

**ANALISIS PENERAPAN SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM* DALAM
PENGELOLAAN WISATA KEBUN KOPI KARANGANJAR BLITAR**

SKRIPSI



Oleh :

Anisa Adinda Rahma
NPM. 21045010054

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA
SURABAYA**

2025

**ANALISIS PENERAPAN SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM* DALAM
PENGELOLAAN WISATA KEBUN KOPI KARANGANJAR BLITAR**

SKRIPSI



Oleh :

Anisa Adinda Rahma
NPM. 21045010054

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI PARIWISATA**

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENERAPAN SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM* DALAM
PENGELOLAAN WISATA KEBUN KOPI KARANGANJAR BLITAR**

Disusun Oleh



Anisa Adinda Rahma
NPM. 21045010054

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Praja Firdaus N., M.hub.Int
NI PPPK.198807292024211018

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN REVISI HASIL UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS PENERAPAN SOSIAL MEDIA *INSTAGRAM* DALAM
PENGELOLAAN WISATA KEBUN KOPI KARANGANJAR BLITAR**

Oleh :

ANISA ADINDA RAHMA
NPM. 21045010054

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pembimbing Utama,

Tim Penguji :

1. Ketua

Praja Firdaus N., M.Hub.Int
NI PPPK. 198807292024211018

2. Sekretaris

Praja Firdaus N., M.hub.Int
NI PPPK.198807292024211018

Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si
NI PPPK. 197410132021212005

3. Anggota

Sheidy Yudhiasta, S.Pd., M.Par.
NIP. 198904202022032003

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Adinda Rahma
NPM : 21045010054
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Pariwisata
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah skripsi ini tidak terdapat dari bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga diterbitkan oleh orang / lembaga lain, kecuali yang secara tertulis di sitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah bebas dalam unsur-unsur plagiasi. Apabila kemudian hal ditemukan indikasi plagiat pada skripsi 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 semestinya.

Surabaya, 5 November 2025

Yang membuat pernyataan



ANISA ADINDA RAHMA
NPM. 21045010054

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan media sosial Instagram dalam pengelolaan wisata Kebun Kopi Karanganjar Blitar dengan fokus pada dua aspek utama: (1) efektivitas penggunaan Instagram dalam meningkatkan daya tarik wisata, citra destinasi, dan partisipasi pengunjung, serta (2) faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi digital. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Instagram terbukti efektif dalam membangun citra destinasi heritage dan memperkuat keterlibatan pengunjung. Strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun resmi @de_karanganjar menonjolkan storytelling visual, konsistensi gaya, serta interaksi aktif dengan pengguna melalui fitur Reels, Story, dan kolaborasi dengan komunitas lokal. Faktor pendukung utama meliputi kreativitas tim pengelola, kekuatan potensi visual destinasi, dan dukungan komunitas digital. Namun, efektivitas pengelolaan masih dihambat oleh keterbatasan anggaran promosi, perubahan algoritme Instagram, serta kurangnya pelatihan digital marketing bagi pengelola. Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap kajian pariwisata digital dan destination branding berbasis media sosial, sekaligus rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi dalam merancang strategi promosi yang adaptif dan berkelanjutan. Instagram terbukti berfungsi tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana edukatif dan pemberdayaan masyarakat lokal dalam konteks pariwisata digital yang inklusif.

Kata kunci: Penerapan Media Social Instagram, Pengelolaan Wisata, Branding Destinasi Digital

ABSTRACT

This research aims to analyze the application of the Instagram social media platform in managing the Karanganjar Coffee Garden tourism in Blitar, focusing on two main aspects: (1) the effectiveness of using Instagram in increasing tourist attractiveness, destination image, and visitor participation, and (2) supporting and hindering factors in its management. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and digital documentation. Data was analyzed using the interactive analysis model of Miles and Huberman, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research findings indicate that the use of Instagram is proven effective in building the image of heritage destinations and strengthening visitor engagement. The digital communication strategy implemented by the official @de_karanganjar account emphasizes visual storytelling, consistency of style, and active interaction with users through Reels, Stories, and collaborations with local communities. The main supporting factors include the creativity of the management team, the visual potential of the destination, and the support of the digital community. However, management effectiveness is still hampered by limited promotion budgets, changes in Instagram's algorithm, and a lack of digital marketing training for managers. This research provides a conceptual contribution to the study of digital tourism and social media-based destination branding, as well as practical recommendations for destination managers in designing adaptive and sustainable promotional strategies. Instagram has proven to function not only as a promotional medium but also as a means of educating and empowering local communities within the context of inclusive digital tourism.

Keywords: Application of Instagram Social Media, Tourism Management, Digital Destination Branding

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Penerapan Sosial Media *Instagram* Dalam Pengelolaan Wisata Kebun Kopi Karanganyar Blitar" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Pada saat proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan motivasi. Terutama kepada Bapak Praja Firdaus N., M.Hub.Int, selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan keahlian yang telah dibagikan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih juga kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Ibu Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Pariwisata.
3. Seluruh Dosen Program Studi Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
4. Pengelola Wisata Kebun Kopi Karanganyar Blitar, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih atas waktu, informasi, dan kesempatan yang diberikan.
5. Orang tua penulis, yang memberikan dukungan dan kasih sayang selama masa perkuliahan.

6. Pasangan penulis yaitu Pradigta Yudha Panduwima, yang telah memberikan dukungan dan bantuan secara langsung kepada penulis dalam menyelesaikan keseluruhan skripsi ini.
7. Teman-teman terdekat penulis Mella Maharani, Tsannisa Shalsa, Meidyna Adjeng yang telah memberikan motivasi dan dapat bekerja sama dengan baik dalam membantu menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, doa, dan semangat kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Saya berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik untuk pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi praktisi pariwisata, khususnya dalam pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pariwisata berbasis teknologi digital dan keberlanjutan.

Surabaya, 5 November 2025

Penulis

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Adinda Rahma

NPM : 21045010054

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Pariwisata

Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi/hasil penelitian ini adalah saya sendiri yang membuat, dan semua kutipan yang ada dalam skripsi ini telah saya sebutkan aslinya.

Surabaya, 10 November 2025

Yang membuat pernyataan



Anisa Adinda Rahma

NPM 21045010054

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN REVISI.....	v
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
SURAT PERNYATAAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Fokus Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.4.1 Tujuan Umum	8
1.4.2 Tujuan Khusus	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Teori <i>User Generated Content</i> (UGC)	17
2.2.2 Teori Pengelolaan Destinasi (<i>Destination Management Theory</i>).....	18
2.2.3 Teori Promosi Pariwisata Digital (<i>Digital Tourism Marketing Theory</i>)	19
2.3 Landasan Konseptual	20
2.3.1 Konsep Media Sosial Sebagai Saluran Pemasaran Digital	20
2.3.2 Konsep Pembentukan Citra Destinasi Melalui Konten Visual dan Naratif Digital	21
2.3.3 Konsep Pengelolaan Media Sosial dan (<i>Engagement</i>)	21

2.4 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Batasan Penelitian	25
3.3 Lokasi Penelitian	27
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.4.1 Subjek Penelitian	29
3.4.2 Objek Penelitian.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Observasi	31
3.5.2 Dokumentasi	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Tahap Pertama Reduksi Data.....	32
3.6.2 Tahap Kedua Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	33
3.6.3 Tahap Ketiga Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (<i>Conclusion drawing/Verification</i>).....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1.2 Proses Peneliti Memasuki Lapangan	38
4.1.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Rumusan Masalah	40
4.1.3.1 Efektifitas Penerapan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Partisipasi Pengunjung.....	40
4.1.3.2 Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Media Sosial Instagram.....	43
4.1.4 Temuan Penelitian	47
4.2 Pembahasan	49
4.2.1 Pembahasan Umum	53
4.2.2 Efektifitas Penerapan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi dan Partisipasi Pengunjung	53
4.2.3 Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Media Sosial Instagram	56
4.2.4 Implikasi Penelitian	60

4.2.5 Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Bagi Pengelola Kebun Kopi Kanganjar.....	67
5.2.2 Bagi Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata	68
5.2.3 Bagi Komunitas dan Masyarakat Sekitar.....	68
5.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Profil Kebun Kopi Kanganjar Blitar	36
Gambar 4.2 <i>Engagement Rate</i> Instagram Kebun Kopi Kanganjar Blitar	37
Gambar 4.3 Profil Instagram Kebun Kopi Karanganjar Blitar	38
Gambar 4.4 Maping Kebun Kopi Karanganjar Blitar	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara Penelitian	76
Lampiran II Profil Pengelola	79
Lampiran III Hasil Wawancara.....	80
Lampiran IV Dokumentasi	87

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Efektifitas Instagram dalam Promosi Wisata.....	42
Tabel 4.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Instagram	46