

## ABSTRAK

---

Hutan Pinus Limpakuwus adalah salah satu objek wisata alam di Banyumas Timur yang dikelola oleh Pokja (kelompok pekerja) dari LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) yang juga sebagai mitra binaan KPH (Kesatuan Pengelolaan Hutan) unit manajemen Perhutani. Kawasan wisata Hutan Pinus Limpakuwus atau yang kemudian disebut sebagai HPL menjadi tren kunjungan wisata di Banyumas yang dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun luar daerah sejak tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan serta menganalisis kegiatan komunikasi pemasaran yang dilaksanakan pengelola HPL, khususnya melalui media sosial *instagram*. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran, komunikasi pemasaran pariwisata, serta komunikasi pemasaran digital. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa HPL memiliki tiga kegiatan komunikasi pemasaran, yaitu *event*, periklanan, serta media sosial *instgaram*. Dari ketiga instrumen komunikasi pemasaran Hutan Pinus Limpakuwus, *instagram* adalah instrumen yang paling tertata pengelolaannya dalam tahap perencanaan dan pelaksanaan, akan tetapi masih kurang memaksimalkan tahap evaluasi. Pengelolaan *instagram* Hutan Pinus Limpakuwus berhasil dilakukan sebagai media pendekatan kepada masyarakat serta media untuk membujuk masyarakat berkunjung ke HPL.

*Kata kunci : komunikasi pemasaran, pariwisata, instagram*

## ABSTRACT

---

The Limpakuwus Pine Forest is one of the natural attractions in East Banyumas which is managed by the Pokja (workers group) from the LMDH (Forest Village Community Institution) which is also a foster partner of the KPH (Forest Management Unit) Perhutani management unit. The Limpakuwus Pine Forest tourist area has become a trend of tourist visits in Banyumas visited by local and foreign tourists since 2018. The purpose of this study is to describe and analyze marketing communication activities carried out by The Limpakuwus Pine Forest crews, especially through social media, Instagram, named @hutanpinuslimpakuwuss. This study uses the concepts of marketing communications, tourism marketing communications, and digital marketing communications. This research was conducted using a qualitative approach and case study methods. The results of this study indicate that The Limpakuwus Pine Forest has three marketing communication activities, those are events, advertising, and social media, Instagram. Of the three marketing communication instruments for the Limpakuwus Pine Forest, Instagram is the most well-managed instrument in the planning and implementation stages, but still does not maximize the evaluation stage. The management of the Limpakuwus Pine Forest's Instagram account was successfully carried out as a medium of approach to the societies and medium to persuade people to visit The Limpakuwus Pine Forest.

*Keyword : marketing communication, tourism, instagram*