

**TREN WISATA URBAN *OPEN* TRIP BLOK M MELALUI
KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
PADA AKUN @[nasly.ly](https://www.instagram.com/nasly.ly)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi**



MUTIARA ADECTYANINGSIH

1221003044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS EKONOMI DAN
ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

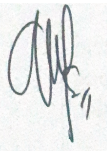
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Mutiara Adectyaningsih

NIM : 1221003044

Tanggal : 18 September 2026



Mutiara Adectyaningsih.

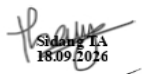
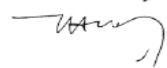
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Mutiara Adecryaningsih
NIM : 1221003044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Tren Wisata Urban Open Trip Blok M melalui Komunikasi Pemasaran Digital Di Media Sosial TikTok Pada Kun @nasly.ly

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M., Ph.D. ()
Penguji 2 : Kurniati Putri Haeirina, S.I.Kom., M.I.Kom. ()
18/9/26

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 18 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah Swt. Yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “ Tren Wisata Urban Open Trip Blok M Melalui Komunikasi Pemasaran Digital Di Media Sosial TikTok Pada Akun [@nasly.ly](#)” dengan baik. Tugas akhir skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat dan tanda telah menyelesaikan masa pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, banyak sekali hambatan dan tantangan yang peneliti hadapi. Namun, dengan rezeki dan kemudahan yang diberikan Allah Swt, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses penyusunan tugas akhir skripsi ini hingga selesai. Di antaranya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt.

Peneliti ingin berterima kasih dan bersyukur kepada Allah Swt. Karena telah memberikan nikmat iman, sehat, karunia dan hidayah kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

2. Keluarga

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga yang terus memberikan dorongan dan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih kepada Mama, Ka Ayu, Bang Ali, Ka Arin, Bang Dika yang memberikan dukungan penuh kepada penulis saat menghadapi masa sulit dalam pengerjaan tugas akhir skripsi.

3. Arief Suro Aji & Lenara Rizki Latifah

Terima kasih kepada Arief Suro Aji & Lenara Rizki Latifah yang sudah memberikan kesempatan dan mempercayai penulis untuk bisa sampai tahap ini, penulis sangat bersyukur atas semua yang telah diberikan dalam hal apapun, terima kasih banyak untuk segalanya.

4. Teruntuk Alm Papa

Alm. Ahmad Yani, beliau memang tidak sempat menemani dalam perjalanan menyusun tugas akhir tetapi terima kasih atas kasih sayang, doa, dan

perjuangan yang telah diberikan semasa hidup. Meskipun papa tidak melihat putri terakhirnya menjadi wisudawan nantinya, penulis yakin bahwa papa akan senang melihat penulis mampu menyelesaikan ini semua.

5. Dosen Pembimbing skripsi

Terima kasih kepada Ibu Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. Yang telah membimbing peneliti dan teman-teman lainnya selama proses pengerjaan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas ilmu, kritik dan saran, serta kesabarannya dalam membimbing kami. Semua yang diberikan dan diajarkan akan terus peneliti ingat di kemudian hari.

6. Sahabat-sahabat

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada sahabat seperjuangan yang terus berjalan bersama peneliti dalam suka dan duka masa kuliah hingga proses penyusunan tugas akhir skripsi, yaitu Kayla, Jihan, Annisa, Salma, Indy, Radit, dan Lulu. Peneliti juga ingin berterima kasih secara khusus kepada Ikbal Fadillah yang telah menjadi *support system* terluar biasa yang pernah peneliti punya. Terima kasih kepada kalian semua yang telah saling menyemangati dan motivasi peneliti untuk terus maju menuju pribadi yang lebih baik.

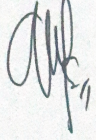
7. Mutiara

Penulis ingin mengucapkan Terima kasih kepada wanita kecil yang mempunyai seribu mimpi, yaitu saya sendiri, Mutiara Adeptyaningsih. Terima kasih telah menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih tetap melangkah meski sering dipenuhi banyak keraguan. Terima kasih tetap berdiri meski berkali-kali ingin menyerah. Jalan yang ditempuh mungkin bukan jalan yang pernah diimpikan, namun dengan segala usaha, doa, air mata, dan perjuangan ini mampu menjadikannya sebuah kisah yang pantas untuk di banggakan. Selamat untuk pencapaian ini. Teruslah melangkah dan tumbuh dengan penuh keyakinan, karena tidak ada yang lebih indah selain menyaksikan diri sendiri, berhasil menjadi versi terbaiknya.

Dengan kata pengantar yang peneliti sampaikan. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir skripsi ini. Namun, peneliti berharap kelebihan yang ada dalam tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak di kemudian hari.

Jakarta, 24 Agustus 2026

Penulis



Muktiara Adekryningsih.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Mutiara Adectyaningsih
NIM : 1221003044
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

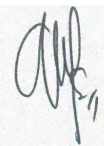
“Tren Wisata Urban Open Trip Blok M Melalui Komunikasi Pemasaran Digital Di Media Sosial TikTok Pada Akun @nasly.ly”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 September 2026



Mutiara Adectyaningsih.

ABSTRAK

Fenomena wisata urban Open Trip Blok M yang diinisiasi oleh akun TikTok @nasly.ly pada awal tahun 2026 menandai pergeseran paradigma komunikasi pariwisata perkotaan dari institusi formal kepada aktor non-formal berbasis komunitas digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital serta dinamika interaksi media sosial yang membentuk tren wisata tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap penyelenggara dan peserta, observasi digital terhadap ekosistem konten TikTok, serta dokumentasi sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan Open Trip Blok M didorong oleh integrasi strategi pemasaran digital mencakup pilar Authentic Content, Data Driven Optimization, Digital to Physical Conversion, dan User Experience yang dioptimalkan melalui empat zona media sosial (Social Community, Social Publishing, Social Entertainment, dan Social Commerce). Algoritma For You Page (FYP) berfungsi sebagai titik paparan awal yang efektif dalam menjangkau audiens Generasi Z dan Milenial secara presisi tanpa anggaran iklan besar. Selain itu, fenomena ini merekonstruksi citra kawasan Blok M dari pusat transportasi konvensional menjadi destinasi rekreasi estetis bernuansa retro-city pop melalui aktivitas prosumer peserta. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi narasi autentik dan pengelolaan komunitas digital mampu menggerakkan partisipasi fisik secara masif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital; Media Sosial TikTok; Open Trip Blok M; Wisata Urban; Fenomenologi.

Abstract

The "Open Trip Blok M" urban tourism phenomenon, initiated by the TikTok account @nasly.ly in early 2026, marks a paradigm shift in urban tourism communication moving from formal institutions to non-formal, digital community-based actors. This study aims to describe and analyze the digital marketing communication strategies and social media interaction dynamics that shaped this tourism trend. A qualitative approach utilizing a phenomenological design was employed. Data collection involved in-depth interviews with organizers and participants, digital observation of the TikTok content ecosystem, and secondary documentation. The findings indicate that the success of Open Trip Blok M was driven by an integrated digital marketing strategy comprising four pillars Authentic Content, Data-Driven Optimization, Digital to Physical Conversion, and User Experience optimized across four social media zones: Social Community, Social Publishing, Social Entertainment, and Social Commerce. The "For You Page" (FYP) algorithm served as an effective initial touchpoint for precisely reaching Gen Z and Millennial audiences without requiring a large advertising budget. Furthermore, this phenomenon reconstructed the image of the Blok M area from a conventional transportation hub into an aesthetic, retro-city-pop-style leisure destination, facilitated by the prosumer activities of the participants. The study concludes that a combination of authentic storytelling and digital community management is capable of driving massive and sustainable physical participation.

Keywords: *Digital Marketing Communication; TikTok Social Media; Open Trip Blok M; Urban Tourism; Phenomenology.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
Abstract.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Konsep Yang Relevan.....	8
2.1.1 Teori Pemasaran Digital.....	8
2.1.2 Teori Social Media.....	12
2.1.3 Media Sosial TikTok.....	14
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	16
2.2.1 Penelitian Sebelumnya.....	16
2.2.2 Pernyataan Kebaruan.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain dan Pendekatan.....	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	25
3.2.1 Objek Penelitian.....	25
3.2.2 Subjek Penelitian.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Wawancara Mendalam (In-Depth Interview).....	26
3.3.2 Observasi Digital (Digital Observation).....	28
3.3.3 Dokumentasi.....	29
3.4 Teknis Analisis Data.....	29
3.4.1 Reduksi Data.....	30

3.4.2 Penyajian Data.....	30
3.4.3 Penarikan Kesimpulan.....	31
3.5. Triangulasi Data.....	31
3.5.1 Triangulasi Sumber.....	31
3.5.2 Triangulasi Teori.....	32
3.6 Operasional Konsep atau Isu.....	32
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Kawasan Blok M.....	36
4.1.2 Profil akun @nasly.ly dan Fenomena Open Trip Blok M.....	37
4.1.3 Karakteristik Platform TikTok Sebagai Konteks Digital Penelitian.....	37
4.1.4 Profil Informan.....	38
4.1.5 Profil Triangulator.....	41
4.2 Penyajian Data.....	42
4.2.1 Authentic Content.....	43
4.2.2 Data Driven Optimization.....	46
4.2.3 Digital to Physical Conversion.....	47
4.2.4 User Experience.....	49
4.2.5 Social Community Zone.....	52
4.2.6 Social Publishing Zone.....	53
4.2.7 Prosumer Dynamics.....	54
4.2.8 Algoritma For You Page (FYP).....	56
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	57
4.3.1 Analisis Komunikasi Pemasaran Digital @nasly.ly Menggunakan Teori Pemasaran Digital Kingsnorth (2019).....	57
4.3.2 Keterlibatan Komunitas Digital Berdasarkan Teori Social Media Tuten & Solomon (2015).....	63
4.3.3 Transisi Ruang : Rekonstruksi Makna Kawasan Blok M.....	68
4.3.4 Perbandingan dengan Jakarta Good Guide dan Penelitian Terdahulu.....	69
4.3.5 Keterbatasan Penelitian.....	72
4.4 Makna dan Esensi Fenomena Open Trip Blok M.....	73
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	78
5.3 Saran dan Implikasi.....	78
5.3.1 Saran Teoritis.....	78
5.3.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN INFORMAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Social Media Instagram @jktgoodguide.....	11
Gambar 1.2 Nasya Nur Syahla.....	47
Gambar 1.3 Raisya Putri Ziad Sakti.....	48
Gambar 1.4 Liza Inayatun Syifa.....	48
Gambar 1.5 Aisyah Humayroh	49
Gambar 1.6 Lulu Maria Simbolon	49
Gambar 1.7 Muhammad Ilham, SE, M.I.KOM.....	50
Gambar 1.8 Media Sosial TikTok @nasly.ly	52
Gambar 1.9 Media Sosial TikTok @nasly.ly	53
Gambar 1.10 FYP Peserta.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 1.2 Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 1.3 Operasionalisasi Konsep.....	43
Tabel 1.4 Perbandingan Jakarta Good Guide dengan Open Trip Blok M.....	78