

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL NGEBEL ADVENTURE  
MENGUNAKAN MODEL AISAS**

**SKRIPSI**



**YOGIK BAGUS PRASETYO**

**17240618**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**HALAMAN LOGO**



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL NGEBEL ADVENTURE  
MENGUNAKAN MODEL AISAS**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas - Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat – syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh :

**YOGIK BAGUS PRASETYO**

17240618

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

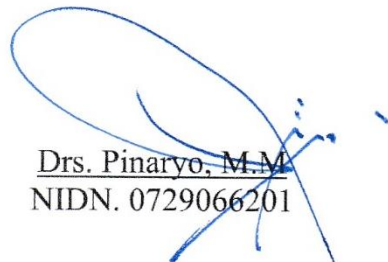
Skripsi oleh Yogik Bagus Prasetyo/17240618

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

Ponorogo, 12 Juli 2022

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Drs. Pinaryo, M.M.  
NIDN. 0729066201



Krisna Megantari, M.A.  
NIDN.0724048604

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Yogik Bagus Prasetyo ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 12 Juli 2022

Pukul : 09.00 – 10.00

### DEWAN PENGUJI

Penguji I



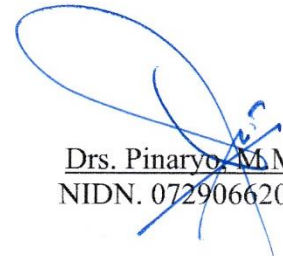
Krisna Megantari, M.A  
NIDN.0724048604

Penguji II



Eli Purwati, M.I.Kom  
NIDN. 0702088201

Penguji III



Drs. Pinaryo, M.M  
NIDN. 0729066201

Mengetahui,

Dekan,

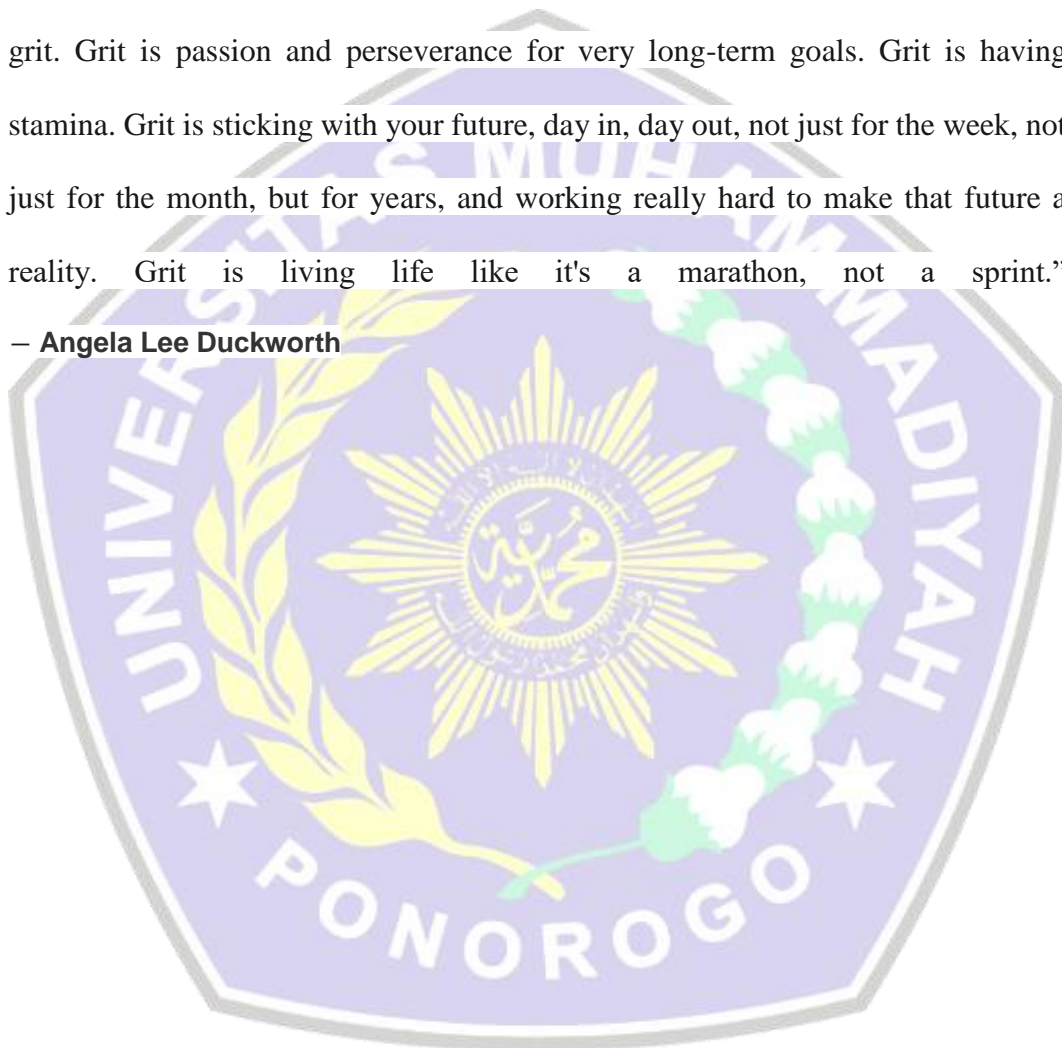


Ayub Dwi Anggoro, M.Si.,Ph.D  
NIK. 1986032520130912

## HALAMAN MOTTO

“One characteristic emerged as a significant predictor of success. And it wasn't social intelligence. It wasn't good looks, physical health, and it wasn't I.Q. It was grit. Grit is passion and perseverance for very long-term goals. Grit is having stamina. Grit is sticking with your future, day in, day out, not just for the week, not just for the month, but for years, and working really hard to make that future a reality. Grit is living life like it's a marathon, not a sprint.”

– **Angela Lee Duckworth**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL NGEBEL ADVENTURE PARK MENGGUNAKAN MODEL AISAS”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Dwi Megantari, M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Drs. Pinaryo, MM selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi saya, yang banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan dengan penuh untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Dan masih banyak pihak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.



Ponorogo, 12 Juli 2022

Penulis



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yogik Bagus Prasetyo

Alamat : Jalan Abimanyu No.8 Pijeran, Siman, Ponorogo, 63471

NIM : 17240618

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

*“Analisis Strategi Promosi Digital Ngebel Adventure Park Menggunakan Model AISAS”*

Adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jaab dan integritas.

Ponorogo, 12 Juli 2022



(Yogik Bagus Prasetyo)

## DAFTAR PUSTAKA

<b>ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL NGEBEL ADVENTURE MENGUNAKAN MODEL AISAS</b> .....	i
<b>HALAMAN LOGO</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	viii
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
1. Manfaat Teoritis .....	5
2. Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Kajian Teori .....	6
1. Promosi.....	6
2. Promosi Digital.....	8
3. Media Sosial .....	10
4. Teori Komunikasi Pemasaran Digital (Model AISAS).....	15
B. Kerangka Pikir .....	20
<b>BAB III</b> .....	22
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	22

A. Metode Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian.....	23
C. Subjek Penelitian.....	23
D. Pengumpulan Data .....	23
1. Sumber Data .....	23
2. Alasan Penentuan Informan .....	25
E. Validitas Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV</b> .....	28
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	28
A. Pengenalan Desa Ngebel.....	28
B. Sejarah Ngebel Adventure Park .....	29
C. Hasil Dan Pembahasan Analisis Promosi Digital .....	30
1. Pemanfaatan Promosi Digital Oleh Pemerintah Desa Ngebel .....	30
2. Tahapan Respon Komunikasi Pemasaran Digital Model AISAS .....	40
<b>BAB V</b> .....	57
<b>PENUTUP</b> .....	57
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
<b>LAMPIRAN</b> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Akun media sosial Instagram Ngebel Adventure Park @ngebeladventurepark .....	33
Gambar 2 : Akun media sosial Facebook Ngebel Adventure Park @ngebeladventurepark .....	34
Gambar 3 : Akun media sosial Youtube dengan nama channel Ngebel Adventure Park .....	35
Gambar 4 : Postingan Instagram Ngebel Adventure Park .....	43
Gambar 5 : Postingan Facebook Ngebel Adventure Park.....	44
Gambar 6 : Postingan video Youtube Ngebel Adventure Park.....	45
Gambar 7 : Liputan Sakti TV di Ngebel Adventure Park.....	46
Gambar 8 : Ajakan untuk berwisata di Ngebel Adventure Park.....	48
Gambar 9 : Respon calon wisatawan dimedia sosial Instagram dan Facebook....	50
Gambar 10 : Ulasan wisatawan yang telah mengunjungi Ngebel Adventure Park di Google Maps Review .....	52
Gambar 11 : Unggahan wisatawan dimedia sosial Instagram, Facebook, dan Youtube.....	55
Lampiran 1 : Wawancara dengan Kepala Desa Ngebel.....	64
Lampiran 2 : Wawancara dengan Bumdes Desa Ngebel .....	64
Lampiran 3 : Surat izin penelitian.....	65
Lampiran 4 : Surat keterangan plagiasi.....	66

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI PROMOSI DIGITAL NGEBEL ADVENTURE PARK MENGGUNAKAN MODEL AISAS**

**Oleh**

**YOGIK BAGUS PRASETYO**

Perkembangan internet serta kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini berpengaruh terhadap semua sektor kehidupan. Termasuk sector pemasaran berupa promosi saat ini juga terdampak oleh kemajuan teknologi tersebut. Banyak perusahaan serta instansi pemerintahan yang mempromosikan produknya melalui media digital agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Dari sektor pariwisata juga tidak mau ketinggalan dengan pesatnya perkembangan internet serta kemajuan teknologi komunikasi dan informasi dengan memanfaatkan media digital sebagai alat untuk mempromosikan objek wisata serta potensi yang dimilikinya. Seperti apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah Desa Ngebel dengan membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) mereka mempromosikan dan mengenalkan objek Ngebel Adventure Park kepada masyarakat di berbagai media digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi penerapan promosi digital yang telah dilakukan oleh Pemerintah Desa Ngebel melalui media digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan pengamatan terhadap media digital yang digunakan oleh Pemerintah Desa Ngebel. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan memperhatikan seluruh data yang telah terkumpul serta menggunakan tahapan respon komunikasi model AISAS untuk mengetahui penerapan promosi digital Ngebel Adventure Park. Dari hasil penelitian, Pemerintah Desa Ngebel melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) sebagai pengelola objek wisata Ngebel Adventure Park paling aktif menggunakan platform media digital Instagram dan Facebook untuk mempromosikan objek wisata Ngebel Adventure Park, untuk media digital Youtube tidak terlalu aktif dikarenakan pembuatan konten promosi terlalu rumit dan membutuhkan waktu yang lama dengan keterbatasan pengelola yang juga memiliki kesibukan dan pekerjaan masing masing diluar mengelola objek wisata maka promosi di media digital Youtube tidak berjalan lagi.

**Kata Kunci : Promosi Digital, Promosi Wisata, AISAS**

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS STRATEGY DIGITAL PROMOTION NGEBEL ADVENTURE PARK USING AISAS MODEL**

**By**

**YOGIK BAGUS PRASETYO**

*The development of the internet as well as advances in communication and information technology currently affect all sectors of life. Including the marketing sector in the form of promotions is currently also affected by these technological advances. Many companies and government agencies promote their products through digital media in order to reach a wider community. The tourism sector also does not want to be left behind with the rapid development of the internet as well as advances in communication and information technology by utilizing digital media as a tool to promote tourism objects and their potential. Like what the Ngebel Government has done by forming a Village Owned Enterprise (BUMDES), they promote and introduce the object of Ngebel Adventure Park to the public in various digital media. This study aims to identify and identify the application of digital promotions that have been carried out by the Ngebel Village Government through digital media. The method used in this research is descriptive research method with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by means of interviews and observations of digital media used by the Ngebel Village Government. The data obtained was then analyzed qualitatively by paying attention to all the data that had been collected and using the AISAS model of communication response stages to determine the application of the Ngebel Adventure Park digital promotion. From the results of the study, the Ngebel Village Government through the Village-Owned Enterprises (BUMDES) as the manager of the Ngebel Adventure Park tourist attraction is the most active using the Instagram and Facebook digital media platforms to promote the Ngebel Adventure Park tourist attraction, for digital media Youtube is not very active due to the creation of promotional content. too complicated and takes a long time with the limitations of managers who also have their respective activities and jobs outside of managing tourist objects, so promotions on Youtube digital media are no longer running.*

**Keywords: Digital Promotion, Tourism Promotion, AISAS**