimoni positif kepada isi dari konten Bobocabin yang memperlihatkan pemandangan dan fasilitas dari salah satu unit Bobocabin. 4.2.5 Format Pesan Penelitian dengan analisis isi kualitatif ini akan dijadikan sebagai penentuan format pesam yang dimiliki konten tiktok dengan berdasarkan kategori - kategori yang ada. Bentuk kategori yang digunakan akan melihat bentuk relevansi dari konten TikTok @bobobox_id dengan indikator pada alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, melalui konten yang disajikan dalam video dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini dalam merepresentasikan setiap format pesan kategori penelitian. Dalam penelitian ini melihat dengan adanya dua format yang terdapat pada platform TikTok ini yaitu, Video dan Foto (carousel). Dengan begitu peneliti juga memasukan dua bentuk format tersebut ke dalam kategori indikator yang digunakan dalam pengemasan pesan unit analisis penelitian ini. Setelah melakukan bentuk pengelompokan dengan berdasarkan tema pesan yang dimiliki pada setiap konten pada

REPORT #22114975

akun TikTok @bobobox_id, berikut ini merupakan hasil dari kategori tema pesan: Tabel 4.6 Frekuensi Format Pesan 5 Kategori Dimensi Deskripsi Jumlah % Format Pesan Video Konten yang dimiliki dalam bentuk video. 76 84% Foto (carousel) Konten yang dimiliki dalam bentuk foto yang dijadikan carousel atau slide. 14 16% Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Gambar 4. 29 Pie Chart Frekuensi Format Pesan Pada tabel di atas ini dapat dilihat bahwa terdapat temuan menarik yang peneliti dapatkan, yaitu: 1. Hasil terbanyak dalam penggunaan format dalam konten TikTok Bobocabin pada akun @bobobox_id ialah dalam bentuk video, dengan jumlah 76 konten yang diposting. 2. Hasil terendah dalam penggunaan format dalam konten TikTok Bobocabin pada akun @bobobox_id ialah dalam bentuk foto (carousel), dengan jumlah 14 konten yang diposting. Hal tersebut dapat diyakini bahwa dalam akun TikTok @bobobox_id dalam penegmasan pesan pariwisata pada Bobocabin Indonesia ini lebih banyak mengunggah konten dalam bentuk format video, dengan presentase 84% dari jumlah keseluruhan konten yaitu 90 konten. Dalam format yang digunakan pada konten Bobocabin ini memiliki frekuensi sebanyak 84% dalam bentuk video, hal tersebut dapat dikarenakan banyaknya audiens yang lebih menyukai konten pada bentuk video. Seperti menurut InVideo, yang dimana format video 12 kali dinilai lebih berhasil daripada jenis konten lain. Video sendiri dinilai dapat menghasilkan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan gabungan konten teks dan gambar, selain itu video juga dapat menyampaikan cerita yang juga bisa sangat efektif dalam mempromosikan merek dan memberikan nilai lebih kepada audiens (Lerrymartin, 2023).

4.2.5.1. Video Konten video adalah salah satu jenis konten yang sangat menarik perhatian masyarakat karena lebih mudah dipahami. Pada akun TikTok @bobobox_id, konten video menampilkan pemandangan, fasilitas, dan aktivitas yang ditawarkan oleh Bobocabin Indonesia. Berikut ini adalah analisis peneliti terhadap konten video yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4. 30 Postingan Video Pada gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten Bobocabin dengan format video

yang diunggah pada akun TikTok mereka, dalam video tersebut memperlihatkan bentuk pemandangan di sekeliling salah satu unit Bobocabin di Pangelangan. Dalam konten video ini mendapatkan sebanyak 8.191 views dan juga mendapatkan 157 likes , selain itu video konten ini juga sudah disimpan oleh 12 akun dan disebarakan sebanyak 30 akun. Dengan menggunakan format video ini, pada konten ini dapat memperlihatkan keindahan alam yang merupakan sebuah pemandangan dari sekeliling salah satu unit Bobocabin Indonesia, hal tersebut dapat mempermudah dan terlihat lebih efisien dilakukan jika menggunakan format video daripada foto (carousel). Gambar 4. 31 Postingan Video Pada gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten Bobocabin dengan format video yang diunggah pada akun TikTok mereka, dalam video tersebut memperlihatkan bentuk pemandangan di sekeliling salah satu unit Bobocabin di GRC Premier Cabin di Bobocabin Madasari. Dalam konten video ini mendapatkan sebanyak 44.1 ribu views dan juga mendapatkan 3.517 likes dengan 17 komentar, selain itu video konten ini juga sudah disimpan oleh 20 akun dan disebarakan sebanyak 85 akun. Dengan menggunakan format video ini, pada konten ini dapat memperlihatkan keindahan alam yang merupakan sebuah pemandangan panorama dari sekeliling salah satu unit Bobocabin Indonesia dengan detail, hal tersebut dapat mempermudah dan terlihat lebih efisien dilakukan jika menggunakan format video daripada foto (carousel).

4.2.5.2. Foto (carousel)

Konten video adalah salah satu jenis konten yang sangat menarik perhatian masyarakat karena lebih mudah dipahami. Pada akun TikTok @bobobox_id, konten video menampilkan pemandangan, fasilitas, dan aktivitas yang ditawarkan oleh Bobocabin Indonesia. Berikut ini adalah analisis peneliti terhadap konten video yang menjadi unit analisis dalam penelitian ini: Gambar 4. 32 Postingan Foto (carousel) Pada gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten Bobocabin dengan format foto (carousel) yang diunggah pada akun TikTok mereka, dalam konten tersebut memberikan informasi seputar fakta – fakta mengenai Bobocabin Sembalun, Lombok. Dalam konten video i

ni mendapatkan sebanyak 12 ribu views dan juga mendapatkan 101 likes dengan 5 komentar, selain itu video konten ini juga sudah disimpan oleh 26 akun dan disebarakan sebanyak 15 akun. Dengan menggunakan format foto (carousel), pada konten ini memberikan informasi dengan penjelasan narasi yang dimasukan per foto yang dapat digeser. Hal tersebut dapat mempermudah dan terlihat lebih efisien dilakukan jika menggunakan format video daripada foto (carousel), dikarenakan dapat mempermudah audiens dalam membaca informasi tanpa terburu-buru. Gambar 4.33 Postingan Foto (carousel) Pada gambar di atas merupakan salah satu bentuk konten Bobocabin dengan format foto (carousel) yang diunggah pada akun TikTok mereka, dalam konten tersebut memberikan informasi seputar promo – promo mengenai Bobocabin. Dalam konten video ini mendapatkan sebanyak 24.3 ribu views dan juga mendapatkan 144 likes dengan 2 komentar, selain itu video konten ini juga sudah disimpan oleh 42 akun dan disebarakan sebanyak 14 akun. Dengan menggunakan format foto (carousel), pada konten ini memberikan informasi dengan penjelasan narasi dan memasukan desain promosi yang dapat digeser. Hal tersebut dapat mempermudah dan terlihat lebih efisien dilakukan jika menggunakan format video daripada foto (carousel), dikarenakan dapat mempermudah audiens dalam membaca informasi tanpa terburu-buru. 4.2.6 Pembahasan Penelitian Setelah peneliti menyajikan hasil analisis mengenai pengemasan pesan pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id, yang mencakup isi pesan, tema pesan, tanggapan, dan format seperti yang dijelaskan pada sub bab sebelumnya, sub bab ini akan memberikan penjelasan menyeluruh mengenai pengemasan pesan pariwisata tersebut. Tujuan dari penjelasan ini adalah untuk menguraikan pengemasan pesan pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id berdasarkan isi dan tema pesan, tanggapan, serta format pesan. Berikut ini, peneliti akan menguraikan pembahasan hasil analisis yang telah dilakukan pada sub bab sebelumnya: .2.6.1. Isi Pesan Isi pesan merupakan salah satu cara kreator menyampaikan pesan kepada audiens, yang bisa bersifat informatif, persuasif, atau entertain. Berdasarkan analisis

sebelumnya, jenis pesan yang paling sering digunakan oleh Bobocabin untuk audiensnya adalah pesan hiburan. Pesan hiburan ini menggabungkan informasi dan hiburan untuk menghibur audiens sambil menyampaikan informasi tentang Bobocabin. Dalam konten ini, kreator biasanya menampilkan kegiatan lucu yang dilakukan oleh pelanggan Bobocabin atau mengikuti tren populer di TikTok. Konten hiburan ini juga menyelipkan informasi mengenai fasilitas, pemandangan, atau kegiatan yang ditawarkan oleh Bobocabin. Bentuk komentar pada konten ini mayoritas bersifat positif, berisi pujian dan dukungan untuk Bobocabin, sering kali menggunakan kalimat-kalimat positif atau emotikon. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten entertain adalah jenis konten yang paling sering digunakan oleh akun TikTok @bobobox_id untuk mempromosikan Bobocabin. Pendekatan ini dipilih karena dapat membuat audiens lebih tertarik dan tidak bosan dengan konten formal yang hanya memberikan informasi. Selain itu ada bentuk isi pesan informatif juga digunakan, meskipun dengan frekuensi yang sedikit lebih rendah, karena Bobobox ingin tetap memberikan informasi yang berguna tentang apa yang mereka tawarkan dan pengetahuan tentang Bobocabin kepada masyarakat. Selanjutnya masih ada bentuk isi pesan persuasif, yang dimana memiliki jumlah postingan yang paling sedikit. Isi pesan Persuasif ini berisikan pesan yang mengajak untuk bisa mempengaruhi para audiens untuk bisa ikut merasakan pengalaman yang Bobocabin tawarkan pada isi kontennya, kurang lebih yang terdapat pada konten mereka yaitu dalam berupa narasi tulisan dan juga voice over yang dikemas dalam konten yang menarik. Isi pesan entertain sendiri memiliki sebanyak 40 postingan dan paling banyak ditemukan pada bulan April dan Mei 2023, yang dimana masing-masing bulan tersebut memiliki sekitar tujuh postingan konten dengan isi pesan entertain dan dinilai lebih banyak daripada bulan lainnya pada periode Februari 2023 – Februari 2024. 4.2.6.2. Tema Pesan Tema pesan digunakan untuk mengkategorikan penyajian pesan yang akan disampaikan kepada audiens melalui berbagai konten. Penyajian ini dibagi menjadi beberapa tema, yaitu promosi, eksplorasi, kesejahteraan, dan

kolaborasi. Berdasarkan analisis peneliti terhadap konten di media sosial TikTok @bobobox_id, tema yang paling sering ditampilkan adalah eksplorasi. Tema ini mencakup kegiatan dan pemandangan yang bisa dinikmati masyarakat jika menginap di Bobocabin, dengan isi yang bervariasi sesuai lokasi, seperti pegunungan, pesisir pantai, atau tengah hutan. Selain itu, tema pesan yang kedua paling sering diunggah adalah Well Being . Konten bertema well being memberikan narasi tentang pentingnya kesehatan mental dan mengingatkan masyarakat untuk menjaga kesehatan diri. Konten-konten ini biasanya menampilkan latar belakang pemandangan alam dari area di sekitar salah satu unit penginapan Bobocabin. Selanjutnya bentuk tema pesan yang memiliki perbedaan jumlah dengan Well Being adalah promosi. Dimana tema pesan ini merupakan bentuk untuk menawarkan produk dan jasa yang dimiliki Bobocabin Indonesia, yang tentunya bentuk promosi ini ditawarkan dalam bentuk adanya potongan harga ataupun tawaran menarik lainnya. Bentuk konten yang dimiliki Bobocabin pada akun TikTiknya dapat berupa video ataupun foto (carousel), yang didalamnya diberikan narasi mengenai tawaran menarik tersebut. Bentuk tema pesan yang memiliki jumlah yang paling rendah ialah kolaborasi, yang dimana pada bentuk tema pesan ini Bobocabin memberikan sebuah konten yang bekerja sama dengan sebuah brand atau komunitas. Bentuk salah satu konten kolaborasi yang dimiliki Bobocabin yaitu, konten dengan berisikan kegiatan suatu komunitas yang dilakukan pada wilayah dan fasilitas yang dimiliki Bobocabin. Setelah melakukan analisis isi, peneliti menemukan bahwa tema pesan kolaborasi ini cukup jarang dilakukan atau dijadikan sebuah konten pada akun TikTok @bobobox_id dengan periode ini. Tema pesan eksplorasi sendiri memiliki sebanyak 59 postingan dengan jumlah paling banyak ditemukan pada bulan Agustus 2023, yang dimana memiliki sebanyak dua belas postingan konten dengan tema pesan eksplorasi dan dinilai lebih banyak dari bulan lainnya pada periode Februari 2023 – Februari 2024. 4.2.6.3 . Tanggapan Pesan Tanggapan terhadap konten dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh Bobocabin

menerima respons positif dari masyarakat. Hal ini terbukti dari berbagai tanggapan positif yang diberikan oleh audiens pada setiap konten yang dianalisis oleh peneliti. Setelah dilakukan analisis mendalam, ditemukan bahwa tanggapan positif dari audiens cukup beragam, mencakup dukungan, pujian, dan testimoni. Keberagaman tanggapan ini sering kali ditemukan dalam konten-konten yang diunggah oleh Bobocabin. Misalnya, ketika ada akun yang memberikan testimoni setelah menginap di Bobocabin, audiens lain cenderung berinteraksi dengan mengajukan pertanyaan lebih lanjut atau memberikan komentar tambahan yang bersifat positif. Tanggapan-tanggapan ini menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi dan apresiasi dari audiens terhadap konten yang disajikan. Dukungan berupa komentar yang mendukung, pujian atas pengalaman yang positif, dan testimoni yang menceritakan pengalaman pribadi, semuanya berkontribusi untuk memperkuat citra Bobocabin di mata publik. Dengan adanya berbagai macam tanggapan positif ini, jelas bahwa strategi konten yang digunakan oleh Bobocabin berhasil menciptakan dampak positif dan membangun hubungan baik dengan audiens. Setiap tanggapan positif menambah nilai lebih pada konten tersebut dan mendorong interaksi yang lebih aktif dari komunitas online, yang pada akhirnya meningkatkan visibilitas dan popularitas Bobocabin di platform TikT 2 k.

Tanggapan pesan pesan pada konten Bobocabin ini memiliki jumlah keseluruhan 90 postingan yang memiliki hasil tanggapan positif, yang dimana pada setiap bulannya memiliki nilai positif dengan rincian: Februari 2 postingan, Maret 0 postingan, April 8 postingan, Mei 10 Postingan, Juni postingan, Juli 7 postingan, Agustus 17 postingan, September 15 postingan, Oktober 13 postingan, November 4 postingan, Desember 7 postingan, Januari 5 postingan, Februari 2 postingan dengan keseluruhan mendapatkan hasil tanggapan positif

f. 4.2.6.4. Format Pesan Format pesan yang dapat digunakan pada media sosial TikTok ini terbagi menjadi dua, yaitu berupa video dan foto yang dapat digeser (carousel). Setelah melakukan bentuk analisis pada akun TikTok @bobobox_id ini, konten Bobocabin sendiri lebih banyak dalam menggunakan format video

dalam pembuatan kontennya. Terdapat sekitar 84% dari periode yang digunakan peneliti ini, bahwa konten Bobocabin banyak menggunakan format video untuk membuat konten – kontennya. Dilihat dari konten yang dimiliki Bobocabin dengan format video ini, sering kali diisi dengan narasi berbentuk voice over dalam memberikan isi pesannya. Selain itu sering kali Bobocabin memberikan konten mengenai pemandangan alam yang dimiliki oleh wilayah penginapan Bobocabin ini, sehingga format video ini akan lebih efisien dan menarik untuk dilihat oleh para audiens. Selain itu, ada format foto yang dapat diposting dengan jumlah yang banyak dan dapat dilihat dengan cara digeser satu per satu (carousel).

Pada penggunaan format ini, Bobocabin dinilai cukup jarang menggunakan pada kontennya. Bentuk konten yang dimiliki dengan format ini dapat berupa bentuk kontenj promo, yang dimana kreator memasukan poster-poster promosi yang ditawarkan sehingga audiens dapat lebih mudah memahaminya. Format pesan video sendiri memiliki sebanyak 76 postingan dengan jumlah paling banyak ada pada bulan Agustus 2023, yang dimana memiliki jumlah sebanyak 15 postingan dengan format video dan dinilai paling banyak dari pada bulan lainnya dengan periode Februari 2023 – Februari 2024

. 4.2.6.5. Bentuk Pengemasan Pesan Pada Konten TikTok Bobocabin Dalam pengemasan konten yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id dengan berfokus pada konten Bobocabin ini memiliki bentuk – bentuk dalam pengemasan pesan konten pemasaran produk pada Bobocabin tersebut. Pada penelitian ini mengambil konten yang berfokus pada Bobocabin dengan periode waktu mulai dari Februari 2023 hingga Februari 2024, dengan jumlah 90 konten pariwisata yang telah dijadikan unit analisis dan diukur menggunakan indikator yang ada pada konsep penelitian ini. Setelah melakukan bentuk analisis pada akun TikTok @bobobox_id dengan fokus konten Bobocabin ini telah mendapatkan hasil isi pesan, tema pesan, tanggapan konten dan format pesan. Temuan yang dimiliki berupa Isi pesan yang didominasi menggunakan bentuk Entertain, Tema pesan yang didominasi menggunakan bentuk Explore , Tanggapan konten dengan hasil

Positif dan bentuk Format yang sering digunakan dalam bentuk Video. Bentuk temuan menarik pada pebelitian ini adalah adanya bentuk Isi pesan yang digunakan oleh akun @bobobox_id pada konten Bobocabin yaitu , Entertain. Hal tersebut menjadi bagian dari temuan menarik pada penelitian ini dikarenakan adanya perbedaan dengan akun usaha pariwisata lain, yang dimana pada umumnya menggunakan bentuk isi pesan Persuasif. Setelah melakukan analisis singkat pada salah satu akun TikTok wisata lain yaitu @mountaincabinbdg, yang dimana telah ditemukan bahwa pada akun TikTok wisata ini memiliki bentuk isi pesan Persuasif. Hal tersebut terdapat pada penggunaan teks atau kalimat yang digunakan pada visual mereka yang dominasi menggunakan kalimat ajakan, contohnya seperti "Wajib cobain nginep di sini kalau ke Bandung" yang digunakan pada teks thumbnail konten video mereka. Selain itu adanya bentuk Tema pesan yang digunakan pada konten Bobkcabin ini yaitu, Explore. Hal tersebut dikarenakan Bobocabin yang memiliki bentuk penjualan pada pengalaman dan juga pemandangan yang dimiliki pada produk yang mereka miliki, sehingga konten yang dimiliki berupa bentuk gambaran mengenai gambaran pengalaman yang akan didapatkan oleh audiens jika menginap di Bobocabin (Prisandi, 2022). Hal ini menjadi temuan menarik dikarenakan setelah melakukan analisis singkat dengan salah satu akun TikTok wisata lain yaitu @mountaincabinbdg, yang dimana telah ditemukan bahwa pada akun TikTo k wisata ini memiliki bentuk tema pesan yang berbeda yaitu promosi. Hal tersebut terdapat pada konten yang dimiliki didominasi dengan memberikan visual promosi yang berfokus pada interior, fasilitas dan kegiatan yang dapat dilakukan di dalam wilayah cabin tersebut. BAB V

PENUTUP 5.1 Kesimpulan Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini dengan rumusan masalah dan juga tujuan penelitian yaitu untuk menjelaskan bentuk pengemasan Isi Pesan, Tema Pesan, Tanggapan Pesan dan juga Format Pesan dalam meningkatkan pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id dengan periode waktu dimulai dari Februari 2023 hingga Februari 2024. Secara umum pada hasil penelitian ini, dapat memperlihatkan hasil temuan

peneliti bahwa bentuk konten Bobocabin yang disajikan oleh Bobobox Indonesia ini menggunakan bentuk konsep yang sedang digemari oleh masyarakat terutama pada platform TikTok ini yang dikombinasikan dengan beberapa kategori pesan. Bentuk kategori pesan itu tersendiri mencakup dari isi pesan, tema pesan, tanggapan pesan, dan format pesan. Bentuk konten yang dimiliki Bobocabin sendiri juga memiliki tujuan agar pesan yang ingin disampaikan dapat di berikan kepada audiens dengan baik dan dapat memberikan pengaruh untuk menarik perhatian masyarakat dalam produk yang ditawarkan. Hasil temuan dan interpretasi data pada penelitian ini diambil berdasarkan konten – konten yang ada pada media sosial TikTok mereka, yaitu pada akun @bobobox_id dengan periode Februari 2023 sampai dengan Februari 2024. Bentuk konten dengan kriteria di atas ini menjadi bentuk unit analisis dalam penelitian ini, yang dimana untuk menjelaskan pengemasan pesan pariwisata pada akun TikTok mereka dengan berdasarkan empat kategori. Pertama, dalam kategori isi pesan yang dimana paling menggambarkan konten – konten yang dimiliki Bobocabin adalah isi pesan entertain. Hal tersebut terlihat dari hasil jumlah postingan konten yang didominasi pada akun TikTok @bobobox_id, yang dimana pada konten mereka selalu dikemas dengan hiburan yang diselipkan informasi terkait Bobocabin ini. Alasan mengapa banyaknya dari pengemasan isi pesan ini bersifat entertain karena, selain dapat menghibur audiens bentuk konten yang dimiliki akan terlihat lebih menarik. Hal tersebut juga dapat diartikan sebagai bentuk pendekatan yang kreatif, seperti bagaimana Bobocabin dapat mengemas informasi pariwisata dengan cerita lucu dan momen-momen yang dialami oleh pengunjung sehingga dapat membuat konten lebih menyenangkan. Kedua, dalam kategori tema pesan ini dapat dilihat bentuk tema-tema yang digunakan pada konten TikTok Bobocabin ini merupakan bentuk explore . Hal tersebut dapat melihat bahwa tema utama yang diangkat oleh Bobocabin ini sendiri merupakan bentuk eksplorasi dari keindahan alam yang berada di sekitar Bobocabin. Dimana dalam konten tersebut menampilkan pemandangan indah, kegiatan di luar ruangan dan

fasilitas unik yang ditawarkan oleh Bobocabin. Pada konten tersebut dapat menonjolkan aspek dari petualang yang membuat Bobocabin ini menjadi destinasi menarik bagi para wisatawan. Ketiga, dalam kategori tanggapan pesan pada akun TikTok Bobocabin ini telah didominasi dengan tanggapan yang positif. Dimana para audiens memberikan sebuah kata – kata seperti dukungan, pujian dan juga memberikan testimoni pribadi mereka mengenai pengalaman selama menginap di Bobocabin pada konten di akun @bobobox_id. Hal tersebut juga dapat memikat daya tarik masyarakat dalam keputusannya untuk ikut merasakan pengalaman menginap di Bobocabin Indonesia. Keempat, dalam kategori format pesan pada akun TikTok @bobobox_id dalam konten Bobocabin ini yang paling banyak digunakan ialah dengan format video. Dimana dengan mengemas konten mereka menggunakan format video ini, dapat dilihat lebih efisien dalam memberikan isi pesannya. Bentuk format video ini memanfaatkan elemen visual dan audio untuk menarik perhatian dengan cepat, selain itu Bobocabin juga telah menghasilkan kualitas produksi yang baik termasuk dengan penggunaan kamera berkualitas tinggi, editing dan penggunaan musik yang sesuai. Hal tersebut dikombinasikan dengan menggunakan bentuk narasi visual dan audio yang kuat dalam menyampaikan pesan dengan efisien, seperti penggunaan teks, narator dan musik latar yang tepat dapat membuat pesan lebih mudah dipahami dan dinikmati. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengemasan pesan pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id sangat efektif dalam meningkatkan minat dan kesadaran publik terhadap Bobocabin. Dengan mengemas pesan yang menghibur, mengangkat tema eksplorasi, mendapatkan tanggapan positif, dan menggunakan format video yang menarik, Bobocabin berhasil membangun brand awareness yang kuat dan mempromosikan pariwisata dengan cara yang inovatif dan menarik. Dukungan dari Wamenparekraf memberikan tambahan kredibilitas yang signifikan, membantu dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement dengan audiens. Temuan menarik dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan isi pesan Entertain, tema pesan Eksplorasi, dengan penggunaan format Video dalam pengemasan konten pariwisata akun

REPORT #22114975

TikTok @bobobox_id dan telah mendapati bentuk tanggapan interaksi Positif dari audiens yang dinilai memiliki pengemasan yang berbeda dengan akun wisata lain. 5.2 Saran Hasil penelitian ini menunjukkan pengemasan pesan lingkungan pada akun TikTok @bobobox_id dari konten-kontennya yang melakukan bentuk brand awareness. Konten yang paling menonjol ialah melalui bentuk pesan entertain, tema pesan eksplorasi, tanggapan pesan yang positif dan bentuk format pesan dalam bentuk video. Akan tetapi, dalam penelitian ini memiliki beberapa bentuk keterbatasan yang dapat dilanjutkan oleh penelitian selanjutnya. 5.2.1. Saran Akademis Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengangkat tema strategi komunikasi dengan metode bentuk wawancara dalam mengambil informasi dengan pihak Bobobox Indonesia sebagai data Primer penelitian. 5.2.2. Saran Praktis Dalam praktiknya, temuan ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Pertama, sebagai panduan bagi kreator konten wisata dalam menerapkan teknik pengemasan yang kreatif untuk meningkatkan daya tarik bagi audiens mereka. Kedua, secara umum bagi masyarakat, konten TikTok @bobobox_id dapat dijadikan sumber informasi untuk berwisata di alam bebas dan mencoba pengalaman baru di Bobocab



REPORT #22114975

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.15% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6235/10/10.%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	0.68% ojs.unikom.ac.id https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jurisma/article/download/3063/2680	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.61% repository.uki.ac.id http://repository.uki.ac.id/2909/1/BahanAjar52019.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.47% repo.uinsatu.ac.id http://repo.uinsatu.ac.id/21473/5/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.24% repository.uinjkt.ac.id https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/76189/1/LIA%20AM...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.24% conference.untag-sby.ac.id https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom/article/download/2698...	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.23% www.academia.edu https://www.academia.edu/16016683/Katalog_Induk_nasional_Tercetak_dan_E..	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.21% id.linkedin.com https://id.linkedin.com/pulse/pesan-atau-informasi-ahmad-fadhil	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.18% e-journal.lp3kamandanu.com https://e-journal.lp3kamandanu.com/index.php/biocaster/article/download/123..	●



REPORT #22114975

INTERNET SOURCE		
10.	0.17% repository.stei.ac.id http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.15% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/21695/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.15% repository.metrouniv.ac.id https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9425/1/SKRIPSI%20Muhammad%20..	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.14% e-journal.iainptk.ac.id https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/download/1113/408/	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.14% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/22993/1/Skripsi_1817102127_SYAHID%20HUSA...	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.14% digilib.uinsgd.ac.id https://digilib.uinsgd.ac.id/65570/	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.13% eprints.kwikkiangie.ac.id http://eprints.kwikkiangie.ac.id/3282/4/bab%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
17.	0.11% repository.kalbis.ac.id http://repository.kalbis.ac.id/bitstream/123456789/309/6/F_Bab3_2016102280.p..	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.1% repository.uinsaizu.ac.id https://repository.uinsaizu.ac.id/17177/1/SKRIPSI_1717102061%20%28FIX%29.p..	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.1% jurnal.amikom.ac.id https://jurnal.amikom.ac.id/index.php/pikma/article/download/1308/454	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.09% www.academia.edu https://www.academia.edu/94422576/Media_Audio_Visual_Menggunakan_Vide...	●



REPORT #22114975

INTERNET SOURCE		
21.	0.09% elibrary.unikom.ac.id https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/243/10/Unikom_41814019_VincentiaSriK...	●
INTERNET SOURCE		
22.	0.08% www.kompas.com https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/24/100000969/feedback-umpan-...	●
INTERNET SOURCE		
23.	0.08% repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/29611/1/Skripsi%20putri%20aprilia%20nanda%..	●
INTERNET SOURCE		
24.	0.08% manajemen.uma.ac.id https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-...	●
INTERNET SOURCE		
25.	0.07% ejournal.unsrat.ac.id https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download..	●
INTERNET SOURCE		
26.	0.05% www.jasaseopurwokerto.com https://www.jasaseopurwokerto.com/2024/05/cara-agar-video-short-banyak-vie..	●
INTERNET SOURCE		
27.	0.05% www.academia.edu https://www.academia.edu/88370201/Konsep_Believability_Pada_Karakter_Uta..	●
INTERNET SOURCE		
28.	0.05% upgraded.id https://upgraded.id/cara-membuat-konten-tiktok-agar-muncul-di-fyp-dan-viral	●
INTERNET SOURCE		
29.	0.04% ejournal.undiksha.ac.id https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/37524/22408	●
INTERNET SOURCE		
30.	0.02% digilib.iainkendari.ac.id https://digilib.iainkendari.ac.id/4469/3/BAB%202.pdf	●
INTERNET SOURCE		
31.	0.02% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1244/5/15.Bab%20III.pdf	●