

**ANALISIS BRANDING KAMPUNG WISATA BATIK
KAUMAN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@EXPLOREKAMPUNGBATIKKAUMAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**EL ROY VALENTINO SANTOSO
20.M1.0031**

Dosen Pembimbing:

**B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.
Adrianus Bintang H.N, S.E.,M.A.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

LAPORAN SKRIPSI

ANALISIS BRANDING KAMPUNG WISATA BATIK KAUMAN PADA AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @EXPLOREKAMPUNGBATIKKAUMAN

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

EL ROY VALENTINO SANTOSO

20.M1.0031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Kampung Wisata Batik Kauman adalah tempat pelestarian batik yang terletak di Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah. Kampung Wisata Batik Kauman aktif melakukan destinasi *branding* melalui media sosial instagram. Kampung ini memiliki nama akun instagram @explorekampungbatikkauman, serta memiliki lebih dari 7,000 pengikut di instagramnya. Penelitian ini membahas bagaimana analisis *branding* Kampung Wisata Batik Kauman pada akun media sosial instagram @explorekampungbatikkauman. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan tiga narasumber yaitu Ketua Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman, admin instagram @explorekampungbatikkauman, dan pengikut instagram @explorekampungbatikkauman. Berdasarkan hasil penelitian, Kampung Wisata Batik Kauman sudah melakukan destinasi *branding* di media sosial instagramnya, mempunyai logo, mengunggah gambar atau video tentang kampung tersebut di instagram, dan instagram dari @explorekampungbatikkauman sudah menggambarkan Kampung Kauman. Destinasi *branding* yang dilakukan oleh Kampung Kauman dapat ditangkap dengan baik oleh pengikut instagramnya, dapat dibuktikan bahwa 9 dari 10 mengatakan dapat menangkap destinasi *branding* yang dilakukan. Dapat disimpulkan bahwa destinasi *branding* bisa dilakukan melalui media sosial dan itu berhasil.

Kata kunci: Kampung Wisata Batik Kauman, *branding*, Destinasi *branding*, media sosial instagram.

ABSTRACT

Kauman Batik Tourism Village is a batik preservation place located in Kauman Village, Pasar Kliwon District, Surakarta City, Central Java Province. Kauman Batik Tourism Village is very active in branding through Instagram. Their Instagram account is @explorekampungbatikkauman, and has more than 7,000 followers on Instagram. Therefore, the problem formulation in this research is how to analyze the branding of Batik Kauman Tourism Village on the Instagram social media account @explorekampungbatikkauman. The research method used is descriptive qualitative using data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation studies. Data collection through interviews was carried out with three sources, namely the Chair of the Batik Kauman Tourism Village Association, the Instagram admin of @explorekampungbatikkauman, and Instagram followers of @explorekampungbatikkauman. Data analysis is also carried out through data reduction, data presentation and data verification. Based on the research results, Batik Kauman Tourism Village has carried out destination branding on its Instagram social media, having a logo, uploaded pictures or videos about the village on Instagram, and Instagram from @explorekampungbatikkauman has reflected Kauman Village. It can be concluded that destination branding can be done through social media and successful.

Keyword: Kauman Batik Tourism Village, *branding*, *branding destination*, *social media Instagram*