

STRATEGI PEMASARAN WISATA MONUMEN NASIONAL SETELAH REVITALISASI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KAWASAN WISATA MONUMEN NASIONAL

SILVI ANGGIRY AHIRIA



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Wisata Monumen Nasional setelah Revitalisasi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Monumen Nasional”** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Silvi Anggiry Ahiria
J0302211061

ABSTRAK

SILVI ANGGIRY AHIRIA. strategi pemasaran wisata monumen nasional setelah revitalisasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di kawasan wisata monumen nasional. Dibimbing oleh **NATASHA INDAH RAHMANI, S.T., M.T.**

Monumen Nasional (Monas) adalah destinasi wisata terkenal di Jakarta yang menyimpan nilai sejarah serta budaya. Usai Revitalisasi, kawasan Monas mengalami berbagai perubahan. Dilakukannya Revitalisasi diharapkan dapat menambah kenyamanan dan daya tarik bagi pengunjung. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran Monas pasca-Revitalisasi dalam menarik kunjungan wisatawan. Penelitian dilaksanakan melalui observasi langsung di lokasi, penyebaran kuesioner, dan wawancara dengan UPK Monas secara online. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan metode Analisis SWOT dan Matriks IFAS serta EFAS yang bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang sesuai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian didapatkan kondisi pariwisata setelah dan sebelum dilakukannya Revitalisasi. Terdapat juga strategi yang didapatkan dari hasil analisis SWOT yaitu strategi SO (*Strength* dan *Opportunities*) yang berisikan mengenai mempromosikan acara malam Monas seperti pertunjukan lampu dan air mancur melalui sosial media resmi Monas (Instagram dan Tik-Tok), melakukan kolaborasi dengan influencer untuk mempromosikan Monas dan mengedukasi cara *reservasi* tiket secara online, mengadakan event edukasi sejarah bagi pelajar dengan memanfaatkan fasilitas revitalisasi yang sudah modern, mendorong promosi puast oleh-oleh UMKM di kawasan Monas sebagai bagian dari pengalaman wisata, mengembangkan wisata berbasis teknologi (AR (*Augmented Reality*)/VR (*Virtual Reality*)) di area Revitalisasi Monas yang lebih menarik secara visual. Luaran (*Output*) yang dirancang yaitu buku panduan wisata di Monas disertai terdapat tampilan *Augmented Reality* (AR), paket wisata malam di Monas dan *flashcard* tentang pembangunan Monas yang disertai *Augmented Reality* dengan penjelasan suara yang menggunakan bahasa Inggris dan Spanyol.

Kata kunci : Analisis SWOT, Augmented Reality, Monas, Pemasaran, Revitalisasi, Sejarah, Wisata



Nama
NIM

Judul Proyek Akhir : Strategi Pemasaran Wisata Monumen Nasional setelah
Revitalisasi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di
Kawasan Wisata Monumen Nasional
: Silvi Anggiry Ahiria
: J0302211061

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :

Natasha Indah Rahmani, S.T., M.T.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Kania Sofiantina Rahayu, S. Ikom., M,Par., M.T.H.M.
NPI 201807198501202001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat. M.T.
NIP 196607171992031003

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 sampai bulan Februari 2025 ini ialah Pemasaran dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Monumen Nasional setelah Revitalisasi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kawasan Wisata Monumen Nasional”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Natasha Indah Rahmani, S.T., M.T. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bintang Athalia Gavrila Sibarani selaku pembimbing lapangan, pihak pengelola Monumen Nasional dan pihak Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terima kasih juga diberikan kepada teman – teman Ekowisata Angkatan 58 yang sudah mendukung selama penulisan proyek akhir.

Semoga Laporan proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Silvi Anggiry Ahiria

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Luaran	3
1.6 Kerangka Berpikir	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pariwisata	5
2.2 Revitalisasi	5
2.3 Strategi	5
2.4 Pemasaran	6
2.5 Monas	6
2.6 Analisis SWOT	6
2.7 Perilaku Wisatawan	7
III METODE	9
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
3.2 Alat dan Bahan	9
3.3 Jenis Data	10
3.4 Metode Pengambilan Data	10
3.5 Analisis Data	12
3.6 Prosedur Penelitian	16
IV KONDISI UMUM	19
4.1 Letak dan Luas Kawasan	19
4.2 Sejarah	19
4.3 Kondisi Fisik	20
4.4 Kondisi Wisatawan	21
4.5 Kondisi Kepariwisataaan	22
V HASIL DAN PEMBAHASAN	23
5.1 Kondisi Pariwisata dan Aktivitas Wisata di Monas Sebelum dan Sesudah Revitalisasi	23
5.2 Persepsi Wisatawan Terhadap Media Promosi	33
5.3 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal	39
5.4 Analisis SWOT	43
5.5 Pemilihan Strategi Pengembangan Promosi di Monas	47
5.6 Luaran (<i>Output</i>)	49
VI SIMPULAN DAN SARAN	53
6.1 SIMPULAN	53
6.2 SARAN	53



DAFTAR PUSTAKA

55

LAMPIRAN

57

RIWAYAT HIDUP

61

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Jenis Data	10
2	Faktor Internal dan Faktor Eksternal	14
3	Faktor <i>Strtengths</i> dan Faktor <i>Weaknesses</i>	40
4	Faktor <i>Opportunities</i> dan Faktor <i>Threats</i>	41
5	Penentuan Faktor SWOT	43
6	Matriks IFAS dan EFAS	44

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Berfikir	3
2	Peta Kawasan Monas	9
3	Diagram Analisis SWOT	14
4	Monas	19
5	Kondisi Monas Sebelum dan Sesudah Revitalisasi	23
6	Area Terbuka Hijau di Monas	24
7	Museum Monas	25
8	Amphitheater yang menyerupai semi-terasering	25
9	Desain Revitalisasi	26
10	Desain Revitalisasi	26
11	Pembangunan Sisi Barat	27
12	Denah Revitalisai Monas	27
13	Sketsa Kawasan Monas	28
14	Monas Sebelum Revitalisasi	28
15	Museum Sejarah Nasional	29
16	Ruang Kemerdekaan	30
17	Puncak Tugu Monas	30
18	Air Terjun Menari	31
19	<i>Bike sharing</i>	32
20	Akses Menuju Monas	33
21	Persepsi wisatawan mengenai informasi tentang Monas melalui media promosi yang tersedia	34
22	Persepsi wisatawan terhadap media promosi Monas disampaikan secara menarik dan mudah dipahami	34
23	Persepsi wisatawan terhadap media promosi digital	35
24	Persepsi wisatawan terhadap media promosi (brosur,pamflet,	35
25	Persepsi wisatawan terhadap media promosi yang menampilkan kondisi Monas setelah Revitalisai	36
26	Persepsi wisatawan terhadap informasi wista Monas tersedia dalam berbagai bahasa (misalnya : inggris, mandarin, dll)	37
27	Persepsi wisatawan terhadap video promosi atau konten kreatif tentang Monas bisa menarik wisatawan	37
28	Persepsi wisatawan terhadap Media promoasi berbasis teknologi	38
29	Persepsi wisatawan terhadap media promosi yang informatif dan diperbaharui secara rutin	38



30	Persepsi wisatawan terhadap media promosi Monas sebaiknya melibatkan influencer atau content creator	39
31	Diagram Cartesius IFAS EFAS	48
32	Buku Panduan Wisata	49
33	Paket Wisata Malam Di Monas	50
34	<i>Flashcard</i> Tentang Pembangunan Monas Yang Disertai <i>Augmented Reality</i> (AR)	51
35	Cara menggunakan <i>flashcard</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Data kunjungan wisatawan Monas dari tahun 2019-2024	59
Famtrip Monas	59