

ABSTRAK

PROMOSI PAKET WISATA MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA Q-TOURS & TRAVEL

**OLEH
AZHARI**

Berkurangnya jumlah kunjungan wisatawan merupakan suatu masalah yang menyebabkan keberlangsungan usaha Travel Agent, oleh karena itu perlu melakukan promosi yang lebih luas dengan menggunakan sosial media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana promosi paket wisata melalui media instagram dan apa saja faktor pendukung maupun penghambat dalam promosi paket wisata melalui media instagram pada Q-Tours & Travel. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif melibatkan lima tahapan, yaitu pengumpulan data, analisis data pengolahan data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah Q-Tours & Travel menggunakan media Instagram untuk melakukan promosi dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti *feeds, instastory, Instagram Ads, like, komentar, hashtag, geotagging, unggahan foto video, dan followers*. Faktor pendukung dalam melakukan promosi melalui media Instagram yaitu dengan adanya fitur-fitur yang menarik sehingga pengguna lebih mudah untuk mengakses dan juga melihat kecenderungan pengguna media sosial untuk melihat foto dan video yang menarik di Instagram. Faktor penghambat dalam melakukan promosi melalui media Instagram yaitu harga paket wisata yang ditawarkan di Instagram tidak sesuai dengan keinginan calon pelanggan.

Kata Kunci : Promosi, Paket Wisata, Sosial Media, Instagram

ABSTRACT

TOUR PACKAGE PROMOTION THROUGH INSTAGRAM MEDIA ON Q-TOURS & TRAVEL

**BY
AZHARI**

The decrease in the number of tourist visits is a problem that causes the continuity of the Travel Agents business, Therefore, it is necessary to carry out a wider promotion using social media. The purpose of this study is to find out how to promote tour packages through Instagram media and what are the supporting and inhibiting factors in promoting tour packages through Instagram media on Q-Tours & Travel. The technique used in this research is descriptive qualitative involving five stages, namely data collection, data analysis, data processing, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study are Q-Tours & Travel uses Instagram media to carry out promotions by utilizing features such as feeds, instastory, Instagram Ads, likes, comments, hashtags, geotagging, photo video uploads, and followers. The supporting factor in promoting through Instagram media is the presence of attractive features so that users are easier to access and also see the tendency of social media users to view interesting photos and videos on Instagram. The inhibiting factor in promoting through Instagram media is that the price of tour packages offered on Instagram is not in accordance with the wishes of potential customers.

Keywords: Promotion, Tour Packages, Social Media, Instagram