

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA OBJEK WISATA  
ALAM DANAU SHUJI**



**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Terapan (DIV) di  
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh :  
MUHAMMAD RIZKY  
NIM: 061740611919**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2021**

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA OBJEK WISATA  
ALAM DANAU SHUJI**



**SKRIPSI**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan  
Wisata  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

Nama : Muhammad Rizky  
NPM : 061749611919

Menyetujui,

Pembimbing I

**Desloch Djuarini, S.E., M.I.S., Ph.D**  
NIP 195812061996932003

Palerabang, Juli 2021  
Pembimbing II

**Fety Maretha, S.E., M.M.**  
NIP 198203242008012009

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, S.E., M.AB**  
NIP 197602222002121001

Ketua Program Studi Usaha  
Perjalanan Wisata

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si**  
NIP 1986022262015042003

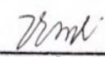
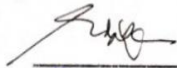

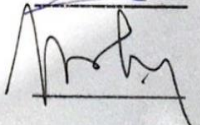
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Rizky  
NPM : 061740611919  
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/ DIV Usaha Perjalanan Wisata  
Mata Kuliah : Pemasaran Pariwisata  
Judul : Analisis Strategi Digital Marketing Pada Objek Wisata  
Alam Danau Shuji

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata  
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Kamis  
Tanggal: 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Deslochal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D</u> Ketua		_____
2.	<u>Munparidi, S.E., M.Si</u> Anggota		_____
3.	<u>Purwati, S.E., M.M</u> Anggota		_____
4.	<u>Dr. Markoni Badri, S.E., M.BA</u> Anggota		_____

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Rizky  
NPM : 061740611919  
Jurusan : Administrasi Bisnis  
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Digital Marketing Pada  
Objek Wisata Alam Danau Shuji

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Juli 2020

Muhammad Rizky

## **MOTTO & PERSEMBAHAN**

“Barangkali Hidup adalah doa yang panjang, dan sunyi adalah minuman keras. Ia merasa tuhan sedang memangdangnya curiga”.

(Sapardi Djoko Damono)

“Biarkan rezim naik kasta atau bahkan jungkir balik sekalian, tapi jangan pernah lupa untuk minum kopi, bincang malam, dan jatuh cinta”.

(M.Arif T.H)

Persembahan ditujukan kepada:

- Kedua Orang Tua yang tanpa henti memberikan doa dan kasih sayang
- Keluarga dan saudaraku yang telah memberikan motivasi dan dukungan
- Dosen Pembimbing I yaitu Ibu Desloehal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D
- Dosen Pembimbing II yaitu Ibu Fetty Maretha S.E., M.M

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur atas karunia Tuhan Yang Maha Esa, Skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Digital Marketing Pada Objek Wisata Alam Danau Shuji** telah diselesaikan, sehingga sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata dapat penulis rampungkan.

Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Terapan pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Negeri Sriwijaya. Skripsi ini terdiri dari lima bab yang mana pada bab pertama berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan. Bab kedua berisikan tentang landasan teori dan penelitian terdahulu. Bab ketiga berisikan tentang metodologi penelitian. Bab empat berisikan hasil dan pembahasan mengenai strategi digital marketing yang digunakan pengelola danau shuji. Bab kelima berisikan tentang kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian Skripsi berkat adanya arahan, bantuan dan dorongan dari banyak pihak, karena itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini. Penulis juga berharap Skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi semua pihak.

Palembang,            Juli 2021

Muhammad Rizky

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Karena penulis dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya. Dalam penyusunan laporan ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, nasehat dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua dan Saudari Tercinta yang selalu memberikan do'a dan dukungan untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajarannya.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajarannya.
4. Ibu Yulia Pebrianti, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
5. Ibu Desloehal Djumrianti, S.E, M.I.S., Ph.D selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bimbingan dan pelajaran yang tak ternilai harganya.
8. Bapak Bob Permana dan Bapak Andi selaku Owner dan Ketua Objek Wisata Danau Shuji.
9. Kakak tercinta Arif Tri Harpan yang senantiasa memberikan masukan dalam penulisan Skripsi ini.
10. Sahabat Team Gap Palembang Pebri, Diki, Bacok, Cikar, Adit yang senantiasa menemani penulis menyelesaikan Skripsi ini.
11. Teman Seperjuangan Vira Wyp.

12. Dan semua pihak yang terlibat dalam membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi Lembaga tempat penulis mengambil data, serta sebagai masukan atau referensi para Civitas Akademika Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Juli 2021

Muhammad Rizky



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Search Engine Optimization yang berhubungan dengan Objek Wisata Danau Shuji, menggali informasi tentang penggunaan konten di media sosial yang digunakan oleh pengelola Danau Shuji dan untuk mengkaji penggunaan Influence. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk menggali data peneliti menggunakan informan adapun informan utama dalam penelitian ini adalah Owner dan Ketua Danau Shuji. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan digital marketing yang dilakukan oleh pengelola danau shuji terdiri dari search engine optimization, content marketing, sosial media marketing dan penggunaan influencer berdampak pada tersebar luasnya informasi mengenai objek wisata ini yang berpotensi mendatangkan atau memotivasi wisatawan potensial untuk berwisata ke objek wisata danau shuji.

**Kata kunci : Objek Wisata, Promosi, Digital Marketing.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to find out Search Engine Optimization related to Shuji Lake Tourism Object, to explore information about the use of content on social media used by Shuji Lake managers and to examine the use of Influence. This study uses a qualitative approach. The main informants in this study were the Owner and Chairman of Shuji Lake. Data was collected by means of interviews, documentation and literature studies. Data analysis was carried out through data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this study conclude that the implementation of digital marketing carried out by the manager of Shuji Lake consists of search engine optimization, content marketing, social media marketing and the use of influencers which have an impact on the spread of information about this tourist attraction that has the potential to bring in or motivate potential tourists to travel to tourist objects Shuji Lake.*

**Keywords: Destination, Promotion, Digital Marketing.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.5.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5.3 Manfaat Akademis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 Pengertian Pariwisata.....	7
2.2 Pengertian Strategi .....	7
2.3 Pemasaran Pariwisata .....	8
2.3.1 Bauran Pemasaran Pariwisata.....	9
2.4 Promosi.....	10
2.4.1 Teknik Promosi.....	11

2.5 Digital Marketing .....	12
2.6 Penelitian terdahulu .....	16
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.2 Lokasi penelitian.....	21
3.3 Sumber Data .....	21
3.3.1 Data Primer .....	21
3.3.2 Data Sekunder.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4.1 Wawancara .....	22
3.4.2 Dokumentasi.....	23
3.4.3 Studi Literatur.....	23
3.5 Teknik Analisis Data .....	24
3.6 Operasional Variabel.....	26
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum .....	27
4.1.1 Tata Cara Berkunjung ke Objek Wisata Danau Shuji.....	29
4.2 Hasil dan Pembahasan .....	32
4.2.1 Penerapan Strategi Digital Marketing Danau Shuji.....	32
4.2.1.1 Search Engine Optimization .....	32
4.2.1.2 Content Marketing.....	40
4.2.1.3 Social Media Marketing .....	46
4.2.1.4 Influencer Marketing .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSATAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengunjung Danau Shuji	4
Gambar 4.1 Tampilan Objek Wisata Danau Shuji	27
Gambar 4.2 Tampilan Figur Patung Jendral Jepang Shuji	29
Gambar 4.3 Harga Tiket Dan Parkir	30
Gambar 4.4 Atraksi Air, Saung Besar, Dan Saung Kecil	31
Gambar 4.5 Tampilan Seo Google	34
Gambar 4.6 Tampilan Hasil Pencarian Google	35
Gambar 4.7 Tampilan Seo Yahoo	35
Gambar 4.8 Tampilan Search Engine Optimization di Yahoo	36
Gambar 4.9 Tampilan Search Engine Optimization di Yandex.com	36
Gambar 4.10 Tampilan Search Engine Optimization di Yandex.com	37
Gambar 4.11 Tampilan SEO di Ask.com	37
Gambar 4.12 Tampilan SEO di Ask.com	38
Gambar 4.13 Tampilan SEO di Duckduck.com	38
Gambar 4.14 Tampilan Pencarian menggunakan SEO Duckduckgo.com	39
Gambar 4.15 Tampilan SEO menggunakan Bing.com	39
Gambar 4.16 Tampilan Pencarian Menggunakan Bing.com	40
Gambar 4.17 Tampilan Konten Marketing melalui Teks Berita	42
Gambar 4.18 Tampilan Konten Marketing melalui Teks Berita Online	43
Gambar 4.19 Tampilan Konten Berupa Foto dan Vidio	43
Gambar 4.20 Tampilan Content Re-post akun @apiaward	44
Gambar 4.21 Tampilan konten Vlog Youtube	44
Gambar 4.22 Tampilan Pamflet dalam rangkat Anniversary Danau Shuji	45
Gambar 4.23 Tampilan Konten Infografis	45
Gambar 4.24 Event dan Giveaway	46
Gambar 4.25 Tampilan Media Sosial Instagram Danau Shuji	48

Gambar 4.26	Tampilan Media Sosial Facebook Danau Shuji	49
Gambar 4.27	Tampilan Twitter Danau Shuji	50
Gambar 4.28	Tampilan Youtube mengenai Danau Shuji	51
Gambar 4.29	Tampilan Akun-akun Youtube mengenai Danau Shuji	52
Gambar 4.30	Tampilan Hashtag Danau Shuji di Instagram	53
Gambar 4.31	Influencer Cek Maria	55

## **DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel	26
Tabel 4.1 Daftar Harga Tiket dan Parkir Objek Wisata Danau Shuji	30
Tabel 4.2 Daftar Biaya Sewa Permainan dan Saung	31
Tabel 4.3 Search Engine Optimization	33
Tabel 4.4 Content Danau Shuji di Beberapa Media	42