

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Optimalisasi Digital Marketing sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek ” yang ditulis oleh Alfiyatin Muflihah, NIM. 126407212056, Progam Studi Pariwisata Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dan dibimbing oleh Bapak Wisnu Ari Purwana Putra, M.E.

Kata kunci : Digital Marketing, Media Promosi, Pantai Mutiara, Media Promosi, AISAS, Wisata Trenggalek

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana peran media sosial berperan dalam proses pencarian informasi (*Search*) wisatawan tentang Pantai Mutiara? 2) Bagaimana konten digital dapat dioptimalkan untuk mendorong wisatawan melakukan kunjungan langsung (*Action*) ke Pantai Mutiara? 3) Bagaimana wisatawan berbagi pengalaman (*Share*) dan merekomendasikan Pantai Mutiara setelah kunjungan?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi pengelola Pantai Mutiara dan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran optimalisasi digital marketing sebagai media promosi Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek dalam mendorong minat dan keputusan berkunjung wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* berperan penting dalam membangun kesadaran, menumbuhkan minat, mendorong tindakan berkunjung, hingga aktivitas berbagi pengalaman wisatawan. Konten visual yang menarik, konsisten dengan kondisi nyata di lapangan, serta didukung pelayanan dan keamanan yang baik mampu membangun kepercayaan wisatawan

ABSTRACT

Thesis with the title “Optimization of Digital Marketing as a Promotional Media to Increase Tourist Visits to Mutiara Beach, Trenggalek Regency” written by Alfiyatin Muflihah, NIM. 126407212056, Sharia Tourism Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, and guided by Mr. Wisnu Ari Purwana Putra, M.E.

Keywords: Digital Marketing, Promotional Media, Mutiara Beach, AISAS, Trenggalek Tourism

The focus of this research is 1) How does social media play a role in the information search process (Search) of tourists about Mutiara Beach? 2) How can digital content be optimized to encourage tourists to make direct visits (Action) to Mutiara Beach? 3) How do tourists share their experiences (Share) and recommend Mutiara Beach after their visit?

This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research informants include Mutiara Beach managers and tourists. This study aims to analyze the role of optimizing digital marketing as a promotional medium for Mutiara Beach in Trenggalek Regency in driving tourist interest and decision to visit.

The results show that the use of social media such as Instagram, TikTok, and Facebook plays a crucial role in building awareness, fostering interest, encouraging visits, and sharing tourist experiences. Engaging visual content, consistent with real-world conditions, and supported by excellent service and security, can build tourist trust.

.
.