

ABSTRAK

**Digitalisasi Komunikasi Pemasaran
Objek dan Daya Tarik Wisata
oleh Dinas Pemuda, Olah Raga dan
Pariwisata Kabupaten Cilacap Dalam
Menarik Kunjungan Wisatawan**

**Universitas Jenderal Soedirman
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi SI Ilmu Komunikasi
Juli 2017**

Aliefah Permata Fikri (F1C013098)

Skripsi ini membahas mengenai digitalisasi komunikasi pemasaran Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Kabupaten Cilacap yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penggunaan digitalisasi sebagai bentuk kegiatan komunikasi pemasaran merupakan hal yang sangat penting karena di era globalisasi ini bentuk pemasaran digital telah berkembang pesat bahkan keberadaannya dapat menggeser eksistensi pemasaran tradisional. Digitalisasi komunikasi pemasaran menjadi terobosan baru untuk melakukan kegiatan pemasaran pariwisata dengan cara yang lebih praktis dan efisien.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk kemas digitalisasi objek dan daya tarik wisata yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dan untuk mengetahui kegiatan online marketing yang dilakukan oleh Dinas Olah Raga, Budaya dan Pariwisata Kabupaten Cilacap dalam menarik kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sehingga menghasilkan deskripsi mendalam mengenai kegiatan digitalisasi komunikasi pemasran ODTW yang dilakukan oleh Dinas Pemuda, Olah Raga, dan pariwisata Kabupaten Cilacap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap melakukan digitalisasi komunikasi pemasaran melalui online marketing dengan menggunakan media-media yang dipilih yang dianggap sesuai dengan khalayak saat ini yaitu Website, Aplikasi, Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube.

Kata kunci : Komunikasi pemasaran, digitalisasi, Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap, Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)

ABSTRACT

Digitalization of Marketing Communication of Tourism Objects and Tourism Attractions Sciences by Dinas Pemuda, Olah Raga dan Pariwisata Kabupaten Cilacap in Order to Increase the Number of Visitor

**Jenderal Soedirman University
Faculty of Social and Political
Communication Science
July 2017**

Aliefah Permata Fikri (F1C013098)

This research discusses the digitalization of marketing communication of tourism objects and tourist attractions held by Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap in order to increase the number of visitors. The use of digitalization as a form of marketing communication is very important because in this globalization era the form of digital marketing communication has shifted the existence of traditional marketing. Digitalization of marketing communication became a new innovation to implement tourism marketing in effective and efficient way.

The purpose of this study is to know the forms of tourism objects and tourist attractions which covered in digital forms and online marketing activities done by Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap in order to increase the number of visitors. This research uses descriptive qualitative method. Result shows that Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap have done a digitalization process in their marketing communication activities with online marketing and using suitable medias that fit the society nowadays which consist of Website, Application, Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube.

Keywords : Marketing communication, digitalization, Dinas Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Kabupaten Cilacap, tourism objects and tourist attractions