

**KOMUNIKASI VISUAL *BRANDING* DESTINASI WISATA TELAGA
NGEBEL MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI ANALISIS PESAN
IDENTITAS PADA AKUN TIKTOK @Ariefjambol)**

SKRIPSI



Oleh :

Finanda Putri Brilliant

22241043

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

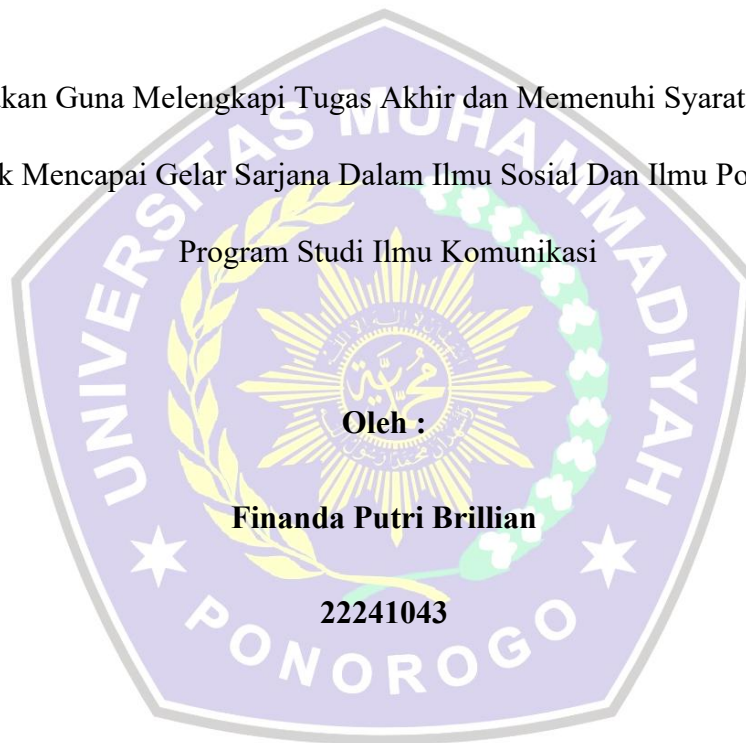
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**KOMUNIKASI VISUAL *BRANDING* DESTINASI WISATA TELAGA
NGEBEL MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI ANALISIS PESAN
IDENTITAS PADA AKUN TIKTOK @Ariefjambol)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik di
Program Studi Ilmu Komunikasi



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Finanda Putri Brilliant / 22241043 ini,

Telah diperiksa dan disetujui.

Ponorogo, 24 April 2026

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom
NIDN. 0702088201

Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.IKom
NIDN. 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Finanda Putri Brillian/22241043 ini,

Telah diperiksa dan disetujui.

Pada hari : Kamis

Tanggal : 7 Mei 2026

Pukul : 11.00 – 11.45

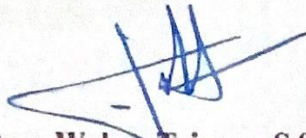
DEWAN PENGUJI

Penguji 1



Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Ph.D
NIDN. 0725038605

Penguji 2



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.Ikom
NIDN. 0707078204

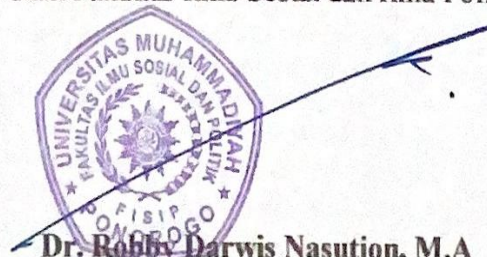
Penguji 3



Dr. Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom
NIDN. 0702088201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Finanda Putri Brilliant

Alamat : Perumahan Bhumi Citra Praja Blok E 22 Ponorogo

NIM : 22241043

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul KOMUNIKASI VISUAL *BRANDING* DESTINASI WISATA TELAGA NGEDEL MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI ANALISIS PESAN IDENTITAS PADA AKUN TIKTOK @Ariefjambol) adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulis.

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

Ponorogo, 24 April 2026

Yang menyatakan



5BD29AOX071954318

Finanda Putri Brilliant

MOTTO

*“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

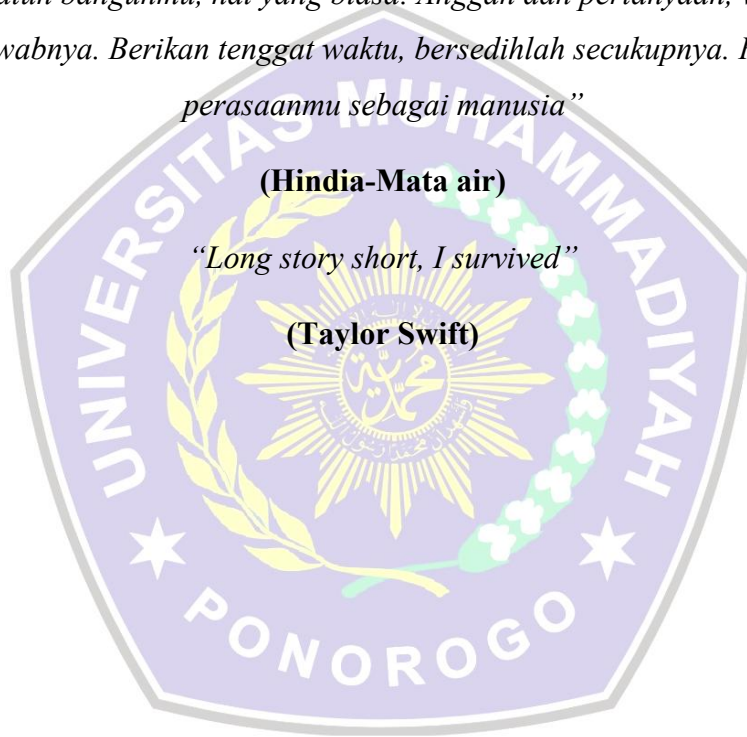
*“Rasakan setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu
tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”*

*“Semua jatuh bangunmu, hal yang biasa. Anggan dan pertanyaan, waktu yang
menjawabnya. Berikan tenggat waktu, bersedihlah secukupnya. Rayakan
perasaanmu sebagai manusia”*

(Hindia-Mata air)

“Long story short, I survived”

(Taylor Swift)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada penulis, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertama saya, ayah. Terima kasih atas segala kasih sayang, kerja keras, dan pengorbanan yang tak pernah berhenti sejak kecil hingga kini. Ayah adalah sosok yang dengan penuh kesabaran membesarkan dan mendidik. Setiap langkahku hingga titik ini adalah hasil dari doa-doa tulusmu, kerja kerasmu, dan cinta tanpa batas yang ayah berikan.
2. Pintu surgaku, ibu. Terima kasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang diberikan meski terkadang kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran hati menghadapi penulis yang keras kepala. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang, bu.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yang berinisial SCA yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah, terima kasih atas dukungan, semangat serta menjadi tempat keluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi

rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilangitkan, dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.

4. Ibu Dr. Eli Purwati, S.Sos., M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bukan hanya membimbing akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ketersediaan Ibu meluangkan waktu ditengah kesibukan, atas kesabaran, perhatian, arahan, serta nasihat yang disampaikan dengan tutur kata menenangkan dan tidak menyakiti, sehingga seluruh proses bimbingan dapat dijalani dengan rasa aman dan nyaman. Terima kasih telah mempermudah proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi, kehadiran dan bimbingan Ibu menjadi lentera Tengah kebingungan dan berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan untuk setiap kebaikan yang ibu berikan.
5. Untuk sahabat-sahabat terbaikku, Puspa, Ratna, Niken, Nana, Saniya, Manda, Eby. Terima kasih atas segala nasihat, arahan serta bantuan dengan tulus tanpa pamrih, baik dalam proses akademik maupun dalam kehidupan pribadi penulis. Di setiap masa sulit, kalian hadir sebagai penguat dan petunjuk arah.

Terima kasih atas kepedulian, kesabaran, dan ketulusan yang selalu kalian berikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kebahagiaan dan keberkehan dalam setiap langkah hidup kalian.

6. Untuk teman-teman seangkatan Terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, pengalaman, serta perjuangan yang telah dilalui bersama selama menempuh pendidikan. Semoga persahabatan dan silaturahmi baik yang telah terjalin tetap terjaga dengan baik di masa mendatang.
7. Terakhir, untuk diri saya sendiri, terima kasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terima kasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terima kasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri! Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari kemarin.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRAC</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Kajian Teori	18
1. <i>Destination Branding</i>	18
1. Proses <i>Destination Branding</i>	19
2. Komunikasi Visual.....	21
3. Platform TikTok	22
4. Konten Digital.....	23
5. Pesan Identitas	24

B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
B. Jenis Penelitian	32
C. Subjek Penelitian	33
D. Data dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Validasi Data	39
H. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum.....	44
B. Hasil Penelitian.....	45
C. Pembahasan Hasil.....	84
BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Media Sosial TikTok @Ariefjambol	3
Gambar 2. Postingan Konten TikTok @Ariefjambol	4
Gambar 3. Komentar disalah satu postingan TikTok @Ariefjambol.....	7
Gambar 4. Profil Akun TikTok @Ariefjambol	44
Gambar 5. Lanskap alam dan aktivitas wisatawan.....	50
Gambar 6. Video konten @Ariefjambol yang fyp	50
Gambar 7. Video yang menunjukkan wisata kuliner di Telaga Ngebel.....	56
Gambar 5. Lanskap alam dan aktivitas wisatawan.....	50
Gambar 6. Video konten @Ariefjambol yang fyp	50
Gambar 7. Video yang menunjukkan wisata kuliner di Telaga Ngebel	56
Gambar 9. Kreator Ariefjambol menampilkan video menghormati budaya lokal dan tradisi setempat	62
Gambar 10. Menunjukkan kreator Ariefjambol menggunakan tone warna alami, pengambilan gambar alam, dan gaya video yang sama di setiap kontennya.	69
Gambar 11. Menunjukkan jumlah likes, komen, share video pada dan live TikTok akun @Ariefjambol	78
Gambar 12. Menunjukkan komentar positif Telaga Ngebel pada akun TikTok @Ariefjambol.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian.....	99
Lampiran 2 Wawancara Bersama Pemilik Akun TikTok @Ariefjambol	100
Lampiran 3 Wawancara Bersama Pelaku Usaha umkm Anis (Warung Pak Krenz).....	100
Lampiran 4 Wawancara Bersama Pelaku Usaha umkm Destya (Dapur Ngebel)	101
Lampiran 5 Wawancara Bersama Wisatawan Telaga Ngebel Ayupramudita	101
Lampiran 6 Wawancara dengan Pengikut Akun TikTok @Ariefjambol dan Wisatawan Telaga Ngebel username @evakris25.....	102
<u>Lampiran 7 Wawancara dengan Pengikut Akun TikTok @Ariefjambol dan Wisatawan Telaga Ngebel username @dewisinta227</u>	<u>103</u>
<u>Lampiran 8 Instrumen Wawancara dengan Pemilik Akun TikTok @Ariefjambol.....</u>	<u>104</u>
<u>Lampiran 9 Instrumen Wawancara dengan Pelaku Usaha.....</u>	<u>105</u>
<u>Lampiran 10 Instrumen Wawancara dengan Wisatawan/pengikut TikTok @Ariefjambol.....</u>	<u>105</u>

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdullilah kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul KOMUNIKASI VISUAL *BRANDING* DESTINASI WISATA TELAGA NGEBEL MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI ANALISIS PESAN IDENTITAS PADA AKUN TIKTOK @Ariefjambol). Skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Starta Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

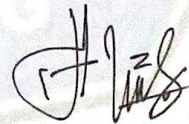
1. Allah SWT, karena dengan karunia dan kehendak-Nya telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, doa serta kebahagiaan di hidup penulis.
3. Bapak Robby Darwis Nasution S.IP., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Oki Cahyo Nugroho S.Sn., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Dr. Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dengan sabar, penuh

5. Ibu Dr. Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dengan sabar, penuh perhatian dan selalu mempermudah jalannya pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu dosen program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
7. Teman-teman baik penulis yang telah mendukung, kebersamaan dan selalu memberikan doa terbaik untuk penulis.

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

Ponorogo, 24 April 2026

Penulis



(Finanda Putri Brillian)

ABSTRAK

KOMUNIKASI VISUAL *BRANDING* DESTINASI WISATA TELAGA NGEBEL MELALUI KONTEN DIGITAL (STUDI ANALISIS PESAN IDENTITAS PADA AKUN TIKTOK @Ariefjambol)

Finanda Putri Brillian

22241043

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah strategi komunikasi pariwisata dari konvensional menuju digital berbasis visual dan algoritma, ditandai dengan fenomena viralnya konten wisata melalui fitur FYP. Dalam konteks ini, Telaga Ngebel menjadi destinasi yang mengalami penguatan persepsi melalui konten kreator. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *destination branding* Telaga Ngebel menggunakan teori *destination branding* Bill Baker (2007) yang meliputi tahapan *assessment and audit, analysis and advantage, alignment, articulate, activation, adoption and attitudes, serta action and afterwards*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai sumber utama *awareness*, sementara keunggulan destinasi terletak pada kealamian, suasana tenang, dan keberagaman pengalaman wisata yang divisualisasikan secara konsisten. Selain itu, terdapat keselarasan antara representasi digital dan kondisi nyata, serta penyampaian pesan yang sederhana, dan berulang. Aktivasi melalui pendekatan pengalaman dan tren digital mampu menambah keterlibatan audiens, membentuk sikap positif, mendorong keputusan berkunjung, serta memberikan konsekuensi nyata terhadap proses kunjungan dan aktivitas ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Destination branding*, TikTok, Gambaran destinasi, Pariwisata digital, Telaga Ngebel.

ABSTRAC

VISUAL COMMUNICATION OF TOURIST DESTINATION BRANDING OF TELAGA NGEBEL THROUGH DIGITAL CONTENT (STUDY OF IDENTITY MESSAGE ANALYSIS ON @Ariefjambol'S TIKTOK ACCOUNT)

Finanda Putri Brillian

22241043

The development of social media, particularly TikTok, has shifted tourism communication strategies from conventional to digital, visual- and algorithm-based, marked by the viral phenomenon of tourism content through the FYP feature. In this context, Telaga Ngebel has become a destination experiencing a strengthening of perception through content creators. This study aims to analyze Telaga Ngebel's destination branding strategy using Bill Baker's (2007) destination branding theory, which includes the stages of assessment and audit, analysis and advantage, alignment, articulate, activation, adoption and attitudes, and action and aftermath. The method used is descriptive qualitative with interview, observation, and documentation techniques. The results show that TikTok acts as a primary source of awareness, while the destination's advantages lie in its naturalness, serene atmosphere, and diverse tourism experiences that are consistently visualized. Furthermore, there is harmony between digital representations and real conditions, as well as simple, and repetitive messaging. Activation through an experiential approach and digital trends can increase audience engagement, shape positive attitudes, encourage visiting decisions, and have a tangible impact on increasing visits and local economic activity.

Keywords: *Destination branding, TikTok, Destination image, Digital tourism, Telaga Ngebel.*