

ABSTRAK

Promosi destinasi wisata Pulau Banyak masih bergantung pada akun media sosial orang lain. Seperti pengunjung, pihak cafe dan lain-lain. Kurang updatenya akun media sosial Dinas Pariwisata Aceh Singkil. Rumusan masalah pada penelitian ini Bagaimana strategi pengembangan digital marketing sebagai promosi pariwisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Apa saja hambatan pengembangan digital marketing sebagai promosi pariwisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil?. Fokus penelitian yaitu, Strategi pengembangan digital marketing sebagai promosi pariwisata serta hambatan pengembangan digital marketing sebagai promosi pariwisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Penelitian ini terdiri dari 5 informan. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dan pembahasan yang telah di kaji oleh peneliti maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Dengan adanya penyediaan akun media sosial yang di sediakan oleh Dinas Pariwisata dapat memudahkan calon pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata di Pulau Banyak Kabupaten Aceh Singkil. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Strategi pengembangan digital marketing yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Aceh Singkil bekerjasama dengan duta pariwisata dalam mempromosikan wisata Pulau Banyak. Akun media sosial yang disediakan oleh pihak Dinas Pariwisata seperti website, facebook, instagram dan youtube masih belum aktif dan terdapat jeda dalam pengunggahan gambar atau video konten pada akun media sosial Dinas Pariwisata. Hambatan yang terjadi pada strategi pengembangan digital marketing yaitu keterampilan dan pengetahuan, anggaran, dan konten.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Digital Marketing, Pariwisata, Promosi

ABSTRACT

Promotion of the Pulau Banyak tourist destination still depends on other people's social media accounts. Such as visitors, cafe parties and others. Lack of updates on the Aceh Singkil Tourism Department's social media accounts. The formulation of the problem in this research is the strategy for developing digital marketing as tourism promotion on Pulau Banyak, Aceh Singkil Regency. What are the obstacles to developing digital marketing as a tourism promotion on Pulau Banyak, Aceh Singkil Regency? The focus of the research is, strategies for developing digital marketing as a tourism promotion and obstacles to developing digital marketing as a tourism promotion on Pulau Banyak, Aceh Singkil Regency. This research uses qualitative research methods through a descriptive approach. This research consisted of 5 informants. The data analysis technique used in this research uses data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of the research and discussion that have been reviewed by the researcher mean that the researcher concludes that promotional strategy is one of the variables in the marketing mix that is very important for companies to implement in marketing products and services. By providing social media accounts provided by the Tourism Office, it can make it easier for potential visitors to get information about tourist destinations on Pulau Banyak, Aceh Singkil Regency. Promotional activities not only function as a tool to influence consumers in purchasing/using services according to their desires and needs. The digital marketing development strategy carried out by the Aceh Singkil Tourism Office collaborates with tourism ambassadors to promote Pulau Banyak tourism. Social media accounts provided by the Tourism Department such as websites, Facebook, Instagram and YouTube are still not active and there is a delay in uploading images or video content on the Tourism Department's social media accounts. The obstacles that occur in digital marketing development strategies are skills and knowledge, budget and content.

Keywords: Development Strategy, Digital Marketing, Tourism, Promotion