



**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PROMOSI  
PARIWISATA BANYUWANGI DI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA  
KABUPATEN BANYUWANGI**

***DIGITAL MARKETING STRATEGY IN IMPROVING BANYUWANGI TOURISM  
PROMOTION IN THE BANYUWANGI DISTRICT CULTURE AND TOURISM OFFICE***

<sup>1</sup>Rahmi Maulida, <sup>2</sup>Sasi Syawalatu Choir, <sup>3</sup>Nadia Azalia Putri

<sup>123</sup> Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Kota Jember, Indonesia  
\*rahmiim25@gmail.com

**Article History:**

Received: February 08th, 2024

Revised: February 14th, 2024

Published: February 15th, 2024

**Abstract:** *Tourism has become one of the most important sectors in the economic growth of a region. with digital marketing becoming one of the key tools in increasing the promotion of tourist destinations. This article discusses digital marketing strategies that can be applied to strengthen the promotion of Banyuwangi tourism, a destination rich in natural and cultural potential in Indonesia. Platforms like Instagram, Facebook, and Twitter can be used to share interesting visual content, testimonials of traveler experiences, and actual information about destinations. The service aims to determine the impact of enhanced promotional strategies on the responses of audiences, tourists, and digital content. This service method uses a participatory and collaborative approach by implementing the Content Based Approach. Community service is carried out through creating tourism content. The analytical tools used involved cell phones and laptops. Research results show that audiences can get information about tourism through content.*

**Keywords:** *Content Based Approach, strategies*

**Abstrak**

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu daerah. dengan pemasaran digital menjadi salah satu alat penting dalam meningkatkan promosi destinasi pariwisata. Tulisan ini membahas strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan untuk memperkuat promosi pariwisata Banyuwangi, sebuah destinasi yang kaya akan potensi alam dan budaya di Indonesia. Strategi peningkatan promosi Pariwisata Banyuwangi ini sebagai pemanfaatan media sosial sebagai platform utama untuk berinteraksi dengan wisatawan potensial. Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat digunakan untuk berbagi konten visual menarik, testimoni pengalaman wisatawan, dan informasi aktual tentang destinasi. Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui dampak strategi peningkatan promosi terhadap respons audiens, wisatawan, dan konten digital. Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan menerapkan Content Based Approach. Pengabdian masyarakat dilakukan melalui pembuatan konten-konten pariwisata. Alat analisis yang digunakan melibatkan handphone dan laptop. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa audiens bisa mendapatkan informasi tentang

pariwisata melalui konten.

**Kata Kunci:** Content Based Approach, Strategi

## **PENDAHULUAN**

Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, telah menjadi destinasi pariwisata yang menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Salah satu destinasi yang semakin menonjol adalah Banyuwangi, sebuah kabupaten yang terletak di ujung timur Pulau Jawa. Banyuwangi menawarkan keindahan alam yang memukau, mulai dari pantai-pantai eksotis, gunung-gunung yang menantang, hingga hutan-hutan yang menakjubkan. Namun, potensi pariwisata Banyuwangi belum sepenuhnya tergali dengan baik. (Mizakki, 2020)

Dalam era digital saat ini, di mana internet dan media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, pemasaran digital menjadi kunci dalam meningkatkan promosi destinasi pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi. Pemasaran digital adalah upaya untuk memajukan merek yang melibatkan media sosial yang dapat sampai pada pembeli dengan cara nyaman, individual. Pemasaran digital telah berubah menjadi tindakan wajib yang harus dilakukan oleh semua penjual. (NS Sihombing, 2022)

Strategi pemasaran digital merupakan bentuk promosi yang dilakukan secara digital atau di dalam internet yang dapat membuat promosi dalam bentuk konten yang diunggah di dalam media sosial maupun website. Strategi pemasaran digital ini juga dapat disebut sebagai digital Marketing. Dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat membuat industri penjualan melakukan inovasi yaitu dengan pemasaran digital, harapannya agar barang atau produk yang dijual bisa dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas. (NS Sihombing, 22)

Melalui pengenalan dan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, diharapkan Banyuwangi dapat lebih dikenal secara luas sebagai destinasi pariwisata yang menakjubkan. Dengan meningkatnya kesadaran, keterlibatan, konversi, dan retensi wisatawan, Banyuwangi dapat mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan serta kontribusi positifnya terhadap ekonomi lokal dan pembangunan daerah secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran digital yang paling efektif untuk meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi. Dengan memahami peran penting pemasaran digital dalam industri pariwisata saat ini, diharapkan upaya ini dapat memberikan panduan praktis bagi para pemangku kepentingan pariwisata Banyuwangi untuk memanfaatkan potensi digital dalam memperkuat promosi destinasi mereka. (Pratama, 2016)

Alasan penulis mengambil judul “Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi” karena penulis tertarik untuk melakukan promosi wisata di Kabupaten Banyuwangi dengan cara pemasaran digital agar pariwisata di Kabupaten Banyuwangi ini bisa menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan bagaimana promosi dengan cara strategi pemasaran digital supaya mendapatkan hasil yang diinginkan melalui jurnal pengabdian ini.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama satu bulan atau 30 hari kerja yaitu mulai tanggal 27 Desember 2023 – 7 Februari 2024 di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Berikut adalah metode pengabdian masyarakat dengan judul "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi Di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi."

### **A. Pendekatan dan Jenis Pengabdian**

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan menerapkan berbasis konten (Content Based Approach) yaitu salah satu metode pengabdian yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang relevan, informatif, dan menarik bagi audiens target dengan tujuan untuk membangun kesadaran merek, menarik minat, dan membangun hubungan dengan audiens. Jenis pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah strategi pemasaran digital melalui platform media sosial.

### **B. Langkah-langkah yang dilakukan**

Adapun langkah-langkah yang dilakukan ialah, antara lain :

#### **1. Preparation (Persiapan)**

Dilakukan dengan cara menentukan tujuan spesifik yang ingin dicapai dengan pemasaran digital dan identifikasi audiens target secara jelas.

#### **2. Action (Pelaksanaan)**

Dilakukan dengan cara melakukan memahami siapa audiens yang akan menjadi target.

#### **3. Pilih Saluran Digital yang Tepat**

Dilakukan dengan memilih saluran digital yang sesuai dengan audiens dan tujuan pemasaran.

#### **4. Buat Konten Berkualitas**

Dilakukan dengan cara membuat konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat bagi audiens.

### C. Alat analisis yang digunakan

Alat analisis yang digunakan dalam laporan pengabdian ini adalah:

1. Handphone Digunakan pada saat pelaksanaan pembuatan konten.
2. Laptop Alat ini digunakan pada saat pengeditan konten.

## Hasil

Dari hasil pengabdian yang di lakukan, wisatawan dapat mengetahui destinasi wisata yang ada di banyuwangi mulai dari wisata alam hingga wisata buatan dan dari destinasi yang sudah cukup di kenal di banyuwangi maupun yang belum banyak di kenal oleh masyarakat luar, dan hal ini juga bisa menyadarkan masyarakat lokal maupun dari luar daerah untuk lebih mengenal wisata banyuwangi yang tak kalah bagus dengan tempat wisata kota lain. Pariwisata adalah salah satu produk unggulan di banyuwangi dengan banyaknya destinasi yang ada di banyuwangi menyebabkan masyarakat masih belum tau sebagian tempat wisata di banyuwangi sehingga dengan promosi pariwisata ini di harapkan bisa menjadi cara agar pariwisata di banyuwangi semakin dikenal masyarakat lokal maupun masyarakat luar daerah.

Promosi di tujukan untuk meningkatkan kedatangan atau minat wisatawan di destinasi wisata buatan maupun wisata alam hal ini juga bisa mendongkrak perekonomian masyarakat sekitar destinasi wisata atau tempat wisata, dengan banyak nya pengunjung akan berpengaruh terhadap masyarakat sekitar yang berjualan ataupun yang bekerja di destinasi wisata tersebut jadi di harapkan promosi tetap gencar di lakukan untuk kemajuan dan keuntungan banyak pihak. Berikut adalah link video promosi yang telah dibuat saat melakukan pengabdian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi: <https://vt.tiktok.com/ZSFFn8NVK/>

Beberapa keuntungan dari strategi pemasaran digital dalam meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi adalah sebagai berikut :

1. Jangkauan yang luas: Dapat menjangkau target audiens potensial secara global melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi perjalanan, sehingga meningkatkan kesadaran tentang destinasi pariwisata Banyuwangi di berbagai negara.
2. Interaksi langsung dengan audiens: Memungkinkan interaksi langsung antara wisatawan dan penyelenggara pariwisata melalui berbagai platform digital, seperti tanggapan atas pertanyaan, umpan balik, dan ulasan pelanggan, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan pelancong.
3. Pengukuran dan analisis yang lebih baik: Menyediakan alat untuk mengukur dan menganalisis efektivitas kampanye pemasaran secara real-time, sehingga memungkinkan penyelenggara pariwisata untuk mengidentifikasi tren, memahami preferensi pelanggan, dan menyesuaikan strategi dengan cepat.
4. Biaya yang lebih efisien: Strategi pemasaran digital cenderung lebih hemat biaya dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional seperti iklan cetak atau siaran televisi, sehingga memungkinkan pemanfaatan anggaran pemasaran yang lebih efisien

untuk mencapai hasil yang maksimal

5. Meningkatkan daya saing: Dengan adopsi strategi pemasaran digital yang inovatif dan efektif, Banyuwangi dapat memperkuat posisinya dalam persaingan industri pariwisata global dan menarik lebih banyak pelancong untuk mengunjungi destinasi wisata mereka. Contoh Gambar:



**Gambar 1. Melakukan konten editing dikantor Disbudpar Banyuwangi**



**Gambar 2. Take video pembuatan konten dipantai cemara**

## **PEMBAHASAN**

Dari pengabdian yang dilakukan di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, untuk melakukan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan promosi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Pemasaran digital sendiri adalah pemasaran yang dilakukan dengan cara online atau dengan menggunakan alat elektronik yang tersambung dengan internet, pemasarannya digital sendiri bisa dilakukan dengan sosial media berupa Instagram dan tiktok. Pemasaran digital bisa berupa pembuatan konten video tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi, konten, konten yang dibuat haruslah berisi informasi tentang harga wisata, lalu jarak wisata dari kota, fasilitas apa saja yang ada ditempat wisata, jam operasional, dan hal apa saja yang dapat dilakukan saat berada di wisata tersebut. Lalu saat membuat video usaha harus semenarik mungkin untuk menarik minat orang-orang agar mau berkunjung ketempat wisata tersebut.

Saat membuat konten video pastikan video tidak lebih dari 1 menit dan lebih bagus jika video bedurasi semakin pendek agar orang yang melihat tidak bosan dan langsung berminat tentang tempat wisata tersebut. Dengan adanya media sosial memudahkan untuk mengupload konten video ke Instagram ataupun tiktok. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi juga melakukan “Workshop Pengelolaan Media Sosial dan Promosi Pariwisata” tujuan dari diadakannya workshop ini adalah untuk mengundang pengelola wisata di Kabupaten Banyuwangi lalu dibuatlah sesi sharing bagaimana mempromosikan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi menggunakan digital

marketing. Mereka juga diajarkan untuk menggunakan media sosial yang dimana itu sangat penting sebagai tempat sarana promosi.

Setelah itu diajarkan pula bagaimana membuat konten video yang semenarik mungkin agar menarik minat masyarakat luas agar video yang dihasilkan bisa memasuki pasar media sosial. Lalu disana mereka diperlihatkan pula bagaimana cara mengambil video yang bagus. Jadi dengan adanya workshop ini diharapkan agar pengelola tempat wisata bisa mempromosikan tempat wisata mereka di media sosial, dengan promosi digital ini harapannya agar pariwisata di Kabupaten Banyuwangi bisa lebih bisa dikenal dan berkembang.

Berikut langkah-langkah strategi pemasaran digital dalam meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi:

1. Memahami Target Audiens  
Langkah pertama adalah memahami target audiens yang ingin dituju. Hal ini penting untuk menentukan strategi dan konten yang tepat.
2. Menentukan Platform Digital yang Tepat Pilih platform digital yang digunakan oleh target audiens.
3. Membuat Konten yang Menarik Buat konten yang menarik dan informatif tentang wisata Banyuwangi. Foto dan video: Gunakan foto dan video berkualitas tinggi untuk menunjukkan keindahan alam, budaya, dan aktivitas wisata di Banyuwangi.
4. Memanfaatkan Iklan Digital Gunakan iklan digital untuk menjangkau target audiens yang lebih luas..

Tips tambahan:

Gunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas konten Anda. Berinteraksi dengan audiens Anda dengan menjawab komentar dan pertanyaan. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang tepat, Anda dapat meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi dan menarik lebih banyak wisatawan.

Dampak strategi pemasaran digital dalam peningkatan kunjungan pariwisata di Banyuwangi

1. Semakin banyak orang yang akan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi
2. Meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi
3. Perekonomian warga lokal meningkat dengan adanya wisata yang berkunjung ke Kabupaten Banyuwangi
4. Dengan pariwisata yang semakin dikenal maka kebudayaan Kabupaten Banyuwangi akan ikut tersorot dan akan dikenal oleh lebih banyak orang

## **KESIMPULAN**

Keuntungan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi. Strategi pemasaran digital memiliki banyak keuntungan dalam meningkatkan promosi pariwisata Banyuwangi, antara lain:

**\*1. Jangkauan Luas:\***

Strategi pemasaran digital memungkinkan untuk menjangkau target audience yang lebih luas dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional. Hal ini karena internet dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia.

**\*2. Biaya Efisien:\***

Strategi pemasaran digital umumnya lebih hemat biaya dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional. Biaya iklan online, misalnya, biasanya lebih murah daripada biaya iklan di media cetak atau elektronik.

**\*3. Target Audience yang Tepat:\***

Strategi pemasaran digital memungkinkan untuk menargetkan audience yang lebih tepat dengan menggunakan berbagai parameter seperti demografi, minat, dan perilaku online.

**\*4. Interaksi dan Umpan Balik:\***

Strategi pemasaran digital memungkinkan untuk membangun interaksi dan mendapatkan umpan balik langsung dari wisatawan melalui media sosial, email, dan platform online lainnya.

**\*5. Pengukuran dan Evaluasi:\***

Strategi pemasaran digital memungkinkan untuk melacak dan mengukur efektivitas strategi dengan menggunakan berbagai alat analisis online. Hal ini membantu untuk mengevaluasi strategi dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Segala puji bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang berlokasi di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dapat terlaksana dengan baik dan dapat terselesaikan tepat pada yang ditentukan. Tidak lupa pula sholawat serta salam kita aturkan kepada Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga, dan para sahabat-sahabatnya. Selama proses penyusunan pengabdian masyarakat, penulis telah banyak menerima bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

- 1) Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kemudahan selama kegiatan pengabdian masyarakat.

- 2) Kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, dan mendo'akan penulis dalam menyelesaikan kegiatan pengabdian masyarakat.
- 3) Ibu Dwi Susanti selaku dosen pamong yang telah memberikan ilmu dan wawasan serta bimbingan selama kegiatan pengabdian masyarakat.
- 4) Ibu Nadia Azalia Putri selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
- 5) Seluruh karyawan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya dan menerima dengan baik.

## DAFTAR REFERENSI

- Muzakki, A., & Fahmi, I. (2020). "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*
- Pratama, R., & Kholil, A. (2016). "Strategi Pemasaran Digital Pariwisata Daerah Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 1(2)
- Dr. Nikous Soter Sihombing, S.T, S.Kom,M.M., dkk. (2022) *PEMASARAN DIGITAL*.CV. Pena Persada : Purwokerto
- Nenden Hendayani Novia., dkk. (2023) *STRATEGOI DIGITAL MARKETING. PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA* : Solok
- Fandra Dikhi Januardsni, SE., MM., dkk. (2023) *DIGITAL MARKETING TEORI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI DIGITAL MARKETING*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia : Jambi
- Yansahrita, dkk, (2023) *KONSEP DAN TEORI MANAJEMEN & STYRATEGI DIGITAL MARKETING*. CV. ADANU ABIMATA : Indramayu
- Abdul Rauf, dkk. (2021) *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati : Cirebon