

ABSTRAK

PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA MELALUI MEDIA DIGITAL OLEH DINAS PARIWISATA (STUDI PADA 34 DINAS PARIWISATA PROVINSI DI INDONESIA)

Oleh

RETNO YULITA

Destinasi pariwisata yang dikelola oleh setiap Dinas Pariwisata di Indonesia sangat perlu dipromosikan dengan memanfaatkan media digital agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Promosi berperan penting dalam pemasaran pariwisata yang akan berdampak pada perekonomian nasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan promosi pariwisata melalui media digital yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata di tingkat Provinsi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya adalah data sekunder, yaitu *website* resmi 34 Dinas Pariwisata Provinsi yang ada di Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yaitu observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa urutan media digital dari yang paling banyak digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi dalam mengembangkan promosi pariwisata yaitu *website*, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, dan Tiktok. Kemudian terdapat beberapa bentuk-bentuk promosi melalui media digital yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi di Indonesia yaitu optimasi konten *website* dan media sosial; menyusun *e-book* dan *calendar of event*; promosi melalui talkshow, podcast, webseries atau film; serta menawarkan paket wisata. Diharapkan Dinas Pariwisata Provinsi dapat memperkuat sinergitas dengan masyarakat dan pelaku usaha dalam pengembangan pariwisata terutama dalam promosi pariwisata dengan memanfaatkan media digital sehingga dapat menjangkau lebih banyak calon pengunjung.

Kata Kunci: Dinas Pariwisata, Media Digital, Promosi Pariwisata

ABSTRACT

TOURISM PROMOTION DEVELOPMENT THROUGH DIGITAL MEDIA BY TOURISM DEPARTMENT (STUDY OF 34 PROVINCIAL TOURISM DEPARTMENT IN INDONESIA)

By

RETNO YULITA

Tourism destinations managed by each Tourism Department in Indonesia really need to be promoted by utilizing digital media in order to attract more consumers and increase the number of visits. Promotion plays an important role in tourism marketing which will have an impact on the national economy. The purpose of this study was to determine the development of tourism promotion through digital media carried out by the Tourism Departments at the provincial level. This research is a type of qualitative research with a case study approach. Based on the source, the type of data used in this study is secondary data, namely the official websites of 34 Provincial Tourism Departments in Indonesia. Data collection techniques were carried out in two ways, namely non-participant observation and documentation. The results of this study indicate that the sequence of digital media most used by the Provincial Tourism Departments in developing tourism promotion is website, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, and Tiktok. Then there are several forms of promotion through digital media carried out by the Provincial Tourism Departments in Indonesia, namely optimizing website content and social media; compiling e-book and calendar of events; promotions through talk shows, podcasts, web series or films; as well as offering tour packages. It is hoped that the Provincial Tourism Departments can strengthen synergy with the community and business actors in tourism development, especially in tourism promotion by utilizing digital media so that it can reach more potential visitors.

Keywords: Digital Media, Tourism Department, Tourism Promotion