

**STRATEGI PROMOSI DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DESA
WISATA CANDIREJO KABUPATEN MAGELANG**

Artikel Ilmiah

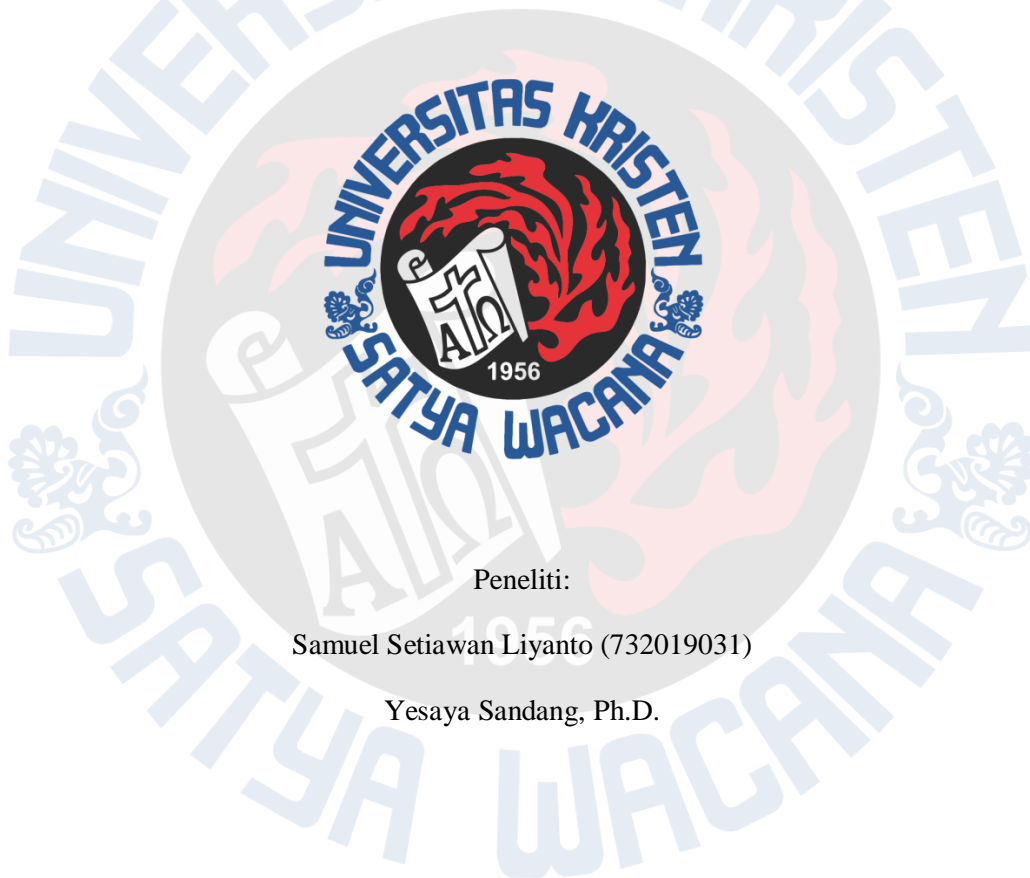
Diajukan kepada

Program Studi Destinasi Pariwisata

Fakultas Interdisiplin

Untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pariwisata

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Peneliti:

Samuel Setiawan Liyanto (732019031)

Yesaya Sandang, Ph.D.

Program Studi Destinasi Pariwisata

Fakultas Interdisiplin

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

Juni 2023

STRATEGI PROMOSI DAN PEMASARAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DESA WISATA CANDIREJO KABUPATEN MAGELANG

Abstract

Two years ago, the Covid-19 pandemic hit the whole world including the tourism sector as well, which causes no tourists who come and go for a vacation. The impact that occurred was also very significant in the Candirejo Tourism Village, Magelang Regency, namely that there were no foreign tourists coming and very few visits from local tourists. In this regard, researchers want to help increase tourist visits, both foreign and local, through better promotion and marketing strategies than before. The method used in this research is descriptive qualitative. The sources of data obtained are from interviews, observations, surveys/distribution of questionnaires, and literature study. This interview was conducted with the management of the Candirejo Tourism Village cooperative hall, namely the chairman, treasurer, secretary, and also distributed questionnaires to both foreign and local tourists. This study explains the current promotion and marketing strategy that has been carried out by the Candirejo Tourism Village and what will be carried out in the future on Instagram social media, so that it is even better. The results showed that the promotion and marketing strategy carried out by the Candirejo Tourism Village Cooperative Center had been carried out well, but there were still several obstacles that needed to be improved. The researcher recommends that in order for the promotion and marketing process to be carried out optimally, it is necessary to increase human resources in the promotion and marketing section, especially in the field of social media, there is a need for creative ideas in creating social media content to be promoted, as well as conducting training for other members, regarding good and correct management of social media in terms of promotion and marketing.

Keywords: Strategy; Promotion and marketing; Candirejo; Instagram

Abstrak

Dua tahun yang lalu, pandemi covid-19 sempat melanda seluruh dunia termasuk sektor pariwisata juga. Dimana menyebabkan tidak adanya wisatawan yang datang dan pergi untuk berlibur. Dampak yang terjadi juga sangat signifikan di Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang, yaitu tidak adanya wisatawan asing yang datang serta sedikit sekali kunjungan dari wisatawan lokal. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti ingin membantu meningkatkan kunjungan wisatawan baik itu asing maupun lokal melalui strategi promosi dan pemasaran yang lebih baik dari sebelumnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh yaitu berasal dari wawancara, observasi, survey/menyebarkan kuesioner, dan studi pustaka. Wawancara ini dilakukan kepada pengurus balai koperasi Desa Wisata Candirejo yaitu ketua, bendahara, dan sekretaris. Dan juga dilakukan pembagian kuesioner kepada wisatawan baik asing maupun lokal. Penelitian ini menjelaskan terkait strategi promosi dan pemasaran saat ini yang sudah dilakukan oleh Desa Wisata Candirejo dan yang akan dilakukan kedepannya di sosial media Instagram, supaya lebih baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pihak Balai Koperasi Desa Wisata Candirejo sudah dilakukan dengan baik, tetapi masih terdapat beberapa kendala yang harus diperbaiki lagi. Peneliti merekomendasikan, agar proses promosi dan pemasaran bisa dilakukan dengan maksimal, maka perlu adanya penambahan sumber daya manusia di bagian promosi dan pemasaran, khususnya di bidang sosial media, perlu adanya ide kreatif dalam pembuatan konten sosial media untuk dipromosikan, serta melakukan pelatihan kepada anggota lainnya mengenai pengelolaan sosial media yang baik dan benar dalam hal promosi dan pemasaran.

Kata Kunci: Strategi; Promosi dan pemasaran; Candirejo; Instagram

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Strategi Promosi dan Pemasaran Sosial Media Instagram
Desa Wisata Candirejo Kabupaten Magelang
Nama Mahasiswa : Samuel Setiawan Liyanto
NIM : 732019031
Program Studi : Destinasi Pariwisata
Fakultas : Fakultas Interdisiplin

Menyetujui,



Yesaya Sandang, S.H., M.Hum, Ph.D.

Pembimbing

Mengesahkan,



Gaud Kameo, S.E., M.A., Ph.D.

Dekan



Dr. Lasti Nur Satiani, S.S., M.Pd.
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Tanggal: 27 Juni 2023

Reviewer :

- Dr. Lasti Nur Satiani, S.S., M.Pd.

