ABSTRAK

Frengki. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan (studi pada Bira Beach). Pembimbing 1: Dr. Amir Muhiddin, M.Si. Pembimbing 2: Arni, S.Kom,M,I,Kom.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan tipe deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang berasal dari pegawai dan masyarakat yang dianggap mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran digital. Data penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu lalu dianalisis melalui teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan jumlah wisatawan dilihat dari segi (product) Produk adalah bagian terpenting dalam melakukan sebuah promosi karena produk yang nantinya akan dipasarkan ke calon wisatawan. (Price) Harga berperan dalam meningkatkan jumlah konsumen dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga berkaitan dengan kepuasan pelanggan, dengan pasar dan bauran pemasaran. (place) tempat promosi yang di lakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba lebih berfokus pada media sosial serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana mempromosikan sebuah produk. (promotion) Dalam melakukan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Bulukumba melakukan pelatihan terlebih dahulu agar informasi promosi dapat terarah dengan baik dan agar mudah dipahami oleh calon wisatwan. Kemudian feedback dari kegiatan promosi yang di lakukan sudah tepat karena melihat dari masa pandemic tidak terlalu berpengaruh pada penuruan pengunjung untuk mendatangi Pantai Bira.

Kata kunci: strategi, komunikasi, pemasaran digital