

IDENTIFIKASI STRATEGI PROMOSI DESA WISATA MUNDUK MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Oleh

Ni Kadek Sukemi NIM. 2015011008

Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

Jurusan Teknologi Industri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai identifikasi strategi promosi Desa wisata Munduk menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Sumber informan dalam penelitian yakni Kepala Desa Munduk, POKDARWIS Desa Wisata Munduk, Warga Desa Munduk, pengelola objek wisata dan Wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Munduk. Adapun hasil penelitian menjelaskan strategi promosi Desa Wisata Munduk menggunakan media sosial menggunakan *promotion mix*. Strategi promosi Desa Wisata Munduk menggunakan media sosial pada *advertising* pengelola Desa Wisata Munduk dapat pemanfaatan penggunaan akun bisnis untuk mengetahui performa akun media sosial. *Personal selling* pengelola Desa Wisata Munduk memanfaatkan fitur media sosial dan kolom komentar dapat membagikan informasi kepada calon wisatawan. *Direct marketing* pengelola Desa Wisata Munduk dapat melakukan promosi dengan melakukan *broadcast* dan kolaborasi dengan pengguna media sosial yang memiliki minat untuk membagikan aktivitas daya tarik wisata. *Sales promotion* pengelola Desa wisata Munduk memberikan tawaran yang menarik kepada wisatawan dengan cara memberikan paket penawaran menarik melalui menggunakan video pendek yang dibagikan melalui *platform* TikTok. *Public relation* mengoptimalkan kolaborasi dengan pihak ketiga yang memiliki konten membagikan daya tarik wisata.

Kata-kata Kunci: Desa Wisata, Strategi Promosi, Media Sosial

IDENTIFICATION MUNDUK TOURIST VILLAGE PROMOTION STRATEGY USING SOCIAL MEDIA

By

Ni Kadek Sukemi NIM. 2015011008

Family Welfare Education Study Program

Industrial Technology Department

ABSTRACT

This research aims to describe the identification of promotional strategies for the Munduk tourist village using social media. This research uses a qualitative descriptive research type. Data collection methods use observation, interviews, documentation methods. The sources of informants in the research were the Head of Munduk Village, POKDARWIS of Munduk Tourism Village, Munduk Village residents, tourist attraction managers and tourists who visited Munduk Tourism Village. The research results explain the promotional strategy for Munduk Tourism Village using social media using a promotional mix. Munduk Tourism Village's promotional strategy uses social media. The Munduk Tourism Village advertising manager can utilize the use of business accounts to determine the performance of social media accounts. The Munduk Tourism Village Personal Selling Manager utilizes social media features and comments columns to share information with potential tourists. The Munduk Tourism Village direct marketing manager can carry out promotions by broadcasting and collaborating with social media users who have an interest in sharing tourist attraction activities. The Munduk tourist village sales promotion manager provides attractive offers to tourists by providing attractive offer packages using short videos shared via the TikTok platform. Public Relations optimizes collaboration with third parties who have content sharing tourist attractions

Keywords: Tourism Village, Promotion Strategy, Social Media