

ABSTRAK

Penelitian ini yang berjudul "MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISITA SANTUY *BEACH* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM" (Studi Deskriptif Kualitatif Model Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @santuy_beach). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Model Komunikasi Pemasaran Santuy Beach melalui media sosial Instagram dilihat dari 5 proses AISAS Model yaitu: *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (pencarian), *Action* (Aksi), *Share* (Berbagi).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan deskriptif dengan AISAS Model dari Dentsu. Teknik pengumpulan data penelitian ini melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini melibatkan total 10 informan (Pengelola Santuy Beach, Pemegang Media Sosial Instagram Santuy Beach, dosen Ilmu Komunikasi Fisip Unpas, Wisatawan atau Pengunjung dan *followers* Santuy Beach).

Hasil penelitian yang didapatkan mengenai Model Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Santuy Beach pada media sosial Instagramnya, 1). Model komunikasi pemasaran melalui *attention*, Santuy Beach menggunakan berbagai cara untuk menarik perhatian calon wisatawan, seperti memposting foto dan video di Instagram, termasuk menggunakan fitur yang tersedia seperti *story*, *feeds*, dan *reels*. Dapat disimpulkan bahwa *attention* yang dilakukan oleh Santuy Beach melalui media sosial Instagram berhasil menarik perhatian calon wisatawan. 2). Model komunikasi pemasaran melalui *interest*, Santuy Beach menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan ketertarik calon wisatawan seperti membuat konten yang menarik baik foto maupun video, posting dengan konsisten dan menggunakan bantuan *influencer* untuk mendapatkan ketertarik. Dapat disimpulkan bahwa *interest* yang dilakukan oleh Santuy Beach melalui media sosial Instagram berhasil mendapat ketertarikan calon

wisatawan. 3). Model komunikasi pemasaran melalui *Search*, Santuy Beach berusaha memenuhi kebutuhan informasi melalui media sosial Instagram dengan memberikan informasi seperti harga tiket masuk, jam operasional, alamat lengkap, dan juga menu-menu yang ada di kafe tersebut. 4). Model komunikasi pemasaran melalui *action*, Santuy Beach berusaha memberikan pelayanan yang baik agar wisatawan memiliki pengalaman yang baik dan menyenangkan selama berlibur di Santuy Beach. Keberhasilan dalam tahap *attention*, *interest* dan *share* terlihat dari respons positif dari wisatawan yang sudah berkunjung. 5). Model komunikasi pemasaran melalui *share*, Santuy Beach mendorong wisatawan untuk membagikan pengalamannya melalui media sosial Instagram milik pribadinya dan secara langsung dengan memberikan pelayanan terbaik atau mengadakan *giveaway* di waktu tertentu bagi wisatawan yang membagikan pengalaman mereka di Instagram.

Kata Kunci : Model Komunikasi, AISAS Model, Instagram, Santuy Beach.

ABSTRACT

The study is entitled "SANTUY BEACH MARKETING COMMUNICATION MODELS WITH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM" (Qualitative Descriptive Study of Marketing Communication Models on Instagram account @santuy_beach). The aim of this study is to find out how the Santuy Beach Marketing Communication Model through social media Instagram is seen from the 5 processes AISAS Model namely: Attention, Interest, Search, Action, Share. The research uses qualitative methods of descriptive approach with AISAS Model from Dentsu. The technique of data collection of this research through library studies, observations, interviews, and documentation. The informants in this study involved a total of 10 informants. (administrator Santuy Beach, social media holder Santuy Beach, communications lecturer Fisip Unpas, tourists or visitors and followers Santuy beach).

1). Santuy Beach uses a variety of ways to attract the attention of potential tourists, such as posting photos and videos on Instagram, including using available features such as stories, feeds, and reels. It can be concluded that the attention carried out by Santuy beach through social media Instagram has managed to draw the interest of potential travelers.

2). The model of marketing communication through interests, Santuy Beach uses various ways to get the interests of potential travellers such as creating content that attracts both photos and video, posting consistently and using influencer help to get interests. It could be inferred that the interest carried on by Santuy Beach through the social media instagram has succeeded in gaining interest of the potential traveler.

3). The marketing communication model through Search, Santuy Strand is trying to meet the information needs of social media through Instagram by providing information such as hourly ticket prices, operational, complete addresses, and also the menus that are available in the cafe.

4). The model of marketing communication through action, Santuy Beach strives to

provide good service so that tourists have a good and enjoyable experience during their holidays in Santuy beach. Success in the level of attention, interest and share can be seen from positive feedback from travellers who have already visited. 5). The model of marketing communication through share, Santuy Beach encourages tourists to share their experiences through their own Instagram social media and directly by providing the best service or holding a giveaway at a specific time for tourists who share their experience on Instagram.

Keywords: Communication Model, AISAS Model, Instagram, Santuy Beach.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan "MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA MELLAUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SANTUY BEACH" (Qualitative Descriptive Study of Marketing Communication Models on Instagram Accounts @santuy_beach). Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun manggihan kumaha Modél Komunikasi Pemasaran Pantai Santuy ngaliwatan média sosial Instagram ditingali tina 5 prosés Modél AISAS, nyaéta: Perhatian (perhatian), Minat (bunga), Pilarian (pilarian), Aksi (Aksi), Bagikeun (Bagikeun).

Ieu panalungtikan ngagunakeun métode kualitatif pendekatan deskriptif jeung Modél AISAS ti Dentsu. Téhnik ngumpulkeun data panalungtikan ieu ngaliwatan studi sastra, observasi, wawancara jeung dokuméntasi. Informan dina ieu panalungtikan ngawengku jumlahna aya 10 informan (Pangalola Pantai Santuy, Panyekel Instagram Média Sosial Pantai Santuy, dosén Ilmu Komunikasi Fisip Unpas, Wisatawan atawa Pangunjung sarta pengikut Pantai Santuy).

Hasil panalungtikan anu dicandak ngeunaan Modél Komunikasi Pemasaran anu dilakukeun ku Pantai Santuy dina média sosial Instagram na, 1). Modél komunikasi pamasaran ngaliwatan perhatian, Santuy Beach ngagunakeun sagala rupa cara pikeun narik perhatian wisatawan poténsial, kayaning ngeposkeun poto jeung video dina Instagram, kaasup ngagunakeun fitur sadia kayaning carita, feed, sarta reels. Bisa dicindekkeun yén perhatian anu dilaksanakeun ku Pantai Santuy ngaliwatan média sosial Instagram junun narik perhatian calon wisatawan. 2). Modél komunikasi pamasaran ngaliwatan minat, Santuy Beach ngagunakeun sagala rupa cara pikeun meunangkeun minat wisatawan poténsial kayaning nyieun eusi metot, duanana poto jeung video, posting konsistén tur ngagunakeun bantuan influencers pikeun meunangkeun minat. Bisa dicindekkeun yén minat anu dilakukeun ku Pantai Santuy ngaliwatan média sosial Instagram junun narik minat calon

wisatawan. 3). *Modél komunikasi pamasaran via Search, Santuy Beach nyoba minuhan kabutuhan informasi via média sosial Instagram ku nyadiakeun informasi kayaning harga tikét lawang, jam operasi, alamat lengkep, sarta ogé ménu di cafe.* 4). *Modél komunikasi pamasaran ngaliwatan aksi, Santuy Beach nyoba nyadiakeun layanan alus ambéh wisatawan boga pangalaman alus tur nikmat nalika liburan di Santuy Beach. Kasuksésan dina tahap perhatian, minat jeung babagi bisa ditempo ti respon positif ti wisatawan anu geus dilongok.* 5). *Modél komunikasi pamasaran ngaliwatan babagi, Santuy Beach nyorong wisatawan babagi pangalaman maranéhanana ngaliwatan média sosial Instagram pribadi maranéhanana sarta langsung ku nyadiakeun layanan pangalusna atawa ngayakeun giveaways dina waktu nu tangtu pikeun wisatawan anu babagi pangalaman maranéhanana dina Instagram.*

Kata Kunci : Model Komunikasi, AISAS Model, Instagram, Santuy Beach.