

STRATEGI PROMOSI DAN PEMASARAN INESSYA RESORT

PADA MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU

DI GUNUNGKIDUL YOGYAKARTA

Diajukan Oleh:

Ari Ayu Trisnawati

173505

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi promosi dan pemasaran Inessya resort pada masa adaptasi kebiasaan baru. Penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang muncul dalam strategi promosi dan pemasaran Inessya resort pada masa adaptasi kebiasaan baru dan menganalisis strategi yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi promosi dan pemasaran ke depan di Inessya resort pada masa adaptasi kebiasaan baru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dengan pengelola Inessya resort dan wisatawan serta masyarakat lokal daerah setempat. Hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi dan pemasaran di Inessya resort belum cukup efektif dan masih dikemas secara sederhana. Model promosi dan pemasaran di Inessya resort berbasis sosial media melalui akun *instagram* pribadi Inessya resort dan jaringan *website* pribadi. Pengembangan strategi dan pemasaran kedepan untuk Inessya resort dalam masa adaptasi kebiasaan baru dapat menggunakan pemanfaatan *digital marketing* di industri seperti situs jejaring sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* karena sangat berperan dalam meningkatkan promosi dan pemasaran Inessya resort pada generasi *millennial* dan generasi Z.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Pemasaran, Media Sosial, SWOT