

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI TAMAN PINUS  
CAMPERVAN PARK BATU SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS  
(Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Oleh:**

Annisa Wandari  
202010040311423

**Dosen Pembimbing :**

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
TAHUN 2025**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Annisa Wandari  
202010040311423

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 22 Januari 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Moch Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom (  )
2. Nurudin, M.Si (  )
3. Arum Martikasari, M.Med.Kom (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Na  Rjal, S.IP., M.Hub.Int.

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI TAMAN PINUS CAMPERVAN PARK BATU SEBAGAI UPAYA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

(Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)

Diajukan Oleh :

Annisa Wandari  
202010040311423

Telah disetujui  
Rabu / 22 Januari 2025

Pembimbing I



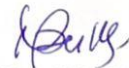
Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Farur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/I/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

|                    |   |
|--------------------|---|
| Nama               | : Annisa Wandari  |
| No Induk Mahasiswa | : 202010040311423   |
| Program Studi      | : Ilmu Komunikasi   |
| Judul Skripsi      | : Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Taman Pinus Campervan Park Batu Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan) |

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap **Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 14 Januari 2025

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



#### Kampus I

Jl. Bendaung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 351 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

#### Kampus II

Jl. Bendaung Sutan No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 149 (Hunting)  
F. +62 341 580 050

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogowas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 404 310 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



\*) Coret yang tidak perlu

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Annisa Wandari  
NIM : 202010040311423  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 14 Januari 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Selatan No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 404 319 (Hunting)  
F. +62 341 403 435  
E. esistemaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Annisa Wandari  
NIM : 202010040311423  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Taman Pinus Campervan Park Batu Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)

Disetujui,  
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bawangsari 1 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 351 253 (Hunting)  
F. +62 341 360 435

Kampus II  
Jl. Bawangsari Selatan No. 158 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 351 143 (Hunting)  
F. +62 341 362 080

Kampus III  
Jl. Raya Tirokromo No. 265 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 403 218 (Hunting)  
F. +62 341 403 433  
E. walidmatten@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Annisa Wandari  
NIM : 202010040311423  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

**Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Taman Pinus Campervan Park Batu Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Januari 2025.

Yang Menyatakan,

  
METER STempel  
MASCANIX362296084  
Annisa Wandari



Kampus I  
Jl. Baniwang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 851 253 (Hunting)  
F. +62 341 850 435

Kampus II  
Jl. Bendulungur Sutam No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 129 (Hunting)  
F. +62 341 587 080

Kampus III  
Jl. Raya Tigapuluh No 748 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 854 318 (Hunting)  
F. +62 341 850 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/ ~~TESIS/ DISERTASI~~ DENGAN JUDUL:\*)

**Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Taman Pinus Campervan Park Batu Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)**

Oleh:

Nama : Annisa Wandari

NIM : 202010040311423

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 14 Januari 2025

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M.Med.Kom

NIP.151224031987



**Kampus I**

Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 501 253 (Pusat)  
F. +62 341 400 438

**Kampus II**

Jl. Bendungan Sistem No 198 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 501 149 (Kampus)  
F. +62 341 502 000

**Kampus III**

Jl. Raya Tlogomas No 346 Malang, Jawa Timur  
T. +62 341 400 418 (Kampus)  
F. +62 341 400 435  
E. webmaster@umm.ac.id



# TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : ANNISA WANDARI

NIM : 202010040311423

Hasil Plagiasi :  $\frac{19}{1}$

|         |    |  |  |  |
|---------|----|--|--|--|
| BAB I   | 14 |  |  |  |
| BAB II  | 7  |  |  |  |
| BAB III | 19 |  |  |  |

$\frac{15}{1}$

|        |    |  |  |  |
|--------|----|--|--|--|
| BAB IV | 5  |  |  |  |
| BAB V  | 1  |  |  |  |
| BAB VI | 10 |  |  |  |

Malang, 17 JANUARI 2025



Admin Plagiasi Prodi,  
PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki







## ABSTRAK

### ABSTRAK

**Annisa Wandari, NIM 202010040311423, Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Di Taman Pinus Campervan Park Batu Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan)**

Di era informasi dan teknologi seperti saat ini, tren pemasaran terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan hadirnya internet. Media dan platform sosial telah menjadi sarana yang sangat efektif dalam memasarkan produk dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Salah satu aspek pemasaran digital adalah penempatan produk, di mana produk atau merek tertentu dimasukkan ke dalam konten yang sudah ada. Hal ini memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk mempromosikan produknya dengan cara yang tidak begitu mengganggu kegiatan audiensnya. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dijalankan oleh taman pinus campervan park batu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi.

Penelitian ini menggunakan model SOSTAC untuk menganalisis perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital. Dari hasil penelitian yang telah didapatkan, strategi komunikasi pemasaran digital di Taman Pinus Campervan Batu menerapkan strategi customer relationship dengan menjadikan WhatsApp sebagai platform komunikasi utama untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran digital, Brand Awareness, SOSTAC

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Malang, 14 Januari 2025

Peneliti



Annisa Wandari

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, rasa syukur saya panjatkan kehadirat Illahi Rabbi Allah Subhanahu Wata'ala. yang telah melimpahkan segala pertolongan, rahmat, dan Hidayah-Nya serta salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia yang telah memberikan berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan baik yang berjudul "Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital DiTaman Pinus Campervan Park Batu (Studi Pada Pengelola Akun Sosial Media Taman Pinus Campervan). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyelesaian ini, peneliti telah menerima banyak sekali dukungan, bantuan, serta doa-doa dari banyak pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Peneliti mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada Allah Azza Wa Jalla yang dengan segala Kuasa dan Rahmat-Nya memberikan peneliti kekuatan serta kemudahan dalam setiap langkah pengerjaan penelitian ini.
2. Kepada kedua orang tua saya, terutama papah dan mamah yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
6. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing sekaligus dosen wali kelas G 2020 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran

dalam membimbing dan mengarahkan serta memberikan semangat motivasi selama penyusunan skripsi dengan tulus dan penuh kesabaran.

7. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa studi.
8. Untuk Ocsta Febiningtias yang selama ini selalu support dalam perkuliahan dan pembuatan naskah skripsi saya
9. Untuk Risnani yang selalu mau mendengarkan keluh kesah saya dari baru memasuki perkuliahan hingga saya bisa selesaikan perkuliahan ini
10. Untuk Herlina Putri yang sudah membantu saya hingga sampai di kampus ini dan mengenalkan hal-hal baru
11. Untuk Rona Jauza yang menemani saya selama perkuliahan
12. Untuk teman-teman praktikum Minions, Hobbit, dan Sancaka yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas-tugas praktikum hingga akhir
13. Untuk teman-teman di asrama UMM yang sudah banyak membantu saya dalam perkuliahan selama 2,5 tahun saya di asrama
14. Untuk teman-teman kost saya yang juga telah menemani saya dan selalu support terhadap banyak hal yang saya lakukan di kampus ini
15. Teman-teman sebangku perkuliahan Ilmu Komunikasi 2020, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis.
16. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi dan terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, seorang penulis dari penelitian ini yaitu saya sendiri Annisa Wandari yang akrab dengan panggilan awe. Seorang anak tunggal yang telah hadir di dunia dan sudah bertahan hingga sejauh ini dengan berbagai rintangan alam semesta yang sudah berhasil dilewati. Terimakasih sudah sampai di titik ini, kamu hebat atas pencapaian yang telah diraih dalam hidupmu, saya tahu ini sangat sulit untuk dirimu lewati namun kamu selalu berusaha untuk merayakan atas prestasi kecilmu itu. Selalu ikhlas, sabar dan bersyukur atas segala hal yang telah dilewati dan selalu mau berusaha untuk diri sendiri, serta tidak lelah mencoba hal-hal positif yang tidak pernah dilakukan sebelumnya. Saya percaya apapun yang sudah terjadi pada kamu itu adalah yang paling terbaik yang diberikan oleh Allah. Dan percaya, didepan sana banyak hal indah yang sedang menanti kehadiran kamu. Berbahagialah selalu dimanapun

kamu berada dan tetap menjadi awe yang selalu bisa membuat banyak orang tertawa. Semoga langkah kebaikan selalu berada padamu dan semoga Allah selalu meridhoi setiap perbuatanmu dan selalu dalam lindungan-Nya. Aamiin masyaallah aamiin...

Besar harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu peneliti sangat menerima kritik dan saran dari berbagai pihak. Wassalamualaikum Wr.Wb.



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....                                      | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....                                      | ii   |
| SURAT KETERANGAN .....   | iii  |
| SURAT KETERANGAN .....   | iv   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....                                      | v    |
| SURAT PERNYATAAN .....   | vi   |
| LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....                             | vii  |
| TANDA TERIMA PLAGIASI.....   | viii |
| BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....                                  | ix   |
| BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....                                     | x    |
| ABSTRAK.....   | xi   |
| KATA PENGANTAR .....   | xii  |
| DAFTAR ISI .....   | xv   |
| BAB I.....   | 1    |
| PENDAHULUAN.....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1    |
| Gambar 1.1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023 ..... | 3    |
| Gambar 1.2 Data Pengguna Aktif Tiktok di Indonesia Tahun 2023 .....  | 4    |
| Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram di Dunia Tahun 2023 .....         | 5    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....  | 6    |
| 1.3 Tujuan .....   | 6    |
| 1.4 Manfaat .....  | 6    |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....   | 6    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....   | 6    |
| BAB II.....  | 7    |
| KAJIAN PUSTAKA .....   | 7    |
| 2.1 Komunikasi pemasaran.....  | 7    |
| 2.2 Strategi komunikasi pemasaran digital .....                      | 8    |
| 2.3 Digital Marketing .....  | 9    |
| 2.3.1 Instagram.....   | 10   |
| 2.3.2 Tiktok .....   | 10   |



|   |           |
|---|-----------|
| 2.4 Brand Awareness.....  | 11        |
| Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness .....   | 12        |
| 2.5 Bauran promosi .....  | 13        |
| 2.6 Model SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control)<br>.....                 | 14        |
| 2.6.1 Situation .....   | 14        |
| 2.6.2 Objective .....   | 15        |
| 2.6.3 Strategy .....  | 15        |
| 2.6.4 Tactics .....   | 15        |
| 2.6.5 Action.....   | 16        |
| 2.6.6 Control .....   | 16        |
| 2.7 Kerangka Berpikir.....  | 17        |
| Tabel 2.1 Kerangka Berpikir.....  | 17        |
| 2.8 Penelitian Terdahulu .....  | 17        |
| <b>BAB III .....</b>  | <b>20</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>20</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....   | 20        |
| 3.2 Pendekatan Penelitian .....   | 21        |
| 3.3 Tipe Penelitian.....  | 22        |
| 3.4 Tempat dan Waktu Penelitian .....   | 22        |
| 3.5 Subjek Penelitian.....  | 22        |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data .....   | 23        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....   | 24        |
| 3.8 Uji Keabsahan Data.....   | 26        |
| <b>BAB IV .....</b>   | <b>27</b> |
| <b>GAMBARAN UMUM .....</b>  | <b>27</b> |
| 4.1 Profil Taman Pinus Campervan Park Batu.....   | 27        |
| 4.2 Fasilitas Umum Taman Pinus Campervan Park Batu .....  | 28        |
| Gambar 4.1 Poster Fasilitas Umum Taman Pinus Campervan Park .....                                     | 29        |
| 4.3 Harga Masuk, Harga Paket, dan Harga Peralatan Camping di Taman<br>Pinus Campervan Park Batu ..... | 29        |
| Gambar 4.2 Poster Harga Campsite.....   | 30        |
| Gambar 4.3 Poster Harga Tenda Beserta Fasilitas Tenda .....   | 30        |
| Gambar 4.4 Poster Harga Peralatan Camping .....   | 31        |

|   |           |
|---|-----------|
| Gambar 4.5 Poster Harga Paket Outbound .....  | 31        |
| Gambar 4.6 Poster Harga Paket Tenda Campervan .....                                       | 32        |
| Gambar 4.7 Poster Harga Paket Camping Anti Ribet .....                                    | 32        |
| Gambar 4.8 Poster Harga Paket Camping Anti Ribet Sultan.....                              | 33        |
| Gambar 4.9 Poster Harga Paket Camping Anti Ribet Sultan Plus .....                        | 33        |
| 4.4 Struktur Organisasi Taman Pinus Campervan Park Batu .....                             | 34        |
| Tabel 4.1 Struktur Manajemen Taman Pinus Campervan Park Batu .....                        | 34        |
| 4.5 Profil Informan .....   | 34        |
| 4.6 Gambaran Aktivitas Platform Digital Taman Pinus Campervan Park Batu                   | 35        |
| 4.6.1 Instagram.....  | 36        |
| Gambar 4.10 Platfrom Instagram Taman Pinus Campervan Park Batu .....                      | 36        |
| 4.6.2 Tiktok .....  | 37        |
| Gambar 4.11 Platform Tiktok Taman Pinus Campervan Park Batu .....                         | 37        |
| <b>BAB V.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN.....</b>  | <b>39</b> |
| <b>PEMBAHASAN .....</b>   | <b>39</b> |
| 5.1 Sajian Data.....  | 39        |
| 5.2 Strategi Komunikasi Pemasaran SOSTAC.....   | 39        |
| 5.2.1 Situation Analysis (Analisis Situasi).....  | 39        |
| Gambar 5.1 Suasana camping di Taman Pinus.....  | 40        |
| Gambar 5.2 Salah satu konten dengan video yang sama namun dengan konsep yang berbeda..... | 44        |
| Gambar 5.3 Salah satu konten dengan video yang sama namun dengan konsep yang berbeda..... | 44        |
| Gambar 5.4 Salah satu konten yang di upload setiap hari di instagram.....                 | 46        |
| Gambar 5.5 Salah satu konten yang di upload setiap hari di instagram.....                 | 46        |
| 5.2.2 Objective (Objektif) .....  | 50        |
| Gambar 5.6 Salah satu konten yang menjawab pertanyaan pengikut di Tiktok.....             | 50        |
| Gambar 5.7 Salah satu promo diskon camping di taman pinus .....                           | 51        |
| Gambar 5.8 Salah satu paketan harga bundling di taman pinus .....                         | 53        |
| 5.2.3 Strategy (Strategi).....  | 53        |
| Gambar 5.9 Salah satu foto keluarga di Taman Pinus.....                                   | 53        |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 5.10 Salah satu influencer yang pernah barter promosi di Taman Pinus Tiktok : @mamnunnn .....                          | 54 |
| Gambar 5.11 Alkaline bekerja sama sebagai sponsor dengan Taman Pinus .....  | 55 |
| 5.2.4 Tactics (Taktik) .....  | 56 |
| Gambar 5.12 Salah satu influencer yang pernah barter promosi di taman pinus.....  | 57 |
| Gambar 5.13 Harga paket camping di batu campsite .....  | 59 |
| Gambar 5.14 Harga paket camping di taman pinus campervan .....  | 60 |
| Gambar 5.15 Produk yang jual taman pinus dari camping lengkap hingga paket outbound serta acara sekolah dan pemerintahan..... | 61 |
| Gambar 5.16 Promo diskon yang dilakukan Taman Pinus di platform Tiktok.....   | 61 |
| 5.2.5 Action (Aksi) .....   | 62 |
| Gambar 5.17 Konten terbaru yang di upload di instagram .....  | 62 |
| Gambar 5.18 konten terbaru yang diupload di Tiktok.....   | 62 |
| Gambar 5.19 salah satu konten yang di upload bersamaan di kedua platform .....  | 63 |
| Gambar 5.20 salah satu konten yang di upload bersamaan di kedua platform .....  | 63 |
| Gambar 5.21 salah satu konten yang di upload bersamaan di kedua platform .....  | 64 |
| 5.2.6 Control (Kontrol).....  | 64 |
| 5.3 Pembahasan .....  | 67 |
| 5.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital SOSTAC .....  | 67 |
| 5.4.1 Situation Analysis (Analisis Situasi).....  | 67 |
| Tabel 5.1 SWOT Taman Pinus Campervan Park Batu .....  | 68 |
| Tabel 5.2 SWOT Instagram dan Tiktok .....   | 70 |
| 5.4.2 Objective (Objektif) .....  | 71 |
| Tabel 5.3 5S.....   | 72 |
| 5.4.3 Strategy (Strategi).....  | 73 |
| 5.4.4 Tactics (Taktik) .....  | 74 |
| Tabel 5.4 4P.....   | 75 |
| 5.4.5 Action (Aksi) .....   | 76 |
| 5.4.6 Control (Kontrol).....  | 76 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| BAB VI .....               | 78 |
| KESIMPULAN DAN SARAN ..... | 78 |
| 6.1 Kesimpulan.....        | 78 |
| 6.2 Saran.....             | 78 |
| 6.2.1 Saran Akademis.....  | 78 |
| 6.2.2 Saran Praktis .....  | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA .....       | 80 |
| LAMPIRAN .....             | 86 |

