



ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

ANALISIS MEDIA PROMOSI PARIWISATA ACEH MELALUI AKUN INSTAGRAM @WISATAACEH

ABSTRACT

ABSTRAK, Penelitian ini berjudul “Analisis Media Promosi Pariwisata Aceh melalui Akun Instagram @wisataaceh”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pariwisata Aceh melalui Akun Instagram @wisataaceh. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Pemasaran karena teori tersebut dapat membantu dalam menganalisis bagaimana strategi promosi khususnya promosi melalui sosial media. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam subjek penelitian ini, terdapat dua informan, yaitu pendiri dan admin Akun Instagram @wisataaceh. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah Akun Instagram @wisataaceh. Metode pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi yang dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Akun Instagram @wisataaceh telah melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan maksimal untuk meningkatkan wisatawan di Aceh baik wisatawan daerah, dalam negeri maupun mancanegara. Penyusunan strategi promosi menggunakan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Akun Instagram @wisataaceh memiliki beberapa tahapan yang mampu mempermudah @wisataaceh dalam mencapai tujuannya. Tahapan yang dilakukan adalah penciptaan konten, perencanaan program, implementasi program, monitoring, dan evaluasi. Tahapan pembuatan strategi promosi pariwisata melalui Instagram oleh Akun @wisataaceh ini sangat membantu dalam menciptakan awareness akan keindahan alam, wisata halal, keberagaman kebudayaan dan kuliner, serta wisata adventure yang dimiliki Aceh bagi target marketnya.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pariwisata, Instagram.

ABSTRACT, This research is entitled “Analysis on Aceh Tourism Promotion Media via Instagram Account @wisataaceh”. This research is aimed at analyzing Aceh tourism promotion strategy via Instagram account @wisataaceh. Theory used in this research is Marketing Communication Theory since it assists the analysis on promotion strategy particularly via social media. The research approach is qualitative approach. As research subject, there are two informants which are the founder and the admin of @wisataaceh Instagram account. As research object, there is @wisataaceh Instagram account. Data collection method used is interview, observation, and collected documentation. The result shows that @wisataaceh Instagram account has conducted tourism promotion activities significantly well by optimizing potential tourists in Aceh from local tourist, domestic tourist, and foreign tourist. The configuration of promotion strategy via Instagram social media conducted by @wisataaceh Instagram account had several phases that enabled @wisataaceh reached its objectives. The phases are content making, program planning, program implementation, and evaluation. Those tourism promotion strategy phases via Instagram through @wisataaceh account were really helpful in creating awareness towards the beauty of nature, halal tourism, distinctive culture and culinary, and adventure tourism offered by Aceh as the targeted market.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism, Instagram.