

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL WISATA
BATAS KAMPUNG (WBK) DI INSTAGRAM**

@wisatabataskampung

SKRIPSI



OLEH:

MUHAMMAD RIZKY KHOIRUDIN
18043010075

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UPN VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL WISATA BATAS
KAMPUNG (WBK) DI INSTAGRAM @wisatabataskampung)**

Disusun oleh:

Muhammad Rizky Khoirudin
NPM. 18043010075

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Yudiana Indriastuti M. Si
NIP. 197410132021212005

Mengetahui
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratmoaji M. Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL WISATA BATAS
KAMPUNG (WBK) DI INSTAGRAM @wisatabataskampung)**

Oleh:

Muhammad Rizky Khoirudin
NPM. 18043010075

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 9 Juli 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING

Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si
NIP. 197410132021212005

**TIM PENGUJI,
KETUA**

Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si
NIP. 197410132021212005

SEKRETARIS

Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198501082018032001

ANGGOTA

Roziana Febrianita, S.Sos., M.A
NPT. 17219820211048

Mengetahui
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Khoirudin
NPM : 18043010075
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 26 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Muhammad Rizky Khoirudin
NPM. 18043010075

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Wisata Batas Kampung (WBK) di Instagram @wisatabataskampung**" dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dosen pembimbing Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Kepala Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur
3. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Keluarga tercinta, atas doa, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materil yang tiada henti.
5. Teman-teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jawa Timur, yang telah menjadi penyemangat selama masa studi hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh pihak terkait, termasuk pengelola Wisata Batas Kampung, yang

telah memberikan kesempatan dan data yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya 24 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
DLEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
DLEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Kajian Teori Tentang Strategi.....	27
2.2.2 Kajian Teori Tentang Komunikasi Pemasaran Digital.....	28
2.2.3 Kajian Teori Tentang Instagram.....	29

2.2.4	Kajian Teori Tentang Sosial Media Marketing (SOME).....	34
2.3	Kerangka Pemikiran	40
BAB III		41
METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis Dan Pendekatan Penelitian	41
3.1.1	Jenis Penelitian.....	41
3.1.2	Subjek Dan Objek Penelitian.....	41
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.1.4	Teknik Analisis Data.....	45
3.2	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	46
3.2.1	Waktu Penelitian.....	46
3.2.2	Tempat Penelitian.....	46
BAB IV		48
HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Umum Wisata Batas Kampung (Wbk).....	48
4.1.2	Struktur Organisasi Wisata Batas Kampung.....	48
4.1.3	Sejarah Wisata Batas Kampung.....	49
4.1.4	Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi.....	54
4.2	Temuan Penelitian.....	58
4.2.1	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi.....	58
4.2.2	Peran Instagram Sebagai Media Promosi Wisata Batas Kampung..	67
4.2.3	Keunggulan Wisata Batas Kampung Untuk Dipromosikan Melalui Media Instagram.....	70
4.2.4	Kendala Instagram sebagai Media Promosi Wisata Wisata batas kampung.....	71

4.3	Analisis Dan Pembahasan Teori SOME.....	75
4.3.1	Share.....	75
4.3.2	optimize.....	81
4.3.3	Manage.....	88
4.3.4	Engage.....	91
BAB V		95
KESIMPULAN		95
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik Kunjungan Wisatawan di Jawa Timur.....	3
Gambar 1. 2 Profil Akun Instagram Wisata Batas Kampung.....	6
Gambar 1. 3 Pentas Rakyat Wiyung.....	7
Gambar 1. 4 Tagar Instagram Wisata Batas Kampung.....	8
Gambar 1. 5 Postingan Reels Wisata Batas Kampung.....	9
Gambar 1. 6 Postingan Instagram @surabayaterkini.....	10
Gambar 1. 7 Postingan Instagram @aslisuroboyo.....	11

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Data Statistik Kunjungan Wisatawan di Jawa Timur.....	18
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Guild Interview.....	99
---------------------------------	----

ABSTRAK

Muhammad Rizky Khoirudin, 18043010075, **Strategi Komunikasi pemasaran digital Wisata Batas Kampung (Wbk) Di Instagram**, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Tahun 2025.

Seiringnya Waktu, Pengguna Media Instagram Semakin Banyak Dari Berbagai Kalangan Sosial, Misalnya Saja Pengelola Atau Sektor Dalam Dunia Pariwisata Seperti Wisata Batas Kampung (Wbk). Wisata Batas Kampung (Wbk) adalah Tempat yang menawarkan Wisata di Area Surabaya. Wisata Ini Menyajikan wisata Alam asri dan Indah Dengan suasana Pedesaan. Wisata Batas Kampung (Wbk) bisa di jadikan Sebagai Obyek Wisata Masyarakat, Yang mana Terdapat Banyak keiatan seperti Event Internal Maupun event Eksternal. Pemasaran yang dilakukan oleh Wisata Batas Kampung (WBK) melalui Komunikasi pemasaran digital Instagram mempermudah masyarakat dalam mengenal dan mengetahui gambaran dari taman tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pemasaran yang diterapkan melalui platform Instagram serta mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi dalam proses pemasaran menggunakan media sosial tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran serta penjelasan secara mendalam terkait permasalahan yang diteliti. dokumentasi dan wawancara adalah tehknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Hasil penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Wisata Batas Kampung (Wbk) Memanfaatkan Fitur-Fitur Yang Sudah Disediakan Oleh Instagram. Fitur-Fitur Instagram Yang Dapat Mendukung Kegiatan Promosi Wisata Batas Kampung (Wbk) Meliputi Fitur Foto & Video, *Captions*, *Instagram Stories/ Insta Story*, *mentions*, *Hashtag*, Dan *Reels video*. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh Wisata Batas Kampung (WBK) melalui Komunikasi pemasaran digital Instagram dinilai cukup efektif karena mampu menjangkau khalayak yang lebih luas. Hal ini terlihat dari jumlah pengikut yang terus bertambah dan memberikan dampak positif, yaitu masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan Wisata Batas Kampung (WBK) kini menjadi lebih mengenal dan tertarik untuk berkunjung. Kegiatan pemasaran ini akan terus diupayakan guna meningkatkan daya tarik wisatawan untuk datang ke Wisata Batas Kampung (WBK)..

Kata kunci : wisata, pemasaran, Instagram

ABSTRACT

Muhammad Rizky Khoirudin, 18043010075, Social Media Strategy for Village Border Tourism (Wbk) on Instagram, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, 2025.

Over time, the number of Instagram users from various social backgrounds continues to grow, including those involved in fields such as tourism management, for example, Village Border Tourism (WBK). Village Border Tourism (WBK) has become one of the well-known tourist destinations in the Surabaya area due to its offering of beautiful natural scenery with a rural atmosphere. This destination is highly suitable as a community-based tourism site, as it frequently hosts various events, both internal and external. The promotion of Village Border Tourism (WBK) through Instagram has helped broaden public awareness about the nature and characteristics of this tourism site. This research aims to analyze how Instagram is utilized as a promotional tool and to identify the challenges encountered in promoting through this platform.

This study employed a descriptive qualitative approach by presenting detailed explanations and descriptions. The data collection methods applied in this research were interviews and documentation.

The findings of this study reveal that Kampung Border Tourism (WBK) effectively utilizes various features available on Instagram. These features, such as photo and video uploads, captions, Instagram Stories, mentions, hashtags, and Reels, play a significant role in supporting WBK's promotional activities. The marketing efforts of Kampung Border Tourism (WBK) through Instagram have proven to be successful in reaching a wide audience. This success is reflected in the increasing number of followers, which has raised public awareness of Kampung Border Tourism (WBK) and contributed to the growth in visitor numbers. Marketing efforts will continue to attract tourists to Kampung Border Tourism (Wbk).

Keywords: tourism, marketing, Instagram