

STRATEGI PROMOSI PESONA ALAM DESA LEMUKIH BERBASIS MEDIA DIGITALISASI

Oleh:

Gede Nanda Afrivania, NIM.1907031024

Jurusan Manajemen Program Studi Perhotelan Diploma III

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Desa Lemukih, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng. Dengan membahas rumusan masalah tentang pesona alam yang terdapat di desa lemukih, kemudian untuk mengetahui kendala dalam promosinya, serta yang terakhir adalah strategi promosi pesona alam yang terdapat di Desa Lemukih dengan menggunakan media digitalisasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang mana akan menghasilkan data berupa penjelasan terperinci secara deskripsi. Metode pengambilan data yang digunakan adalah wawancara untuk mengetahui pesona alam Desa Lemukih, Kendala promosinya, serta Strategi promosi berbasis media digitalisasi, observasi guna mengetahui potensi pesona wisata alam untuk mendukung data yang diperoleh dari narasumber dan dokumentasi untuk mendukung data secara visual. Narasumber yang diambil pada saat wawancara adalah kepala desa Desa Lemukih dan juga ketua unsur pariwisata (Pokdarwis) Desa Lemukih juga didukung dengan observasi dan dokumentasi sehingga dapat menghasilkan data yang aktual dan faktual. Hasil dari penelitian ini yang pertama dijabarkannya pesona alam yang ada di Desa Lemukih sebagai daya tarik wisata yaitu *Waterslide, Water Jumping, Fiji Rice Terrace, Gerombong Natural Spring Water*, dan *Fiji Waterfall*, kedua yaitu diketahui kendala dalam promosinya karena masih menggunakan metode yang sederhana yaitu *word of mouth* dan minim menggunakan media digitalisasi, dan ketiga strategi promosi pesona alam berbasis media digitalisasi yaitu melalui media digital seperti Instagram, Facebook, Tiktok, Booking.com, Expedia, dan Website.

Kata Kunci: Pesona Alam, Strategi Promosi, Digitalisasi

STRATEGI PROMOSI PESONA ALAM DESA LEMUKIH BERBASIS MEDIA DIGITALISASI

Oleh:

Gede Nanda Afrivania, NIM.1907031024

Jurusan Manajemen Program Studi Perhotelan Diploma III

ABSTRACT

This research was conducted in Lemukih Village, Sawan Sub District, Buleleng Regency. With the formulation of the problem about the natural charms found in Lemukih village, then to find out the obstacles in its promotion, and the last is the strategy of promoting the natural charms found in Lemukih village by using digitalization media. This study uses a qualitative descriptive research method which will produce data in the form of a detailed description of the description. The data collection method used was interviews to find out the natural charm of Lemukih Village, its promotional constraints, as well as digitalization-based media promotion strategies, observations to determine the potential of natural tourism charm to support data obtained from sources, and documentation to support data visually. The resource persons taken at the time of the interview were the village head of Lemukih Village and also the head of the tourism element (Pokdarwis) of Lemukih Village. They were also supported by observation and documentation so that they could produce actual and factual data. The results of this study are the first, namely of the natural tourism charm in Lemukih Village which is Waterslide, Water Jumping, Fiji Rice Terrace, Gerombong Natural Spring Water, Fiji Waterfall, the second known obstacles in its promotion which is still using simple methode shuch as word of mouth and minimal use digitalization media, and the third strategy for promoting natural charm based on digitalization media such as Instagram, Facebook, Tiktok, Booking.com, Expedia, and Website.

Keywords: *Enchantment of Nature, Promotion Strategy, Digitalization*