

## ABSTRAK

**Ni Wayam Diani Astuti.** 2022. Digital Marketing Lirik Lombok Tour & Travel Dalam Mempromosikan Paket Wisata Alam. Proyek Akhir. Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing: Surayyal Hizmi, S.Si., M.Sc.,NRM & Sri Wahyuni, S.Tr. Par., MBA

Judul yang diangkat adalah Digital Marketing Lirik Lombok *Tour & Travel* dalam Mempromosikan Paket Wisata Alam dengan membedah bagaimana pemasaran digital yang dilakukan Lirik Lombok *Tour & Travel* serta pengembangan *digital marketing* pada Lirik Lombok *Tour & Travel* yang digunakan dalam mempromosikan paket wisata melalui media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data observasi, wawancara, dan dokumentasi serta teknik analisis data dengan model Miles & Huberman. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dalam pemasaran paket wisata alam melalui media sosial instagram cukup efektif terhadap penjualan paket wisata alam dengan mengunggah konten-konten berupa flier paket wisata, destinasi wisata, dan kegiatan pariwisata melalui Instagram guna untuk meningkatkan keingintahuan pelanggan dan menumbuhkan minat beli. Strategi ini tentunya tidak terlepas dari teori *Digital Marketing 5C* dimana setiap komponennya memberikan gambaran dan petunjuk terhadap pengembangan strategi pemasaran beserta penerapannya secara digital dengan kemampuan teknologi yang semakin canggih.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Instagram, Paket Wisata Alam

## ***ABSTRACT***

**Ni Wayan Diani Astuti.** 2022. *Digital Marketing at Lirik Lombok Tour & Travel in Promoting Nature Tour Package. Final Project. Lombok Tourism Polytechnic. Supervisor: Surrayal Hizmi, S.Si, M.Sc & Sri Wahyuni, S.T.Par, MBA.*

*The title raised is Digital Marketing Lirik Lombok Tour & Travel in Promoting Nature Tour Packages by dissecting how digital marketing is being carried out by Lirik Lombok Tour & Travel and the development of digital marketing on Lirik Lombok Tour & Travel which is used in promoting tour packages through Instagram social media. The method used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques of observation, interviews, and documentation as well as data analysis techniques with the Miles & Huberman model. This research concludes that in marketing nature tourism packages through social media Instagram is quite effective in selling nature tourism packages by uploading content in the form of tour package fliers, tourist destinations, and tourism activities through Instagram in order to increase customer curiosity and foster buying interest. This strategy is certainly inseparable from the theory of Digital Marketing 5C where each component provides an overview and guidance on the development of marketing strategies and their application digitally with increasingly sophisticated technological capabilities.*

***Keywords: Digital Marketing, Instagram, Nature Tour Packag***