

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DESA
WISATA DI DESA TEBING KABUPATEN BANGKA BARAT**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

MEGI ASWANDI

1923007

**Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Program Studi Jurnalistik Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK
BANGKA BELITUNG**

TAHUN 2024



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

Jalan Raya Petaling KM 13 Kec. Mendo Barat, Kab. Bangka, Prov. Kep. Bangka Belitung 33173
E-mail: humas@iainsusabel.ac.id
Website: www.iainsusabel.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : B.077/FD/PP.00.9/08/2025

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : Megi Aswandi
NIM : 1923007
Program : Strata 1
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam
Program Studi : Jurnalistik Islam
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Desa Wisata di Desa Tebing Kabupaten Bangka Barat

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal Plagiasi sebesar 25% pada Skripsi yang disusunnya sesudah Munaqosyah dengan nilai cek plagiasi 15%.

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Bangka, 14 Agustus 2025
Dekan

Prof. Dr. Rusydi Sulaiman, M.Ag
NIP.196601051997031001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Megi Aswandi

Nim : 1923007

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam

Program Studi : Jurnalistik Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Media Promosi Desa Wisata Berbasis Digital Di Desa Tebing Kabupaten Bangka Barat”. ini adalah asli karya atau penelitian saya sendiri bukan merupakan karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dijadikan acuan kutipan dalam narasi skripsi ini.

Bangka, 25 September 2024

Yang menyatakan



Megi Aswandi

1923007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Jln. Raya Mentok KM 13, Desa Petaling, Kec. Mendobarat, Kab. Bangka, Prov. Babel, 33173

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Saudara Megi Aswandi
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
Di Bangka

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, mencermati, dan melakukan beberapa kali bimbingan serta mengadakan perbaikan seperlunya, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Megi Aswandi

NIM : 1923007

Prodi : Jurnalistik Islam

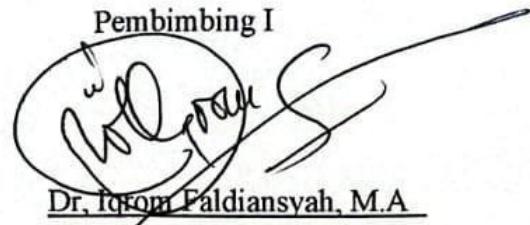
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Desa Wisata Di Desa
Tebing Kabupaten Bangka Barat

Telah layak diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Bangka Belitung untuk memenuhi syarat gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Harapan kami, semoga dalam waktu dekat skripsi ini dapat di Munaqasyahkan.

Demikianlah dan harap maklum, atas segala perhatiannya diucapkan banyak terimakasih. *Wassalamu 'laikum, Wr.Wb.*

Bangka, 28 Agustus 2023

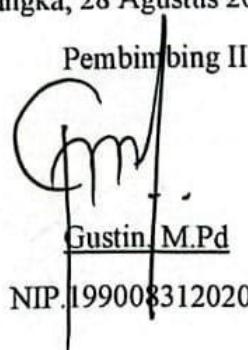
Pembimbing I



Dr. Ir. Romi Faldiansyah, M.A.

NIP.197607202011011003

Pembimbing II



Gustin, M.Pd

NIP.199008312020121015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

Jl. Raya Meniek KM 13, Desa Petahing, Kec. Mendobarat, Kab. Bangka, Prov. Babel, 33173

NOTA DINAS KONSULTAN

Hal Skripsi
Saadara Megi Aswandi
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung
Dr Bangka

Assalamu'alaikum Wr Wb

Setelah membaca, mencermati, dan melakukan beberapa kali bimbingan serta mengadakan perbaikan seperlunya, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi mahasiswa dibawah ini

Nama Megi Aswandi

NIM 1923007

Prodi Jurnalistik Islam

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Desa Wisata Di Desa Tebing Kabupaten Bangka Barat

Telah layak diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Bangka Belitung untuk memenuhi syarat gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Harapan kami, semoga dalam waktu dekat skripsi ini dapat di Munaqasyahkan.

Demikianlah dan harap maklum, atas segala perhatiannya diucapkan banyak terimakasih. *Wassalamu'alaikum, Wr Wb*

Bangka, 02 Oktober 2024

Pembimbing I

Sekar Putri, S.I.Kom., M.A

NIP.199209102019032033

Pembimbing II

Atikah Dewi Utami, M.Si

NIP.199307282020122025



KEMENTERIAN AGAMA RI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

SYAIKH ABDURRAHMAN SIDDIK BANGKA BELITUNG

Jalan Raya Petaling Km. 13 Kec. Mendo Barat, Kab. Bangka, Prov. Kep. Bangka Belitung

E-Mail: humas@iainsasbabel.ac.id

Website: www.iainsasbabel.ac.id

PENGESAHAN

Nomor: B-494/FD/10/2025

Skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Desa Wisata di Desa Tebing Kabupaten Bangka Barat

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Megi Aswandi

N I M : 1923007

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi Islam

Program Studi : Jurnalistik Islam

telah dimunaqosahkan pada hari Selasa tanggal 02 Oktober 2024 dengan nilai B (85,25), dan dinyatakan sah dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.).

DEWAN SIDANG MUNAQOSYAH

Pembimbing I : Dr. H. Grom Faldiansyah, MA NIP. 197607202011011003

Pembimbing II : Gustin, M.Pd. NIP. 199008312020121015

Pengaji I : Sekar Putri, S.I.Kom., M.A NIP. 199209102019032033

Pengaji II : Atikah Dewi Utami, S.KPm., M.Si. NIP. 199307282020122025

Ketua Panitia : Arifah, S.I.Kom., M.A. NIP. 199205042020122020

Bangka, 16 Oktober 2025



Prof. Dr. Rusydi Sulaiman, M.Ag.
NIP. 196601051997031001

MOTTO

“ Siapapun bisa jadi apapun”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrahiim

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya yang telah dilimpahkan kepada saya sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir saya. Tidak lupa pula shalawat serta salam selalu saya curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Dengan ini akan saya persembahkan skripsi ini kepada:

- Teruntuk diri sendiri. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perjuangan, walaupun banyak rintangan yang kau hadapi.
- Sebagai tanda bukti cinta, bakti, dan hormat, ku persembahkan karya sederhana ini untuk kedua orang tua ku tercinta, yaitu Ayahku Musli Dan Ibuku Asun Terimakasih atas kasih, cinta serta pengorbanan dan dukungannya yang telah diberikan, yang tidak akan terbalaskan dengan sesuatu apapun. Saya berharap semoga Allah SWT. Selalu melimpahkan rahmat, ridho serta kasih sayangnya, kepada Ayah dan Ibu.
- Terimakasih kepada bapak Rafles Abdi Kusuma, selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah membimbing saya dan juga kepada bapak Dr. Iqrom Faldiansyah, M.A selaku dosen pembimbing pertama dan bapak Gustin, M.pd selaku dosen pembimbing kedua yang sangat baik dan sabar telah menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang begitu berharga agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih atas bimbingannya, jasa kalian akan selalu saya kenang.

STRATEGI MEDIA PROMOSI DESA WISATA BERBASIS DIGITAL DI DESA TEBING KABUPATEN BANGKA BARAT

Megi aswandi

1923007

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam

Program Studi Jurnalistik Islam

Institut Agama Islam Negeri

Syaikh Abdurrahman Sidik

Bangka Belitung

ABSTRACT

Abstrak dalam Penelitian ini mengkaji strategi promosi wisata Desa Tebing, Kabupaten Bangka Barat melalui pendekatan digital, khususnya media sosial. Analisis ini menggunakan Model Komunikasi Lasswell menunjukkan bahwa promotor wisata melibatkan berbagai elemen masyarakat, dengan pesan utama tentang efektivitas media sosial untuk promosi wisata. Saluran utama yang digunakan adalah Facebook dan Instagram, ditujukan kepada masyarakat lokal, calon wisatawan, dan instansi pemerintah. Tujuan promosi adalah meningkatkan kesadaran, minat, kunjungan wisatawan, dan ekonomi desa. Strategi promosi berfokus pada konten visual yang menampilkan keunikan Desa Tebing. Tantangan utama meliputi keterbatasan sumber daya manusia dan infrastruktur. Hasil penelitian menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan *awareness* dalam aktivitas ekonomi lokal.

Kata Kunci: Strategi, Promosi Wisata, Desa Tebing, Digital, Media Sosial.

▪ Kepada keluarga saya Meli, Fitrianti, Mardiana, Munita, Asinah, Susanto, dan seluruh kerluarga besar, terimakasih banyak atas semangat dan dukungannya, Kepada teman-teman seperjuangan saya terutama untuk Aisyah Fadilah dan Pipin Wirahyuda terimakasih banyak karena telah menjadi teman yang luar biasa baiknya dan selalu memberi saya motivasi untuk bisa menyelesaikan skripsi saya sampai dititik ini ,Iqbal maulana, Miranda Akbar, Muhammad Rizky, Zeffy, Kholil Mahfud, Lohor, Jorgi, Tiara khovivah, Lismita, Esti, dan untuk teman-teman JI A yang tidak bisa saya sebut satu persatu. Terimakasih untuk semuanya telah memberikan dukungan dan support dalam menyelesaikan tugas ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, sang penguasa segala, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan. Demikian pada shalawat serta salam, termasuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW. Beserta paa sahabatnya yang telah membuka jalan keselamaan bagi umat manusia, semoga cahaya yang terpancarkan tidak redup diterpa perkembangan zaman.

Penyusun skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Strategi Media Promosi Desa Wisata Berbasis Digital Di Desa Tebing Kabupaten Bangka Barat”. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Irawan, M.S.I selaku rektor IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.
2. Dr. Rusydi Sulaiman, M.Ag selaku dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam.
3. Sekar Putri, M.A selaku Kaprodi Jurnalistik Islam yang telah memberikan pengarahan dalam menyelesaikan studi selama di IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.
4. Rafles Abdi Kusuma, M.A selaku penasehat akademik yang telah memberikan pengarahan dalam menyelesaikan studi selama di IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.

5. Dr. Iqrom Faldiansyah, M.A selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar, selalu memotivasi dengan segala arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Gustin, M.pd selaku Pembimbing II yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, saran dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung.
8. Rekan-rekan seperjuangan yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian dan penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan masukan dan saran untuk perbaikan di masa yang akan datang. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bangka, 30 september 2024



Megi Aswandi

1923007

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHANii
MOTTO	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xivii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Telaah Pustaka	8
F. Sistematis Penulisan	13
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian teori	14
1. komunikasi Pemasaran	14
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	15
3. Elemen-Elemen Komunikasi Pemasaran	16

4. Pemasaran Digital 19

B. Kerangka Pikir 22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian..... 26

1. Jenis Penelitian..... 26

2. Data dan Sumber 24

3. Lokasi Penelitian 28

4. Subjek dan Objek Penelitian..... 28

5. Teknik Pengumpulan Data 29

6. Teknik Analisis Data 30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.Gambaran Umum Lokasi penelitian32

B. Strategi Promosi Desa Wisata Berbasis Digital Di Desa Tebing Kabupaten
Bangka Barat 33

C. Strategi Media Promosi Digital Bagi Desa Tebing Kabupaten
Bangka Barat..... 37

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan75

B. Saran..... 76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN