

Branding Ekowisata Kedungudi Sky Park Hill Dalam Akun TikTok @pesona_trawas.docx

by - -

Submission date: 04-Feb-2025 01:27PM (UTC+0600)

Submission ID: 2579346569

File name: Branding_Ekowisata_Kedungudi_Sky_Park_Hill_Dalam_Akun_TikTok_pesona_trawas.docx (4.66M)

Word count: 6527

Character count: 42095



Branding Ekowisata Kedungudi Sky Park Hill Dalam Akun TikTok @pesona_trawas

Zulkifli Arizalu Satrio Utomo¹, M. Andi Fikri²

¹ *Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia,* ² *Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia.*

Nature tourism (ecotourism) is a form of exploitation of natural resources that prioritizes the use of nature for human satisfaction. Indonesia has a very large area and has the potential for regional development if managed properly. Ecotourism is an option that can be used to advance the village by involving the full participation of the local community in every stage, from planning to supervision. Social media is any form of media that is present in a network with users who can interact, exchange ideas, and exchange content or what is often referred to as content. Social media can also be described as a guide to exchange quality information in the form of text, images, videos, and audio with users who use social media. The purpose of this study is to understand the role of the social media platform TikTok in increasing the number of visitors in Kedungudi Sky Park Hill. The theory used in this study is marketing communication, which serves as a guide for how the brand process takes place. This study uses a qualitative descriptive method. By taking data sources by purposive sampling using triangulation data collection techniques. The qualitative approach is a data collection method that produces descriptive data in the form of written or spoken words. Data sources were obtained from sources and other documents in the form of images and photos. The findings of this study show that the use of TikTok social media has succeeded in increasing the number of visitors at Kedungudi Sky Park Hill. By using the right visual content, it can attract the attention of the wider community.

Keywords: TikTok, Branding, Contents visual.

Wisata alam (ekowisata) adalah bentuk eksploitasi sumber daya alam yang mengedepankan pemanfaatan alam untuk kepuasan manusia. Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dan memiliki potensi pembangunan daerah jika dikelola dengan baik. Ekowisata adalah pilihan yang dapat digunakan untuk memajukan desa dengan melibatkan partisipasi penuh dari masyarakat setempat dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Media sosial adalah segala bentuk media yang hadir dalam sebuah jaringan dengan pengguna yang dapat interaksi, bertukar pikiran, dan bertukar isi atau yang sering disebut sebagai konten. Media sosial juga dapat digambarkan sebagai panduan untuk saling bertukar informasi yang berkualitas berupa teks, gambar, video, audio dengan pengguna yang menggunakan media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami peran platform media sosial TikTok dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Kedungudi Sky Park Hill. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, yang berfungsi sebagai panduan bagaimana proses merek berlangsung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan pengambilan sumber data secara purposive sampling menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi. Pendekatan kualitatif adalah metode pengumpulan data yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan. Sumber data diperoleh dari narasumber dan dokumen lainnya berupa gambar dan foto. Temuan penelitian ini menunjukkan penggunaan media sosial TikTok telah berhasil meningkatkan jumlah pengunjung di Kedungudi Sky Park Hill. Dengan menggunakan konten visual yang tepat dapat menarik perhatian masyarakat luas.

Keywords: Tiktok, Branding, konten visual.

INTRODUCTION

Wisata alam atau ekowisata menjadi tren yang semakin populer di dunia. Masyarakat saat ini semakin tertarik untuk mengeksplorasi keindahan alam, melepaskan diri dari kebisingan kota dan berkomunikasi dengan lingkungan alam. Berkas sumber daya alamnya, Indonesia telah menjadi tujuan favorit bagi para wisatawan yang mencari pengalaman ekowisata otentik. Indonesia memiliki wilayah yang sangat luas dan memiliki potensi pembangunan daerah jika dikelola dengan baik. Wisata alam adalah sebuah bentuk eksploitasi sumber daya alam yang mengedepankan pemanfaatan alam untuk kepuasan manusia. Beragam kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan masyarakat, pengusaha dan pemerintah adalah wisata alam. Ekowisata secara langsung memberikan keuntungan bagi lingkungan, budaya, dan perekonomian masyarakat lokal (Andiny & Safuridar, 2019).

Ekowisata yang didasarkan pada masyarakat, atau sering disebut ekowisata berbasis masyarakat (EBM), merupakan salah satu pilihan yang dapat digunakan untuk memajukan desa dengan melibatkan partisipasi penuh dari masyarakat setempat dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan hingga pengawasan. Dukungan dari perusahaan atau lembaga di desa ekowisata tertentu juga dapat menjadi penyeimbang yang berguna bagi pertumbuhan pariwisata tersebut. Adanya partisipasi kelompok lingkungan juga dapat menjadi media promosi dan dapat memberikan informasi pada kelompok wisata untuk memanfaatkan tanpa merusak lingkungan. Pada prinsipnya, pengembangan pariwisata dengan cakupan luas yang bermanfaat bagi masyarakat umum dapat meningkatkan tingkat kemajuan ekologi, ekonomi, sosial, dan agama. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang kuat terhadap lingkungan dan masyarakat umum, terutama mereka yang tinggal dekat dengan perkotaan, untuk memanfaatkan ruang yang tersedia dalam pariwisata, serta untuk menghadapi perdebatan kelestarian yang telah berlangsung lama (Winarno et al., 2021).

Media sosial adalah segala bentuk media yang hadir dalam sebuah jaringan dengan pengguna yang dapat para pengguna yang dapat berinteraksi, bertukar pikiran, dan bertukar isi atau yang sering disebut sebagai konten. Media sosial juga dapat digambarkan sebagai sebuah panduan untuk saling bertukar informasi yang berkualitas baik berupa teks, gambar, video, audio dengan pengguna yang juga menggunakan media sosial (Kotler & Keller 2015:568). Di sisi lain, menurut Caleb dan Hayes (2015), media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan menunjukkan diri mereka, baik secara informal maupun publik, dengan batas yang jelas maupun tidak jelas.

Salah satu content creator TikTok yang baru-baru ini menjadi terkenal dengan nama akun @pesona_trawas. @pesona_trawas menjai viral di media sosial TikTok karena membawakan sebuah konten rekomendasi tempat wisata seperti yang di ambil dari salah satu video kontennya di Kedungudi Sky

Park Hill. Umumnya, seorang pembuat konten memiliki target audiens yang ingin mereka jangkau. Menurut (Anaqhi et al., 2023), TikTok memiliki struktur untuk mengeksplorasi keberagaman konten yang lebih mudah digunakan dibandingkan platform media sosial lainnya, berkat fitur for your page (FYP). FYP TikTok menggunakan algoritma berdasarkan perilaku pengguna, variasi, keunikan konten, keterlibatan pemirsa, pertumbuhan pengikut, dan pencarian akun oleh warganet. Memanfaatkan TikTok dapat memberikan pengguna akses ke konten di luar preferensi pribadi mereka dan merupakan cara yang paling efektif untuk membentuk sebuah opini. Saat ini, para pembuat konten menyegmentasikan informasi berdasarkan hal-hal yang disukai dan dianggap menarik. Untuk meningkatkan jumlah penonton yang ingin dijangkau oleh para pembuat konten.

Saat ini, media sosial TikTok cukup populer, yang akhirnya menjadikannya sebagai media yang banyak digunakan oleh masyarakat luas. Sehingga banyak orang-orang, pemilik bisnis, sampai perusahaan besar, yang kemudian memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok untuk memperkuat brand mereka salah satunya @pesona_trawas. Adanya akun @pesona_trawas juga dapat meningkatkan jumlah orang yang ingin berlibur ke suatu tempat. Namun, Akun @pesona_trawas harus inovatif dan kreatif untuk meningkatkan jumlah penonton, jumlah like, dan jumlah pengikut pada akun @pesona_trawas, dengan begitu @pesona_trawas dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Awalnya, Tiktok dikenal sebagai douyin yang menampilkan video, atau sebagai situs media sosial dan gerbang video musik. Ada beberapa keunggulan dari Tiktok, yang pertama adalah fungsinya yang seperti studio (anda dapat merubah dengan mudah mengubah video dengan menggunakan filter dan efek yang dapat diedit). Kedua, aplikasi ini cukup mudah digunakan (dirancang untuk digunakan oleh banyak kalangan, sehingga sangat mudah digunakan). Ketiga, Tiktok adalah platform media yang banyak digunakan, dengan lebih dari 25 juta pengguna. Algoritme Tiktok bekerja berdasarkan grafik konten, bukan grafik sosial. Ada beberapa faktor yang memengaruhi algoritme Tiktok, termasuk penggunaan tagar, penggunaan tantangan dan filter, mengunggah foto berkualitas tinggi, dan keterangan yang sesuai (Sawitri & Chusumastuti, 2021).

Kreativitas seorang influencer Tiktok yang sering menarik perhatian dapat menjadi sesuatu yang viral. Sebagai hasil dari interaksi yang sering dilakukan dengan pengguna lain dan konten yang berpotensi menarik banyak pengguna kedia sosial, konten viral didefinisikan sebagai sejumlah konten yang di bagikan di media sosial dalam waktu singkat. Warganet menggunakan konten viral sebagai semacam filter terhadap konten media sosial yang menyebar dengan cepat dan sering disalin oleh pengguna platform media sosial lain.

Aplikasi TikTok memiliki struktur yang lebih mudah digunakan daripada platform media sosial yang lainnya dalam hal menjelajahi konten, seperti fitur (FYP). FYP TikTok menggunakan algoritme berdasarkan perilaku pengguna, variasi,

dan keunikan konten, keterlibatan pemirsa, pertumbuhan pengikut, dan pencarian akun. Menggunakan TikTok dapat memberikan pengguna akses ke konten diluar preferensi pribadi mereka dan merupakan cara yang paling efektif untuk mengumpulkan opini publik dan mendiskusikan suatu isu tertentu. Setiap aktivitas influencer media sosial atau pembuat konten dapat memengaruhi viralitas sebuah unggahan di media sosial. Oleh karena itu, sangat penting bagi para influencer untuk menggunakan kreativitas mereka dan masyarakat untuk menjadikan sebuah konten atau fenomena apapun di media sosial menjadi sesuatu yang viral. Oleh karena itu, respon semacam ini cukup penting bagi setiap pembuat konten (Anaqhi et al., 2023).

Untuk memenuhi kebutuhan manusia, diperlukan sebuah respon, yaitu dengan melakukan perilaku pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang penting bagi perekonomian suatu negara karena dapat mendorong inovasi dan pertumbuhan serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal disekitar tempat wisata, misalnya dengan tersedianya usaha-usaha kecil yang menjual makanan ringan dan cinderamata yang dapat mengurangi tindak kriminalitas.

Kedungudi Sky Park Hill merupakan salah satu daya tarik wisata buatan baru yang ada di Kecamatan trawas, Kabupaten Mojokerto walaupun terhitung sebagai pemula tetapi daya tarik wisata buatan ini berhasil menarik perhatian para wisatawan sehingga tidak heran jika pada hari sabtu atau minggu selalu dipadati oleh pengunjung.

Pengembangan wisata didasarkan pada potensi untuk menarik wisatawan yang berkunjung dengan memanfaatkan keunikan dan pesona desa sebagai produk wisata. Perkembangan desa tidak terlepas dari perkembangan teknologi. "TikTok" sebagai media pemasaran, selain itu perkembangan teknologi informasi juga sangat berpengaruh terhadap perjalanan generasi milenial. Generasi milenial berperan dalam memfasilitasi pembangunan pariwisata di berbagai sektor (Osin et al., 2020).

Pengembangan pariwisata merupakan satu-satunya sektor ekonomi yang harus ditingkatkan dan dikembangkan. Di perkiraan bahwa sektor pariwisata akan menjadi sektor utama untuk merancang, memperluas, dan membangun bisnis dan budaya kerja. Untuk memastikan bahwa sektor pariwisata terus berkembang, penting untuk mengembangkan dan menggunakan potensi kepariwisataan yang telah ada sehingga dapat menjadi komponen kunci dari strategi ekonomi yang dapat diperluas. Satu-satunya sektor ekonomi terpenting yang dapat meningkatkan kinerja ekonomi suatu daerah adalah pariwisata. Untuk meningkatkan perekonomian dari hasil sektor pariwisata, maka perlu adanya peningkatan jumlah pengunjung ke tempat tersebut, yang dapat dilakukan dengan menerapkan strategi promosi untuk memberikan informasi kepada calon wisatawan yang akan datang ke tempat yang bersangkutan (Syaikhona et al., 2023).

Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang mencari tempat hiburan, dimana seseorang dapat pergi dari suatu tempat ketempat lain. Banyak wisatawan yang menginginkan destinasi wisata budaya dan keunikan berbeda. Interaksi wisatawan dengan penduduk kawasan wisata memberikan kesempatan wisatawan untuk belajar dan menghargai budaya masyarakat setempat (Ni Luh et al., 2022).

Kearifan lokal muncul dari nilai-nilai tradisional, dan budaya lokal yang berkembang secara alami dalam suatu kelompok masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan. Kearifan merupakan ciri suatu daerah yang memiliki

potensi untuk mendukung pembangunan daerah tersebut (Ni Luh et al., 2022). Untuk mendukung kearifan lokal tersebut diperlukan sebuah media sosial "TikTok" untuk memperkenalkan destinasi wisata tersebut kepada masyarakat sekitar agar lebih mudah dalam melakukan Branding terhadap Kedungudi Sky Park Hill.

Metode yang lebih memakan waktu namun memberikan manfaat yang sangat signifikan adalah branding, seperti branding pada Kedungudi Sky Park Hill di platform media sosial TikTok melalui akun @pesona_trawas yang menampilkan sebuah video mengenai Kedungudi Sky Park Hill. Akan sangat efektif jika dilakukan pada saat ini karena perkembangan media digital "TikTok" sangat pesat dikalangan anak muda. Saat ini, TikTok dikenal sebagai media sosial yang diminati masyarakat luas. Disamping itu berkat TikTok yang mudah digunakan untuk menampilkan merk dan gambar yang menarik. TikTok juga dapat menampilkan konten visual, ilustrasi, atau video yang dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun.

Peran penting TikTok dalam mempopulerkan destinasi liburan telah menarik banyak orang untuk melakukan penelitian dan analisis. Foto atau video yang kini menjadi populer di TikTok menjadi keuntungan penting bagi anggota komunitas gambar tersebut dikenal sebagai gaya "Kekinian" (Handayani & Adelia, 2020). Orang kini lebih tertarik dengan konten visual yang menyampaikan informasi, dimana 90% informasi akan di transmisikan ke otak, konten visual yang berupa video pasti akan mendapat lebih banyak perhatian dari target audiens. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami peran platform media sosial TikTok dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Kedungudi Sky Park Hill.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, yang berfungsi sebagai panduan bagaimana proses merek berlangsung., komunikasi adalah proses penyampaian ide dari sumber kepada penerima, biasanya dengan tujuan agar penerima tersebut memiliki tingkah laku tertentu. Menurut Richard West, komunikasi adalah suatu proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk mengkonstruksi dan memahami lingkungan mereka.

Dalam penelitian ini, Kedungudi Sky Park Hill disebutkan memiliki potensi dari segi alam, hingga keberadaan kuliner di tempat tersebut. Untuk membangun identitas visual, Kedungudi Sky Park Hill menggunakan media sosial, khususnya "TikTok". Selain menghasilkan konten berkualitas tinggi, TikTok juga dapat di gunakan untuk meningkatkan ekonomi dan industri pariwisata.

Dipilihnya Kedungudi Sky Park Hill dalam penelitian ini dikarenakan Indonesia memiliki berbagai macam tempat wisata, salah satunya Kedungudi Sky Park Hill ini dengan potensi alam dan keragaman kuliner. Hal ini tentu sangat menarik visual branding. Sehingga diharapkan selain mendapatkan konten yang menarik dan berkualitas, juga dapat meningkatkan jumlah pengunjung di Kedungudi Sky Park Hill.

METHODS

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan pengambilan sumber data secara purposive sampling menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi menurut Sugiyono (2015:83). Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana dikutip oleh Lexy.j. Moleong, pendekatan

kualitatif adalah metode pengumpulan data yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan (Saleh, 2021). Sumber data diperoleh dari narasumber dan dokumen lainnya berupa gambar dan foto.

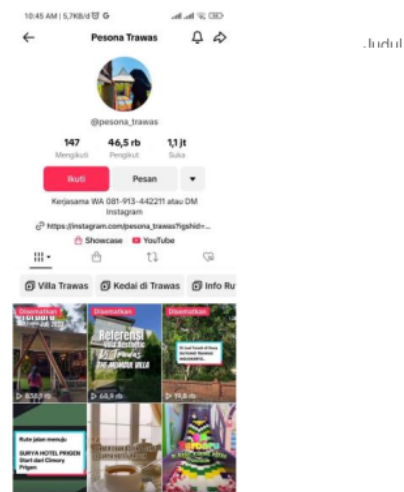
Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan konten visual dari akun @pesona_terawas. Berdasarkan jumlah pengikut dan jenis konten yang menonjol pada akun @pesona_terawas, hasil dari penelitian tersebut dapat disajikan sebagai inspirasi dalam pembuatan identitas visual Kedungudi Sky Park Hill. Informasi ini diperlukan data terkait dengan penelitian ini. Peneliti melakukan observasi pada Kedungudi Sky Park Hill melalui konten TikTok dari akun @pesona_terawas.

FINDINGS AND DISCUSSION

Secara geografis, Kedungudi Sky Park Hill sangat strategis untuk dijadikan tempat berwisata. Tempat ini sangat cocok untuk di jadikan tempat berlibur, karena, Kedungudi Sky Park Hill terletak di Desa Kedungudi, dimana desa ini terletak di antara dua gunung, yaitu Gunung Welirang, dan Gunung Penanggungan. Kedungudi Sky Park Hill merupakan tempat wisata yang menarik di kabupaten Mojokerto, yang cocok menemani aktivitas liburan bersama keluarga ataupun dengan teman. Kedungudi Sky Park Hill merupakan wisata baru yang berada di Brenjang, Penanggungan, Kec, Trawas, Kab, Mojokerto. Destinasi ekowista ini merupakan destinasi wisata baru dengan pesona tempat wisata yang menarik jadi wisatawan selama liburan sekolah maupun libur hari raya selalu ramai. Banyak orang dari berbagai kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa, yang sering berkunjung. Penting bagi pengunjung wisata untuk berkumpul dengan teman-teman mereka dan menikmati fasilitas yang ada. Lokasi dari Kedungudi Sky Park Hill berada disamping jalan raya, sehingga para wisatawan yang akan berkunjung ke Kedungudi Sky Park Hill akan dengan mudah menemukan lokasi dari Kedungudi Sky Park Hill. Kedungudi Sky Park Hill menyajikan pemandangan yang sangat memanjakan mata.

Dalam penelitian ini dilakukan wawancara dengan tiga narasumber yang ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Narasumber penelitian yaitu Samsul Kusdianto selaku pengelola Kedungudi Sky Park Hill, Rivaldi, dan Dani pengunjung dari Sidoarjo.

@pesona_terawas merupakan sebuah akun media sosial TikTok yang mengunggah konten food vloger, yang memiliki jumlah follower sebesar 46,5 ribu, dengan jumlah like 1,1 juta. @pesona_terawas melakukan upload pertamanya di TikTok pada bulan Mei 2021, hal itu dapat dilihat dari video pertamanya di TikTok yang berisi konten review hotel Kapal Garden yang berlokasi di Malang.



Gambar 1. Akun TikTok @pesona_terawas
Sumber: TikTok @pesona_terawas

TikTok adalah aplikasi di mana orang dapat membuat video pendek yang menarik dan populer, yang digunakan banyak orang. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh beberapa pengguna TikTok. Fitur-fitur dari TikTok adalah semacam aplikasi yang dapat membantu pengguna untuk belajar lebih banyak tentang dunia luar, serta menarik khalayak umum.

Saat ini, TikTok berkembang dengan cepat dan dapat diakses kapan saja tanpa gangguan. Meskipun ada keuntungannya, seperti memberikan dukungan dan memperbarui informasi sebagai e-commerce yang populer, TikTok mengidentifikasi perbedaan dalam cara penyajian produk dengan cara yang orisinal dan mendorong orang lain untuk melihatnya.

Content creator merupakan suatu profesi yang digeluti seseorang untuk membuat konten, atau informasi, yang akan dibagikan kepada publik. Bentuk konten yang umum termasuk teks, gambar, video, file audio, dan animasi unik yang dibuat dengan cepat dan menarik untuk ditonton, dipelajari, atau digunakan sebagai alat untuk melakukan promosi. Salah satu topik yang menjadi tren adalah ketika masyarakat secara keseluruhan, baik anak muda maupun orang tua, meresponnya. Hal ini sejalan dengan teori reflektivitas, yang menyatakan bahwa interaksi sosial, seperti penikmat atau penonton, dapat, menghasilkan hasil yang bermanfaat.

Dalam membuat sebuah konten hendaknya, ada beberapa aturan yang perlu diikuti oleh pembuat konten untuk menghindari terciptanya reputasi yang buruk dengan berbagai pihak dan untuk memastikan bahwa konten tersebut sesuai dengan diri mereka sendiri dan orang-orang yang melihat konten tersebut. Media sosial adalah sejenis komunikasi di mana beberapa orang berinteraksi dengan "berbagi" ide atau informasi melalui internet untuk menciptakan komunitas virtual. Hal ini menggaris bawahi prinsip @pesona_terawas dalam membuat konten, yaitu mempertimbangkan dengan matang setiap konten yang dibuat dan memastikan bahwa konten tersebut tidak merugikan orang lain. "tanggapan yang tenang, santai, dan mengasyikkan sehingga masyarakat umum dapat mengambil apa yang disampaikan melalui konten video yang unggah oleh @pesona_terawas. Hal ini dapat dirangkum sebagai berikut: "pengikut @pesona_terawas sangat ingin mencoba destinasi yang

secara konsisten mereka sarankan salah satunya adalah Kedungudi Sky Park Hill.

Menurut puntoadi, media sosial memiliki beberapa tujuan dan fungsi, antara lain;

- Branding adalah frasa atau ide yang melekat di benak seseorang. Seseorang akan mempelajari bagaimana orang lain membagikan informasi tentang diri mereka, termasuk apa yang mereka lakukan di media sosial. Dengan demikian, media sosial berperan dalam membantu seseorang untuk mengembangkan brand mereka, baik secara positif maupun negatif.
- Pemasaran adalah proses mengiklankan atau mempromosikan bisnis atau produk. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, bahkan masyarakat menjadi semakin bergantung pada media sosial. Para pemilik bisnis dapat memanfaatkan fenomena ini untuk melakukan iklan yang efektif dan efisien. Hal ini membuat proses pemasaran menjadi lebih mudah dilakukan dengan memanfaatkan media sosial.
- Komunikasi, adalah proses pertukaran ide. Setiap individu pada akhirnya akan berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara tidak langsung dapat dilakukan melalui media sosial.
- Viral adalah jenis informasi atau fenomena yang dapat menyebar dengan cepat keseluruh dunia. Dengan demikian media sosial dapat menjadi alat yang berguna bagi pemilik bisnis untuk mempresentasikan produk mereka dengan cepat dan akurat.

Media sosial adalah segala bentuk media yang hadir dalam sebuah jaringan dengan pengguna yang dapat berinteraksi, bertukar pikiran, dan bertukar isi, atau yang sering disebut sebagai konten. Media sosial juga dapat digambarkan sebagai sebuah panduan untuk saling bertukar informasi yang berkualitas baik berupa teks, gambar, video, dan audio dengan pengguna lain yang juga menggunakan media sosial. Disisi lain menurut celeb dan hayes (2015), media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan menunjukkan diri mereka, baik secara informal maupun publik, dengan batasan yang jelas maupun tidak jelas.

Media sosial TikTok memiliki satu fitur yang mungkin dapat memudahkan pengguna untuk mencari video. Fitur ini adalah hashtag, dengan menggunakannya, pengguna akan lebih mudah menemukan konten yang menarik atau memiliki tema yang menarik. Selain hashtag, pengguna juga dapat memanfaatkan konten, lagu, dan bahkan tren yang sedang ramai di TikTok. Ini akan membantu video pengguna di muat dalam For Your Page. TikTok memiliki algoritme yang sangat unik yang memungkinkan video apapun FYP dengan cara yang akurat. Untuk halaman anda adalah halaman beranda Aplikasi TikTok, tempat semua konten akan terlihat. Dalam hal ini, @pesona_trawas berhasil membuat beberapa konten yang dibuat menjadi FYP. Memanfaatkan fitur ini akan memudahkan pengguna untuk melihat video yang terkait. Demikian pula dengan akun TikTok @pesona_trawas yang telah aktif, dan juga telah menggunakan hashtag disetiap postingannya. Jangkauan ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung profil pengguna, yang kemudian secara signifikan dapat meningkatkan peluang untuk meningkatkan pengguna baru. Dengan cara ini, @pesona_trawas

telah menggunakan media sosial untuk melakukan branding sesuai dengan tren di media sosial. @pesona_trawas menggunakan hashtag #pesonatrawas dengan total postingan 1649 di media sosial TikTok.



Gambar 3. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok

BRANDING

Salah satu strategi media sosial yang dikenal sebagai branding adalah dengan menggunakan TikTok, sebuah platform media sosial, untuk menyoroti produk atau bisnis kepada publik. Salah satu strategi tersebut adalah dengan menyertakan hashtag di setiap unggahan. Pengguna akan lebih mudah menemukan merek dan video terkait dengan menggunakan fitur ini. Demikian pula dengan akun TikTok @pesona_trawas yang telah aktif, dan juga telah menggunakan hashtag untuk setiap postingannya. Dengan cara ini, @pesona_trawas telah menggunakan media sosial untuk melakukan branding pada Kedungudi Sky Park Hill sesuai dengan tren di media sosial, media sosial merupakan alat yang sangat efektif untuk membangun merek seseorang. Hashtag yang digunakan merupakan salah satu langkah dalam proses menyampaikan dan menciptakan dan menciptakan kesan positif kepada orang lain. Memasukkan hashtag kedalam satu postingan akan memudahkan dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan pengguna untuk mendapatkan beberapa jenis informasi yang berbeda dalam satu waktu. Branding yang dilakukan oleh @pesona_trawas adalah menunjukkan rute perjalanan menuju ke Lokasi Kedungudi Sky Park Hill.



Gambar 4. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Dalam video menunjukkan rute perjalanan menuju Kedungudi Sky Park Hill. @pesona_trawas menjelaskan bahwa rute perjalanan menuju lokasi Kedungudi Sky Park Hill cukup terjal karena medannya yang tidak rata dan curam. Awal perjalanan diperlihatkan berasal dari persimpangan Tamiajeng, diikuti dengan belok kiri untuk mengambil jalur lembah Mojopahit. Setelah belok kiri, kita akan menjumpai café simbiosis coffee, jika belok kiri lagi kita akan menuju lesehan cs dewi, jika mengambil arah kanan, kita akan menjumpai estusae coffee. Lurus terus mengikuti jalur tersebut tanpa mengubah arah. Saat ini, memasuki kawasan jolotundo, melewati lesehan

brugan dan warung mas doyok. @pesona_trawas menyarankan para penonton untuk mempersiapkan segala kemungkinan yang akan terjadi saat melakukan perjalanan menuju Kedungudi Sky Park Hill karena medan yang tidak rata dan berbahaya. Penting untuk menggunakan kendaraan yang sesuai saat memulai perjalanan. Saat melewati jalan jolotundo pengendara akan disuguhkan dengan pemandangan yang memanjakan mata, pemandangan disekitar jalur jolotundo menampilkan pemandangan yang asri karena sekeliling jalur jolotundo dikelilingi oleh hutan yang masih terjaga keindahannya, apalagi ketika dilalui saat sore hari seperti yang dilakukan oleh @pesona-trawas. Lokasi Kedungudi Sky Park Hill berada di sebelah kiri, kurang kecepatan nyalakan sein dan kita sudah sampai tujuan.

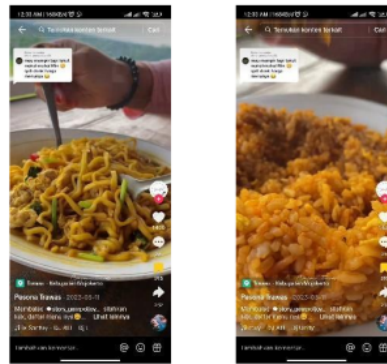
Pemasaran merupakan alat yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan melampirkan informasi tentang produk ke akun @pesona-trawas, bersama dengan informasi yang sangat berguna. Informasi yang disediakan di sana biasanya akan dibagikan lebih lanjut oleh penonton melalui tautan link, sehingga lebih banyak orang yang mempelajari dan mendiskusikan produk dari Kedungudi Sky Park Hill, yang di promosikan melalui akun TikTok @pesona_trawas. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari salah satu narasumber yaitu Rivaldi yang berkunjung di Kedungudi Sky Park Hill, setelah temannya membagikan tautan link pada Akun TikToksnya.



Gambar 5 dan 6. Akun TikTok @pesona_trawas sumber: TikTok @pesona_trawas

Di tampilan pada gambar diatas Kedungudi Sky Park Hill memiliki menu yang sangat berfariatif, mulai dari makanan ringan sampai manakanan berat yang cukup menggoga. Untuk menu minuman di tampilan pada gambar dibawah, menu yang di suguhkan cukup kekinian mulai dari kentang goreng, sosis bakar, nugget piasng coklat, nasi goreng seafood, mie goreng seafood, bistik ayam filet, kopi bali, lemon tea, dan lain-lain.

@pesona_trawas membeli dan mengakomodasikan menu-menu melalui pemesanan yang ditampilkan oleh @pesona_trawas. Beberapa menu yang dipesan oleh @pesona_trawas anantara lain mie goreng original dan nasi goreng original untuk camilan yang dipesan, pisang coklat dan minuman wedang serih yang ditampilkan pada gambar 15, 16, 17, dan 18. Dengan bantuan pembelian ini, @pesona_trawas mungkin dapat memberikan umpan balik kepada pemirsa yang melihat konten di Media Sosial TikTok. Sebagai contoh video yang menampilkan @pesona_trawas membeli beberapa item menu dari Kedungudi Sky Park Hill dapat mendorong pelanggan untuk mengunjungi Kedungudi Sky Park Hill.



Gambar 7, 8. Akun TikTok @pesona_trawas Sumber: TikTok @pesona_trawas

Dengan menonton video konten menggunakan tautan link yang disebutkan <https://vt.tiktok.com/ZSFbRmAVm/>, anda dapat membuat komunitas baru yang pada akhirnya akan memberi pengingat lembut bagi mereka yang tertarik dengan produk Kedungudi Sky Park Hill. Dengan cara ini, menggunakan media sosial sebagai media pemasaran akan lebih mudah dilakukan. Media sosial dapat dianggap sebagai strategi bisnis. Karena hashtag memiliki untuk menunjukkan produk yang serupa, hashtag juga dapat digambarkan sebagai media pemasaran. Hal ini, disebabkan oleh fakta bahwa produk yang serupa biasanya akan menggunakan hashtag yang serupa, seperti #pesonatrawas, yang dapat dilihat di beberapa akun yang berbeda. Dengan cara ini, pengguna dapat dengan santai menelusuri akun @pesona_trawas sambil mencari produk menggunakan tagar. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui platform media sosial seperti TikTok dapat membantu pelanggan mempelajari produk lain yang dijual perusahaan. Memungkinkan mereka untuk membeli barang dari lokasi yang sama dalam satu transaksi.

KOMUNIKASI PEMASARAN

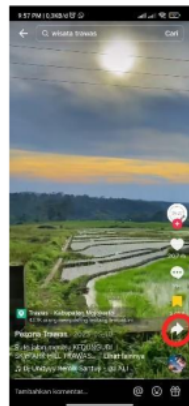
Menurut hariyanto & Dharma dalam jurnal yang tulis oleh (Faiz Bilmukharom & Hariyanto, 2023) komunikasi pemasaran adalah suatu keadaan yang mengintegrasikan pemasaran, pengemasan, dan rancangan wisata untuk menjawab tantangan yang dihadapi dunia luar. Sebaliknya rancangan wisata terdiri dari sebuah destinasi yang dirancang agar wisatawan dapat merasakan kesan unik yang tidak dapat ditemukan ditempat lain. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012:498), komunikasi pemasaran adalah taktik yang digunakan oleh bisnis untuk menginformasikan, meyakinkan, dan mendapatkan umpan balik dari pelanggan tentang barang dan jasa mereka baik secara diam-diam maupun secara langsung. Pemasar merasa sangat penting bagi rekan-rekan mereka untuk berkomunikasi satu sama lain. Tanpa komunikasi, pelanggan dan masyarakat umum tidak akan dapat memahami mengapa suatu produk dijual.

Komunikasi pemasaran juga memiliki beberapa tujuan bagi konsumen, komunikasi pemasaran dapat menginformasikan kepada konsumen tentang bagaimana dan mengapa suatu produk dipasarkan. Komunikasi pemasaran memungkinkan bisnis untuk berkomunikasi dengan orang, tempat, acara, penjualan, dan hal-

hal lainnya. Sayangnya, ini adalah salah satu dari sedikit inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat umum akan suatu isu tertentu.

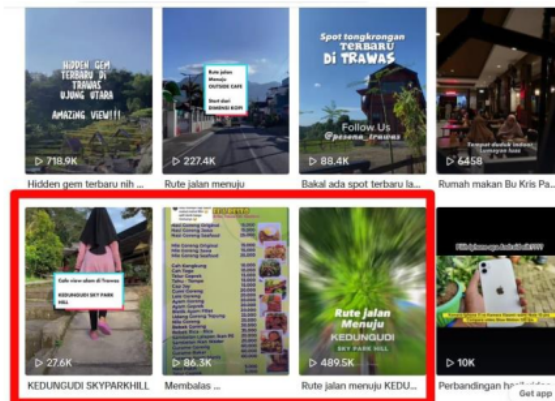
Pemasaran 4.0, sebuah pendekatan pemasaran baru yang mengintegrasikan interaksi online dan offline, merupakan perkembangan terbaru dalam era pemasaran digital yang sedang berlangsung. Pemasaran 4.0 membantu pemasar dalam menyesuaikan diri dengan ekonomi digital, yang mendefinisikan ide dasar pemasaran. Baik strategi pemasaran tradisional maupun digital dimaksudkan untuk digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan advokasi pelanggan (Dasuki & Wahid, 2020).

Salah satu kemampuan yang diberikan oleh platform media sosial seperti TikTok adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi, pengguna platform media sosial Tiktok dapat dengan mudah menerima pesan yang di sampaikan melalui video yang di unggah oleh akun @pesona_trawas, pengguna platform TikTok juga dapat mengirimkan pesan melalui kolom komentar. Dengan memberikan umpan balik berdasarkan pertanyaan yang diajukan oleh pengguna platform di kolom komentar. Selain itu, umpan balik positif dari pemilik dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian produk tambahan yang belum pernah mereka beli sebelumnya.



Gambar 9, 10. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Beberapa video tentang riview yang dilakukan oleh @pesona_trawas populer setelah dibagikan dengan lebih banyak pengguna TikTok daripada sebelumnya. Hal ini pada gilirannya cenderung memberikan kepercayaan lebih kepada pelanggan baru daripada pelanggan yang sudah ada. Konten viral sering kali memicu pada konten yang relatif singkat dan memiliki dampak yang signifikan bagi penonton. Oleh Dani yang mengetahui Kedungudi Sky Park Hill dari konten @pesona_trawas yang menjadi viral, yang lewat di beranda TikToknya.



Gambar 11. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Konten yang disediakan oleh @pesona_trawas merupakan video yang bersifat promosi. Dalam akun @pesona_trawas, memberikan informasi tentang tempat-tempat yang di kunjungi salah satunya ialah Kedungudi Sky Park Hill dengan jumlah penonton mencapai 489,5 ribu, informasi yang di berikan adalah informasi mengenai rute dan daftar menu yang ada di Kedungudi Sky Park Hill. Ketika konten menjadi lebih baik, begitu pula dengan potensi viralitasnya. Samsul Kusdianto menambahkan, setelah viralnya video konten @pesona_trawas Kedungudi Sky Park Hill mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang cukup signifikan. TikTok sebagai media platform, konten viral yang dapat terus dilihat dan dibagikan oleh banyak pengguna lain tanpa mengharuskan mereka untuk ke akun @pesona_trawas. Setiap konten yang menjadi viral akan dibagikan berulang kali oleh para penonton video.

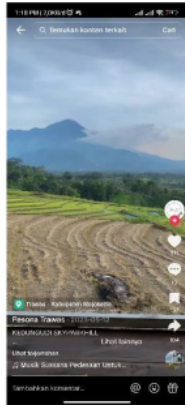
Kedungudi Sky Park Hill digambarkan memiliki udara yang sejuk dan pemandangan yang asri karena lokasinya yang strategis dan dekat dengan wisata lain.



Gambar 12. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

sebagai tempat wisata berbasis ekowisata, Kedungudi Sky Park Hill menyajikan pemandangan yang sangat indah, seperti yang ditampilkan pada gambar 12, yang merupakan pemandangan yang berada di Kedungudi Sky Park Hill yang menampilkan bukit disekitar lokasi tersebut. Saat cuaca berawan bukit-bukit yang berada disekitar Kedungudi Sky Park Hill

terlihat sangat jelas. Saat mengambil foto bersama teman, pasangan, dan bersama keluarga akan sangat bagus karena pemandangan sekitar bukit terlihat jelas tidak tertutup oleh kabut.



Gambar 13. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Berdasarkan gambar 13, persawahan dan pegunungan di sekitar Kedungudi Sky Park Hill menjadi salah satu alasan para pengunjung memutuskan untuk mengunjungi tempat tersebut. Persawahan yang berada disekitar lokasi, melambangkan kalau tempat ini masih asri, dan bisa menambah kenyamanan para pengunjung karena udaranya yang sejuk ditambah lagi kedekatannya dengan persawahan bisa menambah suplai udara bersih, kemudian, pegunungan yang berada di sekitarnya menjadi daya tarik tambahan yang dapat digunakan wisatawan sebagai tempat berfoto.



Gambar 14. Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Pada gambar 14. Merupakan gambaran pemandangan yang terlihat dari tempat duduk para wisatawan. Bisa dilihat pada gambar 14, para wisatawan bisa bersantai dan menyantap makanannya sambil melihat pemandangan yang disajikan oleh Kedungudi Sky Park Hill.



Gambar 15 Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas



Gambar 16. Diambil oleh penulis

Pada gambar 15, 16 adalah salah satu fasilitas yang ada di Kedungudi Sky Park Hill. Lokasi tempat pemberhentian kendaraan bermotor dan mobil. Ketika tempat pemberhentian kendaraan di sebuah tempat wisata tidak ada, rasanya kurang afdol. Bahkan mungkin tidak ada tempat wisata yang tidak memiliki tempat penitipan kendaraan, tempat penitipan bisa menjadi salah satu kepuasan tersendiri bagi para pengunjung, mereka tidak khawatir dengan kendaraan yang mereka gunakan, karena aman di tempat penitipan. Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka terdapat lokasi musholah untuk beribadah bagi wisatawan yang mengidentifikasi diri sebagai muslim. Alhasil banyak lokasi wisata di Indonesia yang menyediakan fasilitas musholah.

Berdasarkan hasil penelitian, diyakini bahwa fasilitas yang disediakan oleh Kedungudi Sky Park Hill telah memenuhi kebutuhan pengunjung antara lain adalah pembangunan tempat parkir, musholah, dan toilet. Tujuan dari pembangunan fasilitas ini untuk memberi dorongan kepada wisatawan untuk terlibat dalam ekowisata Kedungudi Sky Park Hill.

Penggunaan media sosial TikTok dalam mempromosikan suatu produk akan sangat efektif, karena perkembangan media digital semakin maju sehingga membuat semua orang ingin menggunakannya. Seperti media sosial TikTok, yang sangat mudah untuk digunakan dan memiliki berbagai macam fitur, seperti yang dilakukan oleh @pesona_trawas yang mempromosikan Kedungudi Sky Park Hill kepada masyarakat luas melalui platform TikTok, dengan menggunakan fitur hashtag sehingga membuat video yang diunggah menjadi viral sehingga menarik para wisatawan yang ingin berkunjung. Salah satu video @pesona_trawas yang menjadi viral saat mengunjungi

Kedungudi Sky Park Hill, dengan jumlah penonton mencapai 489,5 ribu. Peran media sosial yaitu untuk meningkatkan jangkauan branding ke seluruh Masyarakat Indonesia.

Memfaatkan media sosial seperti TikTok sebagai alat untuk Branding dan Pemasaran sangat relevan mengingat besarnya kemajuan teknologi informasi dan preferensi masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial. Video konten TikTok yang menarik, informastif, dan kekinian memiliki daya tarik yang kuat dan dapat meningkatkan popularitas destinasi wisata. Selain itu, studi ini juga menyoroti perlunya mendorong masyarakat terhadap pariwisata. Konten yang menggambarkan interaksi antara pengunjung dan penduduk setempat. Pemilik akun @pesona_trawas dapat menggunakan media sosial khususnya TikTok untuk menciptakan visual branding yang lebih efektif. Konten visual yang menampilkan keindahan alam, wisata buatan, dan keragaman kuliner dapat menarik minat calon wisatawan dan berkontribusi pada perkembangan pariwisata.

Saat membuat materi, terutama materi video konten harus kreatif dan konsisten untuk meningkatkan followers dan mendapatkan perhatian dari banyak followers. Banyak pengguna TikTok akan merasa konten lebih menyenangkan jika konten tersebut memiliki konten yang positif dan insporatif serta berisi informasi yang bermanfaat. TikTok secara konsisten menarik banyak pengguna hingga saat ini, dengan memiliki fitur yang membuat video tampil lebih menarik secara visual. Selain itu, platform media sosial TikTok sangat membantu para pembuat konten untuk membangun koneksi dan mendapatkan wawasan yang lebih cepat tentang cara menarik banyak penonton, komentar, dan like. Ini adalah salah satu alat terpenting dalam bisnis UMKM.



Gambar 17, Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas



Gambar 18, Akun TikTok @pesona_trawas
Sumber: TikTok @pesona_trawas

Akun @pesona_trawas fokus pada pembuatan video yang dibuat terkait dengan tempat-tempat wisata yang direkomendasikan di wilayah trawas, seperti yang ditunjukkan padagambar 17, dan 18. Akun @pesona_trawas, yang menunjukkan video-video rekomendasi tempat wisata di Kedungudi Sky Park Hill, dan Hidden Gem yang ada di wilayah trawas. Gambar 27, dan 28 menunjukkan jumlah penonton yang berbeda, video konten dari Kedungudi Sky Park Hill pada gambar 27 dengan jumlah penonton mencapai 983,7k, sedangkan video konten dari Hidden Gem pada gambar 18 memiliki 725,2k penonton. Dari gambar diatas menunjukkan, setelah populernya video konten yang menampilkan Kedungudi Sky Park Hill. Beberapa konten video yang diunggah ke akun @pesona_trawas setelah perilis video yang menampilkan Kedungudi Sky Park Hill juga mengalami peningkatan jumlah penonton. Salah satunya video yang menampilkan Hidden Gem yang ada di daerah trawas. Hal ini menunjukkan keberhasilan tagar #pesonatrawas yang digunakan oleh @pesona_trawas untuk meningkatkan jumlah penonton dan mendorong masyarakat umum untuk mengunjungi lokasi-lokasi yang telah diulas oleh @pesona_trawas.

Konten video dari @pesona_trawas menunjukkan Kedungudi Sky Patk Hill, @pesona_trawas menunjukkan rute menuju Kedungudi Sky Park Hill dan menu yang tersedia. Salah satu tindakan yang dilakukan oleh @pesona_trawas deengan mengunggah video konten yang menarik untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Kedungudi Sky Park Hill. Penjelasan rinci mengenai rute menuju Kedungudi Sky Park Hill yang diberikan oleh @pesona_trawas dapat membantu pengunjung untuk mengetahui lokasi dari Kedungudi Sky Park Hill.

CONCLUSIONS

22

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten visual @pesona_trawas berhasil menarik para wisatawan untuk berkunjung ke Kedungudi Sky Park Hill. Karena di pengaruhi oleh media promosi dalam TikTok. Ini bisa dilihat dari jumlah like, komen dan viewer pada setiap postingan. Cara yang paling efektif dan efisien untuk mem-branding bisnis secara visual adalah dengan menggunakan media sosial khususnya TikTok. Konten visual dari sebuah wisata harus membantu audiens dalam memilih dari

berbagai pilihan, meyakinkan mereka, dan menggunakan postingan media sosial yang ditargetkan untuk membantu mengidentifikasi wisata yang dimaksud. Untuk lebih spesifiknya, jenis konten visual yang diposting di TikTok @pesona_trawas dapat secara efektif menyoroti Kedungudi Sky Park Hill mulai dari sumber daya alam hingga produk yang di sajikan. Terkait hal ini, @pesona_trawas juga dapat menjadi testimoni, karena telah berkunjung di Kedungudi Sky Park Hill. Namun, tidak hanya penggunaan konten visual yang mendukung strategi branding. Karena itu, perlu dipahami penanganan konten visual yang tepat, sehingga konten yang ditampilkan tidak hanya informatif dan konsisten, tetapi juga menyenangkan secara estetika dan dapat memberikan panduan untuk wisata yang disebutkan diatas. Hasilnya konten visual TikTok yang telah memenuhi kebutuhan target pasar secara bertahap dapat memperkuat pengenalan brand, menjadikan brand sebagai alat yang berguna untuk menarik para pengunjung ke tempat tersebut.

Pada akun @pesona_trawas berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pelanggan, sarana untuk memastikan komunikasi pelanggan yang efektif, dan sarana untuk membuat konten menjadi viral. Penggunaan platform media sosial TikTok untuk Branding produk dilakukan oleh tim @pesona_trawas dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam Media Sosial TikTok. Salah satu fitur yang cukup penting dalam proses Branding adalah fitur hashtag. Fitur ini sangat membantu @pesona_trawas dalam memasarkan Kedungudi Sky Park Hill. Selain itu, fitur hashtag memudahkan pengguna untuk menemukan akun @pesona_trawas. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran, @pesona_trawas menggunakan media sosial TikTok untuk meningkatkan kesadaran konsumen. @pesona_trawas menggunakan video yang diposting di platform media sosial TikTok untuk mempromosikan Kedungudi Sky Park Hill.

ACKNOWLEDGMENTS

8 Tiada kata yang pantas terucap selain rasa syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat limpahan dan rahmatnya penulis mampu menyelesaikan jurnal dengan baik yang berjudul "Branding Ekowisata Kedungudi Sky Park Hill"

6 Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini banyak mengalami kendala, namun berkat rahmat Allah SWT dan bantuan dari beberapa pihak kendala-kendala tersebut dapat dilalui. Dengan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada: M. Andi Fikri, keuda orang tua, dan teman-teman. Karena telah membantu untuk memberi arahan saat penulisan penelitian ini.

REFERENCES

Abadi, T. W. (2023). City Branding melalui Media Tiktok di Provinsi Jawa Timur. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual &*

Multimedia, 9(02), 206–222.

<https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.7911>

Anaqui, A. W., Achmad, Z. A., Zuhri, S., & Arviani, H. (2023). Viralitas Trash Talking di Media Sosial Tiktok sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding. *Jurnal Nomosleca*, 9(1), 67–87.

<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i1.9487>

Andiny, P., & Safuridar, S. (2019). Peran Ekowisata Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus : Hutan Mangrove Kuala Langsa). *Niagawan*, 8(2), 113.

<https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14260>

Dinata, C., & Aulia, S. (2022). *Analisis Personal Branding Content Creator TikTok @claramonica*. 156–163.

Faiz Bilmukharom, M., & Hariyanto, D. (2023). Jurnal Komunikasi Nusantara Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 5, 294–302.

<https://10.0.130.86/jkn.v%25vi%25i.337>

Handayani, F., & Adelvia, K. (2020). Instagram Tourism: Menciptakan Hype Pada Destinasi Wisata (Studi Pada Akun @Indoflashlight). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(2), 105. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2856>

Hanindharputri, M. A., Ariesta, I. G. B. B. B., & Utami, S. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98.

<https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.1079>

Iii, B. A. B., Dan, O., & Penelitian, M. (n.d.). *No Title*.

Islamiyah Rakhmah, D. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Lusi Di Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Swara Bhumi*, 1(2), 77–85.

- Mufti, N., Sawitri, A., & Chusumastuti, D. (2021). *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Peran Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Masker Kecantikan Yeppeoskin The Role Of Social Media Tiktok In Increasing Customer Loyalty Of Yeppeoskin Beauty Mask*. 5(2).
- Ni Luh, P. S. A., Vitalia, F. C. R., & Komang, T. W. (2022). *Promosi Wisata Berbasis Kearifan Serta Praktek Membuat Caption Dan Hastag Bernetiket Di Instagram Bertemakan "Promosi Wisata" Di Kabupaten Gianyar*. 3(2), 971–974.
- Osin, R. F., Purwaningsih, N. K., & Akademi. (2020). Peran Generasi Milenial Dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 63–74.
- Rianto, P., Afifi, S., & Hariyanti, P. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Covid 19 dan Implikasinya pada Strategi Komunikasi. *Komunika*, 10(1), 28–38.
<https://doi.org/10.22236/komunika.v10i1.10216>
- Saleh, Z. (2021). BAB III analisis 2. *ILexy J. Meleong, Metodologi Penelitian Kualitatif* ^{huruf} (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 1, 9–25. <http://repository.iainpare.ac.id/2732/>
- Syaikhona, S., Sidogiri, K., Syaikhona, S., & Sidogiri, K. (2023). *Peran Kelompok Sadar Wisata dalam Pengelolaan Ekowisata Mombhul Sangkapura Bawean Nuruddin *, Siti Mazro 'atul Ulumiyah , & Dewi Mumpuni Yudowati*. 2(01), 1–13.
- Winarno, G. D., Darmawan, A., Harianto, S. P., Wulandari, C., & Febryano, I. G. (2021). Persepsi Pengunjung Dalam Pengembangan Ekowisata Di Wana Wisata Tanjung Harapan, Lampung. *Jurnal Hutan Tropis*, 9(3), 1–8.
- Zuldafrial. (2021). Bab 3 Keabsahan data. *Repository Stei*, 26–27.
http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx

TABEL 1 / Labor Regulations Subjects

Labor agreement (Article 1/14 Act 13/2003)	Labor relationship (Article 1/15 Act 13/2003)	Industrial relationship (Article 1/15 Act 13/2003)	Industrial relation of dispute (Article 1/15 Act 13/2003 jo. Article 56 Act No. 2/2004)
1. Worker 2. Entrepreneur 3. Employer 4. Entrepreneur 5. Worker		1. Entrepreneur 2. Worker 3. The government	1. Entrepreneur-worker 2. Entrepreneurs- workers 3. Entrepreneur- trade union 4. Entrepreneurs-trade 5. uniontrade union-trade union

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © 2019 1 and 2 dst. This is an open-access article distributed under the

terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

Branding Ekowisata Kedungudi Sky Park Hill Dalam Akun TikTok @pesona_trawas.docx

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ojs.mmtc.ac.id Internet Source	4%
2	Niga Mufti Ayu Sawitri, Dhety Chusumastuti. "PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MASKER KECANTIKAN YEPPEOSKIN", Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 2021 Publication	1%
3	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1%
4	pedagogia.umsida.ac.id Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	<1%
6	prosiding.unipma.ac.id Internet Source	<1%
7	acopen.umsida.ac.id Internet Source	<1%

8	fkip-unswagati.ac.id Internet Source	<1 %
9	123dok.com Internet Source	<1 %
10	Selamat Tulipri, Rahmat Hidayat, Hamengkubuwono Hamengkubuwono, Jumira Warlizasusi. "Evaluasi Kebijakan Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Profesionalitas Guru MAS Al- Manshuriyah", Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT), 2020 Publication	<1 %
11	amalianw.wordpress.com Internet Source	<1 %
12	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
13	Submitted to stipram Student Paper	<1 %
14	A.H.G. Kusumah, C.U. Abdullah, D. Turgarini, M. Ruhimat, O. Ridwanudin, Y. Yuniawati. "Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research", CRC Press, 2021 Publication	<1 %
15	Ade Gafar Abdullah, Vina Adriany, Cep Ubad Abdullah. "Borderless Education as a Challenge in the 5.0 Society", CRC Press, 2020 Publication	<1 %

16	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
17	selerasa.com Internet Source	<1 %
18	www.grafiati.com Internet Source	<1 %
19	www.marketeers.com Internet Source	<1 %
20	www.scribd.com Internet Source	<1 %
21	es.scribd.com Internet Source	<1 %
22	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
23	stpbogor.ac.id Internet Source	<1 %
24	Audina Rizka Zahra, Rifandi Syahputra, Suhairi Suhairi. "Analisis Komunikasi Dalam Bisnis", Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting, 2021 Publication	<1 %
25	dspace.bu.ac.th Internet Source	<1 %
26	iainpsblog.blogspot.com Internet Source	

<1 %

27 journal.unigha.ac.id
Internet Source

<1 %

28 media.neliti.com
Internet Source

<1 %

29 nitastory.blogspot.com
Internet Source

<1 %

30 repository.mercubuana.ac.id
Internet Source

<1 %

31 repository.uin-suska.ac.id
Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On