



**STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA MELALUI
INSTAGRAM (PADA AKUN INSTAGRAM @SUKATARA08)
DALAM MEMPROMOSIKAN DESA WISATA KAMPUNG
SILAT RAWA BELONG OLEH KARANG TARUNA**

SKRIPSI

Hilman Radinal Fata Alie

44320010054

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2024

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilman Radinal Fata Alie

NIM : 44320010054

Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat Rawa Belong Oleh Karang Taruna.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Agustus 2024



Hilman Radinal Fata Alie

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Hilman Radinal Fata Alie
NIM : 44320010054
Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat Rawa Belong Oleh Karang Taruna.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Melly Ridaryanthi, M.Soc, Ph.D
NIDN : 0324128202
Ketua Penguji : Dr. Ira Purwitasari, M.I.Kom
NIDN : 0302066903
Penguji Ahli : Finy Fitrya Basarah, M.Si
NIDN : 0319027704



Jakarta, 30 Agustus 2024

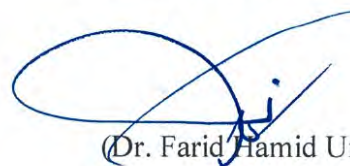
Mengetahui,

Dekan/Direktur Program Pascasarjana



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunianya peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat Rawa Belong Oleh Karang Taruna”** pada waktu yang tepat dan juga dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangat sulit untuk peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses masa studi dan penggarapan skripsi peneliti. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada:

1. Terima kasih kepada Melly Ridaryanthi, M. Soc, Ph. D, yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing dalam penelitian ini. Terima kasih atas waktu yang telah diberikan, serta bantuan pemikiran dan nasihat yang sangat berharga untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada Dr. Farid Hamid, M. Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan dosen mata kuliah Riset Komunikasi, yang telah membantu penulis dalam menyusun penelitian ini.
3. Terima kasih kepada Karang Taruna RW 08 yang telah bersedia dijadikan sebagai subjek dan juga objek dalam penelitian yang telah dibuat ini. Tanpa adanya bantuan dari kalian, penelitian ini tidak akan berjalan hingga selesai.

4. Terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, mama Nasiah dan juga papa Muhammad Alie, yang selalu mendoakan peneliti agar diberikan kelancaran dalam menyelesaikan penelitian ini dan juga mendukung peneliti untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan penelitian ini. Kedua adik peneliti Zahra Aulia dan Faizah Alya, yang selalu peneliti jadikan motivasi dan juga semangat agar saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
5. Terima kasih juga untuk teman-teman seperjuangan pada jurusan Advertising & Marketing Communication 2020, terkhusus untuk teman-teman di bawah pohon ceri yang selalu memberikan semangat dan juga nasihat agar peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
6. Terakhir, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih untuk Kayla Alzena, yang sudah menemani peneliti dari awal penelitian hingga penelitian ini selesai. Dan juga terima kasih atas dukungan serta motivasi yang diberikan kepada peneliti agar bisa menyelesaikan penelitian ini.

Demikian penelitian ini peneliti buat untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat perengkap pada perkuliahan sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta. Peneliti menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini.

Jakarta, 25 Juli 2024

Hilman Radinal Fata Alie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Hilman Radinal Fata Alie
NIM : 44320010054
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat Rawa Belong Oleh Karang Taruna.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Agustus 2024



Hilman Radinal Fata Alie

ABSTRAK

Nama : Hilman Radinal Fata Alie

NIM : 44320010054

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi: Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Instagram Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat Rawa Belong Oleh Karang Taruna

Strategi komunikasi pariwisata yang optimal tentu menjadi harapan bagi Karang Taruna RW 08, dalam menjalankan kegiatan-kegiatan promosinya untuk memperkenalkan Desa Wisata Kampung Silat, Rawa Belong. Namun nyatanya mengoptimalkan strategi komunikasi pariwisata tidak semudah yang dibayangkan, sehingga perlu dilakukan upaya-upaya yang setidaknya dapat mendukung proses pengoptimalan strategi komunikasi pariwisata tersebut. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Karang Taruna RW 08 dalam mempromosi Desa Wisata Kampung Silat, Rawa Belong.

Untuk menunjang penelitian ini, terdapat 5 (lima) penelitian terdahulu dengan topik relevan. Untuk teori yang digunakan meliputi strategi komunikasi pariwisata yang didalamnya terdapat tahap-tahap strategi komunikasi menurut David dan juga konsep perencanaan komunikasi menurut Cultip dan Center.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan Pendekatan Kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki dua kategori, yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara, sedangkan Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi dokumentasi dan mencatat teori dari observasi, buku-buku, website internet, jurnal dan berbagai literatur yang mendukung penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Karang Taruna RW 08 melalui Instagram dalam mempromosikan Desa Wisata Kampung Silat, Rawa Belong.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Karang Taruna RW 08 dalam mempromosikan Desa wisata Kampung Silat Rawa Belong melalui kegiatan kebudayaan seperti tari, silat dan juga festival yang mereka buat. Dalam menjalankan strategi komunikasi pariwisata yang mereka lakukan masih masih terlihat pasif dan tidak konsisten dalam melakukan kegiatan promosi, seperti hanya seminggu sekali mengupload konten, ataupun hanya melakukan kegiatan promosi apabila ada kegiatan-kegiatan kebudayaan saja

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Pariwisata, Komunikasi Pariwisata, Desa Wisata*

ABSTRACT

Name : *Hilman Radinal Fata Alie*

NIM : *44320010054*

Major : *Advertising & Marketing Communication*

Thesis Title: *Tourism Communication Strategy Through Instagram in Promoting Kampung Silat Rawa Belong Tourism Village by Youth Organization.*

The optimal tourism communication strategy is certainly a hope for Karang Taruna RW 08, in carrying out its promotional activities to introduce Kampung Silat Tourism Village, Rawa Belong. But in fact, optimizing the tourism communication strategy is not as easy as imagined, so it is necessary to make efforts that can at least support the process of optimizing the tourism communication strategy. The purpose of this research is to analyze the tourism communication strategy carried out by Karang Taruna RW 08 in promoting Kampung Silat Tourism Village, Rawa Belong.

To support this research, there are 5 (five) previous studies with relevant topics. The theory used includes a tourism communication strategy in which there are stages of communication strategy according to David and also the concept of communication planning according to Cultip and Center.

This research uses a Descriptive Qualitative method using a qualitative approach.. The data collected for this research have two categories, Primary Data and Secondary Data. Primary data in this study was collected by interview and observation, while secondary data in this study was collected by documentation study and recording theories from books, internet websites, journals and other literatures that support this research. This research focuses on how the tourism communication strategy carried out by Karang Taruna RW 08 through Instagram in promoting Kampung Silat Tourism Village, Rawa Belong.

The results of the research show that the tourism communication strategy carried out by Karang Taruna RW 08 in promoting the Kampung Silat Rawa Belong Tourism Village through cultural activities such as traditional dance, traditional martial arts and also festivals that they created. In carrying out the tourism communication strategy they still look passive and not consistent in doing promotional activities, such as only uploading content once a week, or only doing promotional activities when there are cultural activities.

Keywords: *Tourism Communication Strategy, Tourism Communication, Tourism Village*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori.....	14
2.2.1 Komunikasi Pariwisata	14
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3 Strategi Komunikasi	17
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata	21
2.2.5 Konsep Perencanaan Komunikasi	21
2.2.6 Promosi	23
2.2.7 Instagram	24

2.2.8 Daya Tarik	25
2.2.9 Digitalisasi Wisata	26
2.2.10 Pemberdayaan Masyarakat	26
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	32
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Hasil Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pariwisata	38
4.3 Pembahasan	49
BAB V	54
KESIMPULAN & SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	30
Tabel 4.1 Tabel Hasil Penelitian	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Karang Taruna RW 08.....	36
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Karang Taruna RW 08	37
Gambar 4.3 Postingan Feeds Instagram.....	43
Gambar 4.4 Postingan Instagram Stories	43
Gambar 4.5 Postingan Instagram Stories	44

