

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI EKOWISATA WADUK TANJUNGAN  
KEMLAGI MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Mochammad Rizki Abdillah**

**20045010024**

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
EKOWISATA WADUK TANJUNGAN KEMLAGI  
MOJOKERTO**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Mochammad Rizki Abdillah**

**20045010024**

**PROGRAM STUDI S1 PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024**

**HALAMAN PRASYARAT GELAR SARJANA**

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
EKOWISATA WADUK TANJUNGAN KEMLAGI MOJOKERTO**

Skripsi untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Program Studi Pariwisata  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**MOCHAMMAD RIZKI ABDILLAH**

**20045010024**

PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Ekowisata Waduk Tanjungan Kemlagi Mojekerto

Nama Mahasiswa : Mochammad Rizki Abdillah

NPM : 20045010024

Program Studi : Pariwisata

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Pembimbing,



Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si

NIP. 197410132021212005

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional  
"Veteran" Jawa Timur



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN


PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
EKOWISATA WADUK TANJUNGAN KEMLAGI MOJOKERTO

Disusun Oleh:

MOCHAMMAD RIZKIABDILLAH  
NPM.20045010024


Telah diuji kebenaran oleh Tim Penguji dan diterbitkan pada  
Jurnal JIIP (Terakreditasi Sinta 4)  
Volume 7 Nomor 7 Bulan Juli 2024

Pembimbing,


  
Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si  
NIP. 197410132021212005

Tim penguji


1. Ketua

  
Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris

  
Joko Mijarto S.Pat., M.Si  
NPT. 20119910512179

3. Anggota

  
Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si  
NIP. 197410132021212005

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

  
Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

LEMBAR REVISI

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
EKOWISATA WADUK TANJUNGAN KEMLAGI MOJOKERTO

Disusun Oleh:

MOCAMMAD RIZKI ABDILLAH  
NPM.20045010024

Telah direvisi dan disahkan pada tanggal 10 juni 2024

TIM PENILAIAN

Ketua

Sekretaris

Anggota

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si  
NIP. 196805011994032001

Joko Millarto S.Hut., M.Si  
NPT. 20119910512179

Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si  
NIP. 197410132021212005

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mochammad Rizki Abdillah

NPM : 20045010024

Program Studi/Fakultas : Pariwisata/ Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : **Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Ekowisata Waduk Tanjungan Kemlagi Mojokerto**

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar starta 1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarism dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Mei 2024



Mochammad Rizki Abdillah  
Npm.20045010024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Pariwisata guna mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par). Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada Dosen pembimbing saya Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si., selaku Koordinator Prodi S1 Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur. Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU Selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur.
2. Dr.Catur Suratnoaji, M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Seluruh dosen dan staf yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti.
4. Ayahanda dan ibunda tercinta yang senantiasa memberikan doa dan dukungan untuk anaknya sehingga dapat menyelesaikan pendidikan
5. Almamater tercinta UPN “ Veteran “ Jatim dan sahabat-sahabat angkatan 2020 yang saya sayangi.
6. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu

Surabaya, 28 Mei 2024



Mochammad Rizki Abdillah



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| SAMPUL DALAM.....                            | i    |
| HALAMAN PRASYARAT GELAR SARJANA.....         | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                     | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                      | iv   |
| LEMBAR REVISI.....                           | v    |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                          | vii  |
| DAFTAR ISI.....                              | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | x    |
| DAFTAR TABEL.....                            | xi   |
| ABSTRAK.....                                 | xii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                        | xiii |
| BAB I.....                                   | 1    |
| PENDAHULUAN .....                            | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                    | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                   | 8    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                  | 8    |
| BAB II.....                                  | 9    |
| KAJIAN PUSTAKA .....                         | 9    |
| 2.1 penelitian terdahulu .....               | 9    |
| 2.2 Konsep .....                             | 21   |
| 2.3 Landasan teori.....                      | 22   |
| 2.3.1 Ekowisata .....                        | 22   |
| 2.3.2 Konsep 4A.....                         | 22   |
| 2.3.3 Digital marketing .....                | 25   |
| 2.3.4 Instagram.....                         | 27   |
| 2.3.5 Minat.....                             | 49   |
| 2.4 Kerangka berpikir.....                   | 52   |
| BAB III.....                                 | 53   |
| METODE PENELITIAN .....                      | 53   |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....              | 53   |

|  |     |
|--|-----|
| 3.2 Lokasi Penelitian .....                              | 54  |
| 3.3 Ruang Lingkup Penelitian / Batasan Penelitian .....  | 54  |
| 3.4 Jenis Data .....                                     | 54  |
| 3.5 Sumber Data .....                                    | 55  |
| 3.6 Instrumen Penelitian .....                           | 56  |
| 3.6.1 Peneliti .....                                     | 57  |
| 3.6.2 Panduan Wawancara .....                            | 57  |
| 3.6.3 Alat Tulis .....                                   | 58  |
| 3.6.4 Alat Rekam .....                                   | 58  |
| 3.6.5 Dokumen/Literatur .....                            | 58  |
| 3.7 Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....             | 59  |
| 3.7.1 Observasi .....                                    | 59  |
| 3.7.2 Wawancara Mendalam .....                           | 60  |
| 3.7.3 Dokumentasi .....                                  | 60  |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                           | 61  |
| 3.9 Penyajian Hasil Analisis Data .....                  | 62  |
| BAB IV .....   | 64  |
| HASIL DAN PEMBAHASAN .....                               | 64  |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                | 64  |
| 4.1.1. Sejarah Instagram Ekowisata Waduk Tanjungan ..... | 64  |
| 4.1.2. Profil @wwt_waduktanjungan .....                  | 66  |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                               | 68  |
| 4.3 Pembahasan .....                                     | 92  |
| BAB V .....  | 109 |
| KESIMPULAN DAN SARAN .....                               | 109 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                     | 109 |
| 5.2 Saran .....  | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                     | 112 |
| LAMPIRAN .....   | 114 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Global Digital Growth.....                        | 5  |
| Gambar 2. 1 Kerangka berpikir.....                            | 52 |
| Gambar 4. 1 profil Instagram @wwt_waduktanjungan .....        | 67 |
| Gambar 4. 2 Bentuk penggunaan konten Postingan .....          | 72 |
| Gambar 4. 3 Bentuk penggunaan Caption .....                   | 73 |
| Gambar 4. 4 Bentuk penggunaan instastory Instagram.....       | 74 |
| Gambar 4. 5 Bentuk penggunaan Hashtag.....                    | 76 |
| Gambar 4. 6 Bentuk penggunaan Tag .....                       | 77 |
| Gambar 4. 7 Penggunaan Geotag profil @wwt_waduktanjungan..... | 78 |
| Gambar 4. 8 Bentuk penggunaan Follow .....                    | 79 |
| Gambar 4. 9 Bentuk penggunaan Mentions.....                   | 80 |

## **DAFTAR TABEL**

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 2. 1 penelitian terdahulu .....  | 9   |
| Tabel 4. 1 Daftar pengunjung Ekowisata waduk tanjungan Tahun 2020 – 2023 ..... | 107 |

## **ABSTRAK**

### **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI EKOWISATA WADUK TANJUNGAN KEMLAGI MOJOKERTO**

Di era 4.0, digital telah menjadi motor penggerak utama di berbagai bidang, termasuk aktivitas pemasaran. Konsep yang familiar di era ini adalah digital marketing. Salah satunya penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi atau pemasaran dikarenakan Instagram memiliki jangkauan luas seluruh dunia. Dengan adanya Instagram masyarakat mulai mengubah cara promosi mereka dari yang bersifat konvensional menjadi bersifat modern yaitu mempromosikan dengan menggunakan media sosial. Dengan adanya permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan meneliti bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Ekowisata Waduk Tanjung Kemlagi Mojokerto.

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan (baik dari buku, artikel jurnal yang terkait dengan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi), wawancara dan observasi lapang. Data yang diperoleh kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan reduksi data, penyajian data, Tarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram yang dilakukan pengelola waduk tanjungan dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram sebagai media promosi waduk tanjungan dibuktikan dengan adanya beberapa pernyataan dari beberapa follower/pengunjung Instagram ekowisata waduk tanjungan.

**Kata kunci : Ekowisata, Pemanfaatan Instagram, Promosi**

## ***ABSTRACT***

### **USE OF INSTAGRAM AS A MEDIA FOR ECOTOURISM PROMOTION OF TANJUNGAN KEMLAGI RESERVOIR MOJOKERTO**

*In the 4.0 era, digital has become the main driving force in various fields, including marketing activities. A familiar concept in this era is digital marketing. One of them is using Instagram social media as a promotional or marketing medium because Instagram has a wide reach throughout the world. With the existence of Instagram, people are starting to change their promotional methods from conventional to modern, namely promoting using social media. Given these problems, this research aims to examine how Instagram is used as a promotional medium for the Tanjung Kemlagi Mojokerto Reservoir Ecotourism.*

*This research uses a descriptive qualitative method approach with data collection techniques in the form of literature studies (both from books, journal articles related to the use of Instagram as promotional media), interviews and field observations. The data obtained was then analyzed using data reduction, data presentation, drawing conclusions. The results of the research show that the use of Instagram by the Tanjung Reservoir management by using Instagram features as a promotional medium for the Tanjung Reservoir is proven by several statements from several followers/visitors of the Tanjung Reservoir ecotourism Instagram.*

***Keywords: Ecotourism, Use of Instagram, Promotion***