

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL WISATA CANDI BANYUNIBO MELALU MEDIA SOSIAL TIK TOK

Oleh: Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si., Fikri Disyacitta, M.A., Ratna Ekawati, S.I.P., M.A., Eko Prasetyo Nugroho Saputro, S.Pd, M.Hum, M.I.Kom., Dani Ahmad Nugraha, Adelia Putri Maharani, Hilman Akbar Al Hayat, Tsania Ratu Aira, Langgeng Wira Permana Aji

ABSTRAK

Desa Bokoharjo berada pada titik strategis wisata penting yang menjadi daya tarik wisatawan seperti Candi Boko, Candi Banyunibo, Candi Barong, Candi Ijo, Tebing Breksi, dan Obelix Hills sehingga perlu dilakukan pengembangan. Pengembangan Desa Bokoharjo sebagai desa wisata memerlukan manajemen yang baik melalui komunikasi pemasaran digital untuk mengenalkan potensi/produk yang memiliki nilai jual kepada masyarakat luas sehingga sektor ekonomi di Desa Bokoharjo dapat meningkat. Untuk mendukung komunikasi pemasaran digital diperlukan media yang dapat membantu penyampaian pesan kepada khalayak secara cepat dan mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media komunikasi pemasaran digital berupa tik tok untuk promosi wisata candi Banyunibo Desa Bokoharjo. Penelitian ini merupakan penelitian dan pengembangan (Research and Development). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten media sosial Tiktok telah dikembangkan sebagai media komunikasi pemasaran digital Kawasan Candi Banyunibo menggunakan tahapan ADDIE (Analysis, Design, Develop, Implement, Evaluate), namun penelitian ini hanya sampai pada tahap Implement. Produk yang telah dikembangkan telah dinilai 2 ahli media dan 1 pengelola media sosial Candi banyunibo. Hasil penilaian selanjutnya digunakan untuk merevisi produk sehingga layak untuk dijadikan media komunikasi pemasaran digital. Media Tiktok yang dikembangkan dapat digunakan oleh pengelola Kawasan Candi Banyunibo sebagai media promosi dan pemasaran.

Kata Kunci: Media, Komunikasi, Pemasaran, Digital, Bokoharjo