

**STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**HANA NABILAH**  
**(20043010019)**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**

**STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**HANA NABILAH**  
**(20043010019)**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU**  
**MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Disusun Oleh:

Hana Nabilah  
20043010019

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi.

Menyetujui,  
PEMBIMBING



Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A  
NPT. 21119920715323

Mengetahui,  
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si  
NPT. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Oleh:

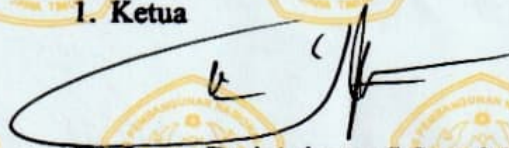
Hana Nabilah  
20043010019

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada tanggal 1 Juli 2024

Pembimbing

Tim Penguji

1. Ketua



Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A  
NPT. 21119920715323

Dr. Irwan Dwi Arianto, S.Sos., M.I.Kom  
NIP. 197602082021211003

2. Sekretaris



Heidy Arviani, S.Sos., MA  
NIP. 198511072018032001

3. Anggota



Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom  
NPT. 21219950321327

Mengetahui,  
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji S.Sos., M.Si  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Nabilah  
NPM : 20043010019  
Fakultas / Program Studi : FISIP / Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Promosi Edu Wisata Lontar Sewu Melalui  
Media Sosial Instagram

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang Menyatakan,



(Hana Nabilah)

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul "**STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.**" Proposal ini merupakan hasil dedikasi penulis sebagai mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Latif Ahmad Fauzan, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.SI., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi, S.Sos. M. Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
5. Orang tua yang selalu mendoakan serta memotivasi penulis untuk senantiasa bersemangat dan tak mengenal kata putus asa. Terima kasih atas segala dukungan yang di berikan, baik secara material maupun spiritual hingga skripsi ini terselesaikan.

6. Rekan-rekan seperjuangan yang selalu memberikan motivasi serta dukungan dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan pengembangan potensi dalam bidang komunikasi.

Surabaya, 01 April 2024

**Penulis,**

Hana Nabilah

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori .....	20
2.2.1 Industri Pariwisata Dalam Pengembangan Desa Wisata .....	20
2.2.2 Analisis SWOT Strategi Promosi Edu Wisata Lontar Sewu .....	22
2.2.3 Strategi Promosi Di Media Sosial.....	24



2.2.4 Instagram Sebagai Media Promosi .....	27
2.2.5 <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	30
2.3 Kerangka Berpikir .....	35
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>37</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Subjek Dan Objek Penelitian .....	38
3.2.1 Subjek Penelitian .....	38
3.2.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4 Teknik Analisis Data .....	41
3.5 Definisi Konseptual.....	43
3.5.1 Strategi Promosi Di Media Sosial .....	43
3.5.2 Instagram Sebagai Media Promosi.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.1 Sejarah Edu Wisata Lontar Sewu.....	45
4.1.2 Letak Geografis Edu Wisata Lontar Sewu .....	47
4.1.3 Profil Akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu.....	48
4.1.4 Visi dan Misi BUMDes Lontar Sewu .....	49
4.1.5 Struktur Organisasi BUMDes Lontar Sewu.....	50
4.1.6 Identitas Informan .....	51
4.2 Hasil dan Pembahasan .....	53
4.2.1 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1.1 Industri Pariwisata Dalam Pengembangan Desa Wisata....	54

4.2.1.2 Analisis SWOT Strategi Promosi Edu Wisata Lontar Sewu .....	55
4.2.1.3 Strategi Promosi di Media Sosial .....	56
4.2.1.4 Instagram Sebagai Media Promosi .....	58
4.2.1.5 <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	64
4.2.2 Pembahasan .....	94
4.2.2.1 Industri Pariwisata Dalam Pengembangan Desa Wisata....	95
4.2.2.2 Analisis SWOT Strategi Promosi Edu Wisata Lontar Sewu .....	96
4.2.2.3 Strategi Promosi Di Media Sosial .....	98
4.2.2.4 Instagram Sebagai Media Promosi .....	100
4.2.2.5 <i>The Sircular Model of SoMe</i> .....	105
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>133</b>
5.1 Kesimpulan.....	133
5.2 Saran .....	134
5.2.1 Saran Praktis.....	134
5.2.2 Saran Teoritis .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>140</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Mapping Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4.1 Analisis SWOT .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu .....	5
Gambar 2.1 <i>The Circular Model of SoMe</i> .....	29
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	35
Gambar 4.1 Peta Lokasi Edu Wisata Lontar Sewu .....	48
Gambar 4.2 Logo Edu Wisata Lontar Sewu .....	48
Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi BUMDes Lontar Sewu.....	50
Gambar 4.4 <i>Highlight</i> @explore_lontarsewu .....	58
Gambar 4.5 Tampilan <i>Feed</i> dan <i>Reels</i> @explore_lontarsewu .....	59
Gambar 4.6 Penggunaan Fitur <i>Hashtag</i> Pada Akun @explore_lontarsewu ...	60
Gambar 4.7 Postingan Foto dan Video Akun @explore_lontarsewu .....	64
Gambar 4.8 Analisis Waktu Posting Akun @explore_lontarsewu Paling Populer .....	69
Gambar 4.9 Tanggapan Komentar Pengikut dan Postingan <i>Feed</i> Akun @explore_lontarsewu .....	73
Gambar 4.10 Penggunaan Fitur Komentar Akun @explore_lontarsewu .....	75
Gambar 4.11 Fitur <i>Insight</i> Akun @explore_lontarsewu.....	78
Gambar 4.12 Pengelolaan Respon Akun @explore_lontarsewu Sebagai Tahap <i>Manage</i> Dalam Kolom Komentar .....	81
Gambar 4.13 Pengelolaan Respon Dengan kalimat Ajakan Pada Akun @explore_lontarsewu .....	84
Gambar 4.14 Penggunaan Kalimat Ajakan Yang Kreatif dan Menarik Pada Konten dan <i>Caption</i> Akun @explore_lontarsewu .....	86

Gambar 4.15 Penggunaan Kata Ajakan Pada Konten Video <i>Reels</i> Akun @explore_lontarsewu .....	88
Gambar 4.16 Website Inflact.com .....	99
Gambar 4.17 Akun @explore_lontarsewu.....	95
Gambar 4.18 Perbandingan <i>Followers</i> Akun @explore_lontarsewu Dengan @wista setigi dan @wagos_gosari .....	98
Gambar 4.19 Fitur <i>Story</i> dan <i>Highlight</i> Akun @explore_lontarsewu .....	99
Gambar 4.20 Penggunaan <i>Hashtag</i> Pada Konten @explore_lontarsewu .....	101
Gambar 4.21 Konten <i>Feed</i> Akun @explore_lontarsewu .....	104
Gambar 4.22 Konten Video <i>Reels</i> Akun @explore_lontarsewu .....	105
Gambar 4.23 Unggahan <i>Story</i> Akun @explore_lontarsewu.....	106
Gambar 4.24 Analisis Akun @explore_lontarsewu Melalui Inflact.com .....	110
Gambar 4.25 Tanggapan Komentar Pengikut dan Postingan <i>Feed</i> .....	113
Gambar 4.26 Tanggapan Komentar Pengikut Sebagai Aktivitas Respon Dari Akun @explore_lontarsewu.....	115
Gambar 4.27 Aktivitas respon dari akun @explore_lontarsewu .....	117
Gambar 4.28 Hasil <i>Insight</i> Akun @explore_lontarsewu .....	119
Gambar 4.29 Pengelolaan Komentar Dalam Konten @explore_lontarsewu.....	121
Gambar 4.30 Penggunaan Kalimat Ajakan Dalam Komentar .....	124
Gambar 4.31 Konten Akun @explore_lontarsewu Dengan <i>Media Partner</i> .....	126
Gambar 4.32 Analisis <i>Engagement</i> Melalui Inflact.com .....	127

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Wawancara.....	140
Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....	142
Lampiran 3 Dokumentasi.....	152
Lampiran 4 Kartu Bimbingan .....	157
Lampiran 5 Riwayat Hidup .....	158

## ABSTRAK

**Hana Nabilah, 20043010019, STRATEGI PROMOSI EDU WISATA LONTAR SEWU MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.**

Penelitian ini menggali strategi promosi yang diimplementasikan oleh Edu Wisata Lontar Sewu melalui media sosial Instagram. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menjelaskan strategi promosi yang telah digunakan oleh akun Instagram Edu Wisata Lontar Sewu. Dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif penelitian ini menguraikan temuan dengan naratif. Penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model of SoMe* oleh Regina Luttrell yang menekankan pada empat elemen utama yakni *Share*, *Optimize*, *Manage*, dan *Engage*. Dalam penulisannya peneliti memperoleh data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memegang peranan kunci dalam strategi promosi pada akun @explore\_lontarsewu dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram dan pembuatan konten yang optimal dapat mendukung peningkatan minat pengikut untuk berkunjung ke Edu Wisata Lontar Sewu.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, Destinasi Wisata, Media Sosial, Instagram, *The Sircular Model of SoMe*.

## **ABSTRACT**

**Hana Nabilah, 20043010019, PROMOTION STRATEGY OF EDU WISATA LONTAR SEWU THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA.**

*This study explores the promotional strategies implemented by Edu Wisata Lontar Sewu through the Instagram platform. The objective of this research is to identify, analyze, and explain the promotional strategies that have been used by the Instagram account Edu Wisata Lontar Sewu. Using a qualitative descriptive methodology, the research presents findings in a narrative format. The study employs Regina Luttrell's The Circular Model of SoMe, which emphasizes four key elements: Share, Optimize, Manage, and Engage. Data was collected through interviews, documentation, and observation. The results of this study show that Instagram plays a crucial role in the promotional strategy of the @explore\_lontarsewu account, where the utilization of Instagram features and the creation of powerful content can increase followers' interest in visiting Edu Wisata Lontar Sewu.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Tourist Destination, Social Media, Instagram, The Circular Model of SoMe.*