



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL GOA PINDUL DALAM MENARIK WISATAWAN MELALUI INSTAGRAM @guapindul_jogja

Evrilya Debiy Karindra
5211711021

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh pengelola Goa Pindul melalui akun Instagram @guapindul_jogja dalam menarik minat wisatawan. Pada era digital saat ini, media sosial menjadi sarana utama dalam membangun citra destinasi wisata serta menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dan menganalisis strategi pemasaran menggunakan *The Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage)* oleh Regina Luttrell. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola Goa Pindul secara aktif membagikan konten visual yang menarik, mengoptimalkan penggunaan fitur Instagram seperti *reels*, *story*, dan *hashtag*, serta mengelola interaksi dengan audiens melalui kolom komentar dan *direct message*. Strategi ini berhasil meningkatkan *engagement* serta visibilitas Goa Pindul di kalangan pengguna media sosial, yang berdampak pada peningkatan minat wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman penerapan komunikasi pemasaran digital dalam sektor pariwisata serta dapat menjadi acuan bagi destinasi wisata lainnya dalam mengembangkan strategi promosi berbasis media sosial.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram, Goa Pindul, Media Sosial, *The Circular Model of SoMe*

ABSTRACT

DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF GOA PINDUL IN ATTRACTING TOURISTS THROUGH INSTAGRAM @guapindul_jogja

Evrilya Debiy Karindra
5211711021

This study aims to analyze the digital marketing communication strategy implemented by the management of GoaPindul through the Instagram account @guapindul_jogja in attracting tourists. In today's digital era, social media serves as a primary platform for building the image of tourism destinations and reaching wider audiences. This research uses a qualitative approach with a case study method and analyzes marketing strategies using the Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) by Regina Luttrell. The results show that the management actively shares engaging visual content, optimizes Instagram features such as reels, stories, and hashtags, and manages interactions with the audience through comments and direct messages. These strategies have successfully increased engagement and visibility of Goa Pindul among social media users, which in turn boosts tourist interest. This study contributes to the understanding of digital marketing communication in the tourism sector and can serve as a reference for other tourism destinations in developing social media-based promotion strategies.

Keywords: *Digital Marketing Communication, Instagram, Goa Pindul, Social Media, The Circular Model of SoMe*