

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Promosi Objek Wisata Pantai Alam Datuk Di Kabupaten Batubara Provinsi Sumatera Utara”. Lokasi penelitian yang dilakukan di Desa Kuala Indah Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batubara Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana promosi pantai Alam Datuk di Desa Kuala Indah Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batubara Provinsi Sumatera Utara dengan menggunakan konsep *Marketing engineering intelligence* dalam pemasaran *digital marketng* dan hambatan-hambatan dalam melakukan promosi objek wisata pantai Alam Datuk serta bagaimana komunikasi yang dilakukan pihak pengelola pantai Alam Datuk dalam mempromosikan objek wisata tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Untuk memperoleh data dan informasi yang lengkap dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan merupakan teknik analisa data dan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi objek wisata pantai Alam Datuk yaitu dengan menunjukkan bagaimana kegiatan promosi yang pihak pengelola lakukan dengan memanfaatkan media sosial yang ada dan bagaimana cara mereka menghadapi hambatan dalam proses promosi.

Kata Kunci: Promosi, wisata, penggunaan konsep *Marketing engineering intelligence*.

ABSTRACT

This research is entitled "Promotion of Datuk Natural Beach Tourism Object in Batubara Regency, North Sumatra Province". The location of the research was in Kuala Indah Village, Sei Suka District, Batubara Regency, North Sumatra Province. This research aims to find out about how Alam Datuk beach is promoted in Kuala Indah Village, Sei Suka District, Batubara Regency, North Sumatra Province using Marketing engineering intelligence theory and the obstacles in promoting the Alam Datuk beach tourist attraction. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. To obtain complete data and information in this research, data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation were used. The data analysis technique used is a data analysis technique and the results of the research show that the implementation of the promotion of the Alam Datuk beach tourist attraction is by showing how promotional activities the management carries out by utilizing existing social media and how they deal with obstacles in the promotion process.

Keywords: Promotion, tourism, use of marketing engineering intelligence theory.